

**TRANSFORMASI DAKWAH ISLAM  
(Analisis Tayangan Komedi Bocah Ngapa(k) Ya Ngabuburit)**



**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah IAIN Purwokerto  
untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar  
Sarjana Sosial (S.Sos)

Oleh  
**Vina Rahmatul Ummah**  
NIM. 1617102091

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS DAKWAH  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PURWOKERTO  
2020**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Bismillahirrohmanirrohim,

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Vina Rahmatul Ummah

NIM : 1617102091

Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Alamat : Desa Balapulang Wetan RT 01/ RW 09 Kec. Balapulang Kab. Tegal Jawa Tengah

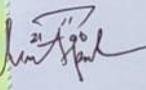
Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

- 1) Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan di lembaga tinggi manapun untuk mendapat gelar apapun.
- 2) Skripsi ini merupakan hasil karya asli saya yang diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar strata 1 IAIN Purwokerto. Kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.
- 3) Apabila kemudian hari bahwa karya ini bukan hasil karya saya atau merupakan hasil jiplakan dari karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi yang berlaku di IAIN Purwokerto.

Purwokerto, 6 November 2020

Yang menyatakan,



  
Vina Rahmatul Ummah  
NIM. 1617102091



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO

Alamat: Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53126  
Telp: 0281-635624, 628250, Fax: 0281-636553, www.iainpurwokerto.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**TRANSFORMASI DAKWAH ISLAM (ANALISIS TAYANGAN KOMEDI  
BOCAH NGAPA (K) YA NGABUBURIT)**

yang disusun oleh Saudara **Vina Rahmatul Ummah**, NIM. 1617102091, Program Studi **Komunikasi dan Penyiaran Islam** Jurusan **Penyiaran Islam**, Fakultas **Dakwah**, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto, telah diujikan pada tanggal **12 Oktober 2020**, dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Sosial (S.Sos.)** pada sidang Dewan Penguji Skripsi

Ketua Sidang Pembimbing,

Ahmad Muttaqin, S.Ag., M.Si.  
NIP 19791115 200801 1 018

Sekretaris Sidang Penguji II,

Wartos, S.Kom., M.Kom.  
NIP 19811119 200604 1 004

Penguji Utama,

Uus Uswatusolihah, S.Ag., M.A.  
NIP 19770304 200312 2 001

Mengesahkan,

12 Desember 2020



Ilham Basit, M.Ag.  
NIP 199803 1 001

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Dakwah dan  
Komunikasi Penyiaran Islam IAIN  
Purwokerto  
di Tempat

*Assalamu'alaikum Wr.Wb.*

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi terhadap penulisan naskah skripsi dari saudara :

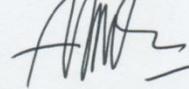
Nama : Vina Rahmatul Ummah  
NIM : 161710209  
Fakultas : Dakwah  
Jurusan : Komunikasi Penyiaran Islam  
Program Studi : Penyiaran Islam  
Judul Skripsi : **TRANSFORMASI DAKWAH ISLAM (Analisis Dakwah Islam dalam Tayangan Komedi Bocah Ngapa(k) Ya Ngabuburit)**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut di atas sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Penyiaran Islam IAIN Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos).  
Demikian atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

Purwokerto, 2 November 2020

Pembimbing



**Ahmad Muttaqin, M. Si**

NIP. 19791115 200801 1 018

**TRANSFORMASI DAKWAH ISLAM**  
**(Analisis Tayangan Komedi Bocah Ngapa(k) Ya Ngabuburit)**

**VINA RAHMATUL UMMAH**  
**1617102091**

**ABSTRAK**

Dakwah Islam mengalami transformasi dalam beberapa bentuk sesuai perubahan sosial yang terjadi. Dalam era media, dakwah Islam dikemas dalam budaya populer komedi berbasis budaya lokal. Penelitian ini akan membahas secara teoritis mengenai transformasi dakwah Islam, yang mana objek dari penelitian ini adalah tayangan Bocah Ngapa(k) Ya Ngabuburit yang tayang pada bulan Ramadhan tahun 2019. Tayangan tersebut bergenre komedi situasi dimana bahasa komunikasi yang digunakan menggunakan bahasa Ngapak Banyumas, kemudian pada saat moment bulan Ramadhan 2019 tayangan tersebut memberikan tema-tema yang bernuansa keislaman.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dalam kondisi seperti apa masyarakat membutuhkan komedi atau hiburan. Selain itu juga penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, memahami, dan menganalisa bagaimana komedi dalam mentransformasikan Islam di media televisi. Komedi dijadikan sebagai instrumen dalam berdakwah. Metode penelitian yang digunakan penulis disini adalah pendekatan kualitatif dengan analisis deskriptif teks. Analisis yang telah dilakukan penulis diteliti menggunakan teori besarnya yaitu teori konstruksi sosial Peter L. Berger dan perubahan sosial, namun sub teori yang digunakan penulis menggunakan teori industrialisasi sosial dan teori transformasi.

Berdasarkan analisis yang dilakukan, hasil penelitian yang diperoleh ialah, Masyarakat pragmatis sebagai konsekuensi dari pola pembangunan berbasis industri menjadikan mereka berada dalam situasi kompetitif yang tinggi sehingga menimbulkan kecemasan, ketakutan, dan stress yang lumayan tinggi. Dalam situasi ini maka masyarakat membutuhkan hiburan atau komedi. Materi hiburan yang paling tepat adalah yang tidak membutuhkan proses berpikir yang panjang. Memasuki era media, dakwah Islam kemudian berubah menyesuaikan karakteristik media yang fungsi utamanya adalah informasi, edukasi, dan hiburan. Pada masa industri, praktis media lebih dominan sebagai hiburan. Islam kemudian dikemas ke bentuk hiburan dalam media budaya lokal Banyumasan dianggap sebagai budaya pinggiran yang berbeda dengan arus utama Jawa. Maka ia dianggap lucu, aneh, dan unik. Dalam perspektif media, karakteristik Ngapak menarik untuk ditampilkan sebagai tontonan. Tontonan yang diberikan unsur keagamaan menjadikan sebuah hiburan yang sehat. Transformasi Islam yang beranjak dari perubahan sosial masyarakat kemudian media melihat Islam dan Budaya Lokal sebagai sumber penghasilan. Maka menampilkan keduanya atau memproduksinya dengan membuat program acara dalam media menjadi keuntungan yang besar.

**Kata Kunci : Transformasi, Industrialisasi, Dakwah, Komedi, Budaya Lokal.**

## **MOTTO**

“Dekatilah ALLAH SWT dan Tirulah Nabi Muhammad SAW, Maka kemudahan dan ketenangan akan mendekatimu”



## **PERSEMBAHAN**

Segala puji bagi kehadiran Allah SWT yang senantiasa selalu memberikan petunjuk kebaikan dan kekuatan kepada penulis dalam setiap langkahnya. Sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang sederhana, dengan rasa ikhlas yang tulus penulis persembahkan karya ini kepada : Bapak Abdul Ghofir dan Ibu Sugiarni selaku orang tua yang senantiasa selalu mendoakan dan mendorong semangat putrimu ini, semoga kebaikan orangtua saya mendapat balasan dari Allah SWT dengan kebaikan sebanyak-banyaknya dan semoga Allah SWT selalu memberi perlindungan terhadap mereka. Aamiin Skripsi ini juga penulis persembahkan untuk Faiz Hidayat Mansyur, Alwan Irchan Mansyur, dan Afwan Maulana Zidan selaku adik kandung saya. Serta teman-teman penulis yang tiada henti memberikan motivasi dengan semangat agar segera menyelesaikan studinya. Berkat dukungan kalian, penulis mampu menyelesaikan studi ini.

**IAIN PURWOKERTO**

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah Tuhan pemilik alam semesta, yang tidak bermula dan tidak berakhir, yang Maha Satu dan Maha Benar Utama, yang telah memberikan rahmat dan hidayahNya, sehingga dengan doa dan ikhtiar penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan penuh kehikmatan.

Shalawat serta salam tak lupa penulis haturkan kepada pahlawan revolusioner sejati, yang memiliki pengetahuan Isyraqi, manusia yang dipayungi awan, yakni junjungan Nabi agung Muhammad SAW yang dengan keteguhan hati dan sepenuh jiwa menyampaikan risalah Islam sehingga membawa umat dari jaman jahiliyyah menuju jaman yang Islamiyyah seperti saat ini.

Berkenaan dengan selesainya skripsi yang berjudul Transformasi Dakwah Islam dDalam Tayangan komedi Berbasis Budaya Lokal. Penulis menyadari dengan segala kerendahan hati, bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan baik dari moril maupun materil. Oleh karena itu, penulis ucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Rektor IAIN Purwokerto yakni Dr. KH. Moh. Roqib, M.Ag,
2. Dekan Fakultas Dakwah IAIN Purwokerto yakni Prof. Dr. KH. Abdul Basit, M.Ag.
3. Ketua Jurusan dan Sekretaris Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah IAIN Purwokerto yakni Uus Uswatusolihah, S.Ag, M.A, dan Warto, M.Kom,
4. Penasehat Akademik sekaligus pemimbing skripsi yakni Ahmad Muttaqin, M.Si.

5. Bapak Abdul Ghofir dan Ibu Sugiarni selaku orangtua yang telah mendidik, membimbing, memotivasi dan mendoakan penulis dalam menyelesaikan skripsi.
6. Tiga Adik laki-laki saya yaitu Faiz Hidayat Mansyur, Alwan Ircham Mansyur, dan Afwan Maulana Zidan, yang juga mendoakan dan memberi semangat pada penulis.
7. Ibu Dasriah selaku nenek satu-satunya penulis yang masih hidup yang selalu memberi dukungan dan do'a pada penulis.
8. Keluarga Besar Bani Umar Mansyur dan Bani Salwan yang selalu memberi motivasi dan memberi dukungan pada penulis.
9. Keluarga Besar Komunikasi Penyiaran Islam tahun 2016 kelas B yang menjadi kebanggaan dan memberi tempat nyaman untuk tetap belajar dikelas.
10. Kepada K.H Thaufiqurrahman beserta keluarga besarnya, selaku pengasuh Pondok Pesanteran Darul Abror.
11. Teman-teman komplek Asyifa Bawah Pondok Pesantren Darul Abror yang selalu memberi doa dan dukungan semangat terhadap penulis.
12. Senpai Ade Eka Pradana S.Pd I DAN, yang telah berhati besar meminjamkan leptopnya dari awal penulis mengajukan judul sampai penulis menyelesaikan skripsi.
13. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang sudah banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Tak ada yang bisa penulis ungkapan untuk mengucapkan rasa terima kasih, melainkan dengan doa semoga amal baik yang telah diberikan kepada penulis, mendapat imbalan kebaikan yang lebih dari Allah SWT. Aamiin

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
PENGESAHAN .....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
ABSTRAK .....	v
MOTTO .....	vi
PERSEMBAHAN .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
<b>BAB I     PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Penegasan Istilah.....	7
C. Rumusan Masalah .....	10
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	10
E. Kajian Pustaka.....	11
F. Metode Penelitian.....	15
G. Sistematika Pembahasan .....	21
<b>BAB II    DAKWAH DAN KOMEDI</b>	
A. Dakwah Islam.....	23
1. Pengertian Dakwah .....	23
2. Instrumen Dakwah .....	26

3. Tujuan Dakwah .....	30
4. Karakter Dakwah Islam.....	31
5. Ruang Lingkup Dakwah Islam.....	37
6. Perubahan Dalam Dakwah .....	39
B. Komedi .....	41
1. Sejarah Industri Komedi.....	41
2. Komedi Dalam Media .....	45
3. Performa Komedi Dalam Media .....	45
C. Budaya Lokal .....	50
D. Perubahan Sosial dan Teori Konstruksi Sosial .....	53
1. Pengertian perubahan Sosial .....	53
2. Industrialisasi Sosial.....	55
3. Teori Konstruksi Sosial Menurut Peter L. Berger.....	57
E. Transformasi Islam.....	61
1. Pengertian Transformasi Islam.....	61
2. Budaya Populer .....	65
3. Karakteristik Budaya Populer .....	67
<b>BAB III TAYANGAN BOCAH NGAPA(K) YA NGABUBURIT</b>	
A. Review Program Tayangan Bocah Ngapak Ya Ngabuburit....	76
1. Latar Belakang Film Bocah Ngapak .....	76
2. Profil Pemain Dalam Program Tayangan Bocah Ngapak Ya Ngabuburit.....	78
3. Latar Sosial Tayangan Bocah Ngapak Ya Ngabuburit .....	80
4. Segmentasi Dalam Produksi Televisi.....	84

B.	Isi Konten Tayangan Bocah Ngapak Ya Ngabuburit Pada Bulan Ramadhan 2019 .....	86
1.	Kategorisasi Atau Kualifikasi Tema .....	86
2.	Eksplorasi Konteks Sosial Dalam Tayangan Bocah Ngapak Ya Ngabuburit Pada Bulan Ramadhan 2019 .....	91
C.	Masyarakat Modern.....	89
1.	Industrialisasi masyarakat modern .....	89
2.	Industri media televisi .....	90
<b>BAB IV</b>	<b>DAKWAH DAN KOMEDI</b>	
A.	Masyarakat Islam dalam kehidupan industrialis .....	93
B.	Industri media.....	104
C.	Selera pasar media.....	107
D.	Komedi dalam media .....	116
E.	Islam dan budaya lokal dalam industri media.....	118
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP</b>	
A.	Kesimpulan .....	122
B.	Saran-saran.....	123
C.	Kata Penutup.....	124

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.

Gambar 2. Profil pemain azkal

Gambar 3. Profil pemain fadli

Gambar 4. Profil pemain ilham

Gambar 5. Profil pemain pak RT

Gambar 6.

Gambar 7.

Gambar 8.

Gambar 9.

Gambar 10.

Gambar 11.

Gambar 12.

Gambar 13.

Gambar 14.

Gambar 15.

Gambar 16.

LAIN PURWOKERTO

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Islam merupakan Agama dakwah, artinya agama yang selalu mendorong penganutnya untuk senantiasa terlibat dalam kegiatan dakwah. Kegiatan dakwah yang dilakukan sangatlah berkaitan erat dengan kemajuan dan kemunduran umat Islam.<sup>1</sup> Pengertian Dakwah itu sendiri artinya memanggil, mempersilahkan, dan menyebarkan, baik kearah yang baik maupun kearah yang buruk. Sedangkan menurut istilah, dakwah merupakan suatu aktivitas untuk mengajak orang kepada ajaran Islam yang dilakukan secara damai, lembut (QS. 35 : 6), penuh komitmen dan selalu konsisten.<sup>2</sup>

Dakwah islam meliputi keteladanan, ajakan dan tindakan konkret untuk melakukan suatu tindakan yang baik bagi keselamatan dunia dan akhirat. Perintah untuk mengajak orang ke jalan Allah SWT tertulis secara tegas dalam Al-Quran surat An-Nahl ayat 125 yang artinya ”Serulah manusia (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik...”. Dari ayat tersebut menyebutkan bahwa ada beberapa cara yang mendasar dalam berdakwah yaitu dengan cara: *pertama*. bijaksana (*al-hikmah*) adalah perkataan yang tegas dan benar yang dapat

---

<sup>1</sup> Didin, *Dakwah Actual*, (Jakarta: Gema Insani Press: 1998), hlm. 76

<sup>2</sup> Bambang, *Komunikasi Dakwah Paradigma Untuk Aksi*, (Bandung: Simbiosis Rekamata Media: 2010), hlm. 22

membedakan antara yang haq dan yang batil, *kedua*, pelajaran yang baik ( *al mawaizhah al hasanah*) dan yang *ketiga* dengan cara perdebatan yang baik.<sup>3</sup>

Dakwah merupakan kewajiban individual (*fardhu 'ain*) bagi seorang muslim, namun dalam suatu tatanan tertentu dakwah juga akan menjadi kewajiban kolektif (*fardhu kifayah*). Memasuki era millennium ketiga ini munculah ilmu pengetahuan dan teknologi yang berdampak pada gerakan dan proses penyebaran misi Islam kepada masyarakat. Tantangan terhadap gerakan dakwah menjadi sangat kompleks, baik yang bersifat konkret maupun ideologis.. Demikian pula munculnya berbagai paham dan ideologis dapat menggeser eksistensi dakwah, yang pada gilirannya akan mendesak lingkup dan laju gerakan dakwah. Masyarakat tidak kecuali masyarakat muslim pasti sudah berhadapan dengan dampak dari era ini dalam berbagai bentuk, seperti agresi politik, ekonomi, kultural, dan ideologi yang memarjinalisasikan dan mendiskualifikasikan struktur tradisional masyarakat yang telah mapan. Dalam keadaan ini gerakan dakwah mengalami transformasi sehingga dakwah dituntut mampu memberikan paradigma-paradigma baru yang dapat mentransfer pesan-pesan ajaran Islam kepada masyarakat saat ini.<sup>4</sup>

Sekarang ini, banyak sekali kegiatan dakwah Islamiyah masyarakat yang muncul disekitar kita. Namun seringkali kita mengabaikan efektifitas kegiatan dakwah tersebut. Seperti penjelasan dari pengertian dakwah di atas, dakwah yang sering kita jumpai terlihat monoton karena sering dilakukan diatas mimbar dengan mempropagandakan suatu keyakinan, menyerukan suatu pandangan

---

<sup>3</sup> Bambang, *Komunikasi...*, hlm. 22

<sup>4</sup> Samsul Munir, *Rekonstruksi Pemikiran Dakwah Islam*, (Jakarta: Amzah, 2008), Hlm. 9

hidup, iman dan agama. Selama ini dakwah telah dipahami secara *mis-understanding*, oleh sebagian masyarakat, dimana dakwah hanya dipahami sebagai ceramah atau *tabligh*. Sedangkan ceramah atau *tabligh* hanyalah bagian kecil dari metode dakwah. Pemahaman seperti itu jelas keliru juga mempersempit arti dan pengertian dakwah itu sendiri. Sebenarnya pengertian dakwah amatlah luas. Dakwah Islam merupakan proses mewaris, memotret, dan mengamalkan keteladanan Rosulullah SAW (Q.S Yusuf (12): 108)<sup>5</sup>. Maka dari itu sudah seharusnya para pelaku dakwah beralih dan memberikan metode baru dalam berdakwah. Sedangkan saat ini masyarakat mengalami peningkatan secara kompleks, dari segi ekonomi, budaya, politik dan sebagainya. Sehingga masyarakat ini memiliki komunitas yang sangat bervariasi karena mereka mengalami perkembangan-perkembangan itu, sehingga memahami masyarakat itu tidak semudah zaman dahulu, dimana masyarakat hanya terbelah dalam beberapa kelompok saja, karena masyarakat saat ini berprofesi sebagai guru, politikus, pengusaha, dan lain sebagainya.

Untuk mengetahui dakwah masyarakat itu berkembang atau tidak dilihat dari instrumen yang digunakan dalam berdakwah. Semakin tinggi kebudayaan seseorang maka instrumen kebudayaannya akan semakin tinggi. Bagaimana masyarakat saat ini memenuhi kebutuhannya menjadi semakin riwet. Tak jarang manusia sering terjebak dalam iklim kejenuhan dan kebosanan dengan berbagai macam aktivitas dan pekerjaan yang menyelimuti 24 jam waktu yang dimilikinya. Manusia modern dituntut dengan segudang aktifitas dan rutinitas

---

<sup>5</sup> Samsul Munir, *Rekonstruksi ....* Hlm. 9-10

yang menggurita. Salah satu gejala yang ditimbulkan perkembangan ini adalah orang akan mengalami kegarangan atau dehidrasi spiritualitas. Tak heran jika manusia akan bertemu pada sebuah titik dimana ia mencari solusi cerdas untuk melepaskan kepenatan. Salah satunya yaitu dengan mencari sebuah hiburan yang bisa membawanya ke dalam keadaan yang rileks dan menenangkan. Maka dari itu, media atau instrument dakwah harus bisa menyesuaikan atau bertransformasi dengan perkembangan masyarakat yang kompleks.

Dakwah adalah kebutuhan yang bersifat *universal*, aktivitas dakwah terus bergerak mengikuti laju zaman dengan segala dinamika peradaban yang berkembang di dalamnya. Termasuk perkembangan teknologi komunikasi secara perlahan menggeser kecenderungan masyarakat dari budaya tutur dan tulis ke budaya visual. Masyarakat cenderung lebih tertarik untuk menikmati sajian budaya yang bersifat visual daripada mendengarkan sebuah cerita, terutama cerita keagamaan yang monoton, ataupun membaca teks-teks agama. Masyarakat saat ini juga cenderung lebih memilih menggali informasi dan obyek yang memberikan kesegaran dari pada menggali informasi dan pengetahuan agama secara formal. Dalam hal ini materi yang menghibur menjadi obyek yang diburu oleh khalayak luas, dengan ini penggunaan media komunikasi modern sangat perlu dimanfaatkan sedemikian rupa sebagai media dakwah, agar pesan dakwah tepat disampaikan pada sasaran dakwah.<sup>6</sup> Salah satu media massa yang saat ini populer di masyarakat dan memiliki pengaruh cukup besar adalah televisi.

---

<sup>6</sup> Ropingi el ishaq, *hiburan dan dakwah: sebuah era baru dakwah islamiyah*, jurnal komunikasi penyiaran islam at-tabsyir, 2014. volume 2 nomor 1, hal 119

Televisi telah menjadi bagian hidup yang menyatu dengan kehidupan sehari-hari bagi masyarakat individu, maka kebutuhan akan media yang religius pun merupakan kebutuhan yang fundamental sehubungan pola pikir dan perilaku masyarakat. Pemanfaatan televisi untuk kegiatan dakwah akan lebih dapat menyesuaikan. Sebab televisi merupakan media elektronik yang dapat menjangkau seluruh pemirsa (mad'u) nya secara merata dalam satu kegiatan yang dikemas secara rapi sehingga mad'u tersebut akan mudah menerimanya walau dalam jangkauan jauh sekalipun. Saat ini kebutuhan religius tersebut ditayangkan di media televisi dalam bentuk yang beragam, mulai dari film, tausiah, tabligh, program sahur, sinetron bahkan tayangan komedi.

Hingga saat ini, televisi masih berfungsi sebagai media yang mengayomi masyarakat sebagai media informasi, media politik, media hiburan, dan media pendidikan. Sedangkan saat ini, dengan adanya pergeseran budaya masyarakat yang terus berubah, fungsi televisi juga digunakan sebagai media dakwah dari berbagai agama. Dakwah melalui televisi sangat cepat diterima karena hampir semua kalangan masyarakat mempunyai televisi ataupun memilih program acara sebagai media hiburan yang mereka senangi, seperti halnya tayangan komedi.

Tidak merupakan kesalahan jika para seniman film menggunakan tayangan komedi sebagai media dakwah yang ampuh untuk saat ini, karena tayangan komedi sangat banyak diminati oleh masyarakat untuk kebutuhan hiburan. Penonton seringkali terpengaruh dan cenderung mengikuti seperti halnya peran yang ada pada tayangan tersebut yang bisa di isi dengan konten-konten keislaman. Namun perlu diperhatikan keterlibatan aktif dari berbagai

pihak khususnya produser. Dimana produser harus lebih kreatif untuk membuat tayangan dakwah yang bermutu dan tidak monoton, salah satunya bisa dengan tayangan komedi, agar menarik penonton dan bisa diterima oleh semua kalangan.

Dari beberapa program acara di televisi, komedi menjadi salah satu pilihan yang amat diminati oleh banyak kalangan pemirsa saat ini, baik itu anak-anak, remaja, dewasa bahkan orang tua. Program acara komedi adalah tayangan dimana penekanan utamanya terdapat pada humor yang melebih-lebihkan aksi, situasi, bahasa, sampai dengan karakternya sehingga membuat orang tertawa dan merasa terhibur saat menyaksikannya. Dalam tayangan televisi saat ini ada salah satu program acara komedi yang baru tayang baru-baru ini yaitu tayangan *Bocah Ngapa(k) Ya*.



Tayangan ini adalah sebuah acara televisi Indonesia yang bergenre komedi situasi yang ditayangkan oleh stasiun televisi Trans7 sejak 16 Februari 2019. Keunikan dari tayangan ini adalah dibintangi oleh tiga sahabat anak kecil asli Desa Sadangwetan, Sadang, Kebumen, yakni Ahmad Azkal Fuadi, Fadli Dwi Ramadan, dan Ilham Dwi Ramadan. Dengan kepolosan mereka membuat pesan komedi yang ditayangkan tersebut terlihat natural tanpa di buat-buat. Acara ini merupakan pengembangan dari film pendek Youtube Polapike yang sempat viral

didunia maya, karena walaupun program komedi ini dikemas dengan format kekinian tetapi masih mempertahankan kearifan budaya lokal lewat penggunaan bahasa daerah yang kental yaitu dengan bahasa Ngapak Banyumasan. Cerita yang dikemas bukan hanya hal-hal lucu yang berkaitan dengan kehidupan sehari-hari saja, ada juga cerita dengan nuansa dakwah yang dikemas khusus pada bulan Ramadhan dengan penambahan judul menjadi Bocah Ngapa (k) Ya Ngabuburit. Hal inilah yang membuat menarik di era yang serba modern ini dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi sekarang ini serta berbagai konflik dan problem juga kesibukan akan pekerjaan masyarakat pada zaman sekarang ini orang-orang sudah mulai kurang tertarik dengan penyampaian metode dakwah yang monoton dan membosankan. Dengan demikian komedi bisa menjadi alternatif salah satu instrumen untuk penyampaian pesan Dakwah dengan tayangan ringan yang tidak hanya menampilkan pesan lucu, tetapi juga terdapat pesan keislaman didalam tayangan tersebut.

## **B. Penegasan Istilah**

Penegasan istilah adalah batasan pengertian atau definisi tentang istilah-istilah atau variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian serta dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel yang dapat diukur dan diamati. Dimana penegasan istilah berfungsi untuk memudahkan dalam memahami sekaligus menghindari kesalahpahaman penguji maupun pembaca pada umumnya dan memberikan gambaran umum dari tulisan. Istilah-istilah tersebut antara lain :

## 1. Pengertian Dakwah

Secara bahasa, Dakwah artinya memanggil, mempersilahkan, dan menyebarkan, baik kearah yang baik maupun kearah yang buruk. Sedangkan menurut istilah, dakwah merupakan suatu aktivitas untuk mengajak orang kepada ajaran islam yang dilakukan secara damai, lembut (QS. 35 : 6), penuh komitmen dan selalu konsisten.<sup>7</sup>

Dakwah islam meliputi ajakan, keteladanan dan tindakan konkret untuk melakukan tindakan yang baik bagi keselamatan dunia dan akhirat. Perintah untuk mengajak orang ke jalan Allah secara tegas tersurat dalam surah An-Nahl ayat 125 "Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah merek dengan cara yang baik..."<sup>8</sup>

Berlandasan ayat tersebut, pelaku dakwah dapat mengambil dasar-dasar untuk berdakwah dengan cara: bijaksana (*al-hikmah*) yaitu perkataan yang tegas dan benar yang dapat membedakan antara yang haq dan yang batil; pelajaran yang baik (*al mawaizhah al hasanah*) dan perdebatan yang baik.<sup>9</sup>

## 2. Pengertian Transformasi

Secara etimologis transformasi adalah perubahan rupa (bentuk, sifat, fungsi dsb). Sedangkan secara umum menurut kamus (*The New Grolier Webset Internasional dictionary of english language*) transformasi adalah

---

<sup>7</sup> Bambang, *Komunikasi Dakwah Paradigma Untuk Aksi*, (Bandung: Simbiosis Rekamata Media: 2010), hlm. 22

<sup>8</sup> Bambang, *Komunikasi...*, hlm 22

<sup>9</sup> Bambang, *Komunikasi...*, hlm. 22

menjadi bentuk yang berbeda namun mempunyai nilai-nilai yang sama, perubahan dari satu bentuk atau ungkapan menjadi suatu bentuk yang mempunyai arti atau ungkapan yang sama mulai dari struktur permukaan dan fungsi. Kemudian menurut *webset dictionary, 1970*. Transformasi berarti perubahan menjadi sesuatu, transformasi dapat dianggap sebagai sebuah proses pemalihan total dari suatu bentuk menjadi sebuah sosok baru yang dapat diartikan sebagai tahap akhir dari sebuah proses perubahan, sebagai sebuah proses yang dijalani secara bertahap baik faktor ruang dan waktu yang menjadi komponen pembentuk dan fungsi ruang yang sama.<sup>10</sup>

### 3. Pengertian Komedi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia komedi adalah sandiwara ringan yang penuh dengan kelucuan meskipun kadang-kadang kelucuan itu bersifat menyindir dan berakhir dengan bahagia.<sup>11</sup> Komedi adalah bentuk hiburan ringan yang dibuat untuk memberikan kepuasan bagi pemirsa melalui gelak tawa. Komedi bisa dibuat mulai dari melibatkan kontak fisik dan aksi yang di besar-besarkan hingga orang tertawa saat melihatnya. Dari situ komedi menjadi program yang memiliki daya tarik cukup besar yang sangat efektif untuk memikat pemirsa.

Komedi bisa di sebut juga dengan humor. Humor merupakan rasa atau gejala yang merangsang kita untuk tertawa secara mental, ia bisa berupa rasa,

---

<sup>10</sup> Stephanie Jill Najoan & Johansen Mandey, *Transformasi Sebagai Strategi Desain*. (Media Matrasain Vol. 8 No. 2 2011). hal 119. Diakses Pada 27 September 2020 Pukul 20.00 WIB Melalui <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jmm/article/viewFile/330/255>

<sup>11</sup> Merek (Def. 1) (N.D). Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (Kbbi) Online. Diakses Melalui <https://kbbi.web.id/komedi.html>, 24 Juli 2020 Pukul 17.19 WIB

atau kesadaran, di dalam diri kita (*sense of humor*), bisa berupa suatu gejala atau hasil cipta dari dalam maupun dari luar diri kita. Saat dihadirkan dengan humor, kita bisa langsung tertawa lepas atau hanya tertawa biasa, misalnya tersenyum atau merasa tergelitik di dalam batin saja. Rangsangan tersebut timbul dari rangsangan mental untuk tertawa, bukan dari rangsangan yang ditimbulkan dari rangsangan fisik seperti dikili-kili yang mendatangkan rasa geli namun bukan akibat humor. Humor termasuk bagian dari komunikasi, ia menjadi sarana penyampaian pesan-pesan baik dalam dunia, film, periklanan, retorika, maupun media cetak.<sup>12</sup>

Definisi humor juga dapat diartikan sebagai sesuatu yang dapat diucapkan atau dilakukan tanpa sengaja ataupun dengan sengaja yang bertujuan untuk membangkitkan tawa atau senyuman. Humor memiliki nilai intelektualitas karena mampu mendayagunakan keseluruhan fungsi otak. Dengan memadukan nalar otak kiri dan otak kanan secara bersamaan.<sup>13</sup>

### C. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Dalam situasi apa komedi itu penting bagi masyarakat?
2. Bagaimana dakwah menggunakan komedi dalam mentransformasikan islam?

---

<sup>12</sup> Arwah Setiawan, "*Teori Humor*", (Jakarta: Majalah Astada, No.3 Th III, 1990), hlm 34-36

<sup>13</sup> Alexander HP, *Mati Ketawa Cara Amerika*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2001), hlm V

## **D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### 1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan, maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Transformasi Dakwah Islam saat ini, dengan objek Analisis Tayangan Komedi Bocah Ngapa(K) Ya Ngabuburit.

### 2. Manfaat Penelitian

#### a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan memberi manfaat bagi perkembangan Ilmu Komunikasi khususnya untuk konsentrasi “Audio Visual” dan dapat dijadikan referensi bagi peneliti yang lain.

#### b. Manfaat Praktisi

1) Hasil penelitian ini diharapkan menjadi pemahaman bagi mahasiswa lain dalam memaknai penyampaian pesan dakwah melalui tayangan komedi.

2) Sebagai penyelesaian tugas akhir berupa skripsi, sebagai pemahaman dan teori yang dipelajari penulis selama masa kuliah yang kemudian diaplikasikan dalam meneliti fenomena disekitar.

3) Memberikan manfaat serta pemikiran dan kontribusi kepada masyarakat yang diharapkan melalui penelitian ini, membuka cara pandang masyarakat terhadap penyampaian metode dakwah melalui tayangan komedi.

- 4) Hasil penelitian ini dapat menjadi koleksi di perpustakaan khususnya perpustakaan IAIN Purwokerto.

## **E. Kajian Pustaka**

Kajian pustaka merupakan telaah terhadap penelitian yang berkaitan dengan objek penelitian yang dikaji dan mendukung pentingnya penelitian ini dilakukan. Selain itu kajian pustaka ini juga sebagai pelacakan teori-teori dan konsep yang sudah ada. Hal ini menegaskan agar suatu penelitian mempunyai arah yang jelas bagi peneliti dalam mengkaji objek yang diteliti. Dalam hal ini terdapat beberapa hasil penelitian dengan topik serupa yang menjadi inspirasi peneliti. Beberapa hasil penelitian yang menjadi inspirasi diantaranya yaitu:

*Pertama*, Afifulloh, skripsinya berjudul “Film Komedi sebagai Media Dakwah (Analisis Film *Insya Allah Sah*)” 2019. Penelitian ini mencoba untuk menggali tentang bagaimana komedi sebagai media dakwah. Jenis penelitian ini yaitu penelitian kualitatif serta teknik analisis yang digunakan yaitu analisis isi (content analysis). Adapun hasil dari penelitian tersebut, diketahui bahwa implementasi film komedi sebagai *insya Allah sah* sebagai media dakwah dilakukan melalui pemaparan tiga jenis materi dakwah, yakni: Masalah Keimanan (Aqidah), Masalah Keislaman (Syariat) dan Masalah Budi Pekerti (Akhlakul Karimah). Ketiganya ditampilkan sesuai dengan teori Freud yakni menggunakan jenis komedi motivasi, karena kelucuan bukan hanya diperoleh dari teknik melucu saja, tetapi dilakukan dengan memasukan nilai-nilai keislaman yang sarat akan moral dan kemanusiaan. Sedangkan secara teknik,

komedi dalam film ini menggunakan kombinasi tiga teknik yakni teknik humor lakuan, grafis, dan sekaligus literature karena di dalamnya juga disampaikan beberapa ayat-ayat Al-Quran baik secara tersirat maupun tersurat.<sup>14</sup>

*Kedua*, Nahna Nailussa'adah skripsinya berjudul "Persepsi Mahasiswa KPI Tentang Dakwah Komedi Di Instragram (Studi Analisis Akun @nunuzoo)" 2018. Penelitian tersebut bertujuan untuk menjawab rumusan masalah mengenai bagaimana persepsi mahasiswa KPI tentang video dakwah komedi dalam akun @nunuzoo. Penelitian tersebut merupakan penelitian kualitatif, dengan menggunakan metode analisis deskriptif. Subjek penelitian tersebut adalah mahasiswa jurusan Komunikasi Penyiaran Islam UIN Walisongo Semarang. Dari seluruh jumlah mahasiswa, penelitian mengambil informan sebanyak 17 mahasiswa. Mahasiswa yang menjadi informan penelitian mencakup tiga aspek yaitu aspek kognitif, aspek efektif, dan aspek konatif. Pengambilan informan menggunakan teknik purposive. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik wawancara dan dokumentasi. Adapun hasil dari penelitian tersebut adalah menunjukkan bahwa mahasiswa KPI tentang dakwah komedi dalam akun instragram @nunuzoo secara aspek kognitif informan merasa video dakwah komedi Nurul Azka (@nunuzoo) mempunyai cara dalam menyampaikan pesan dakwah yang ringan dengan unsur komedi yang diterima, secara efektif informan

---

<sup>14</sup> Afifulloh, *Film Komedi Sebagai Media Dakwah (Analisis Film "Insya Allah Sah")*, Skripsi, (Semarang: Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2019), hlm. X <http://eprints.walisongo.ac.id/10024/>

merasa senang dan terhibur, dan secara konatif informan merasa yang disampaikan Nurul Azka terjadi dalam kehidupan mereka.<sup>15</sup>

*Ketiga*, penelitian dari Putri Kusuma Wardani (2017), Mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang dengan judul “Representasi Dakwah Islam Dalam Film Komedi (Analisis Semiotik Dakwah Islam Dalam Film Wa’alaikumusallam Paris)” 2017. Tujuan penelitian tersebut adalah untuk menyelidiki dan mengeksplorasi bagaimana dakwah islam diwakili oleh tokoh dalam film komedi Wa’alaikumsalam Paris. Penelitian tersebut menggunakan analisis semiotic Charles sanders pierce dengan pendekatan interpretative kualitatif. Ada 4 tahap analisis fase pertama dari adegan mengklasifikasikan menggunakan table rincian adegan. Fase kedua, adegan yang dipilih dianalisis menggunakan *triadic of meaning*. Tahap ketiga, peneliti mengkategorikan karakter berdasarkan analisis pada fase pertama. Hasil penelitian ini adalah ditemukannya tanda-tanda yang mewakili dakwah Islam dalam film Wa’alaikusalam Paris yang menyimpulkan bahwa propaganda adalah propaganda *bil hal* atau tindakan propaganda dengan perbuatan baikseperti amal atau sedekah ilmu, ibadah bersama dll.<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup> Nahna Nailussa’adah, *Persepsi Mahasiswa KPI Tentang Dakwah Komedi Di Instragram (Studi Analisis Akun @Nunuzoo)*, Skripsi, (Semarang: Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2018), hlm. Ix <http://eprints.walisongo.ac.id/8554/1/skripsi.pdf>

<sup>16</sup> Putri Kusuma Wardhani, *Representasi Dakwah Islam Dalam Film Komedi (Analisis Semiotik Dawah Islam Dalam Film Wa’alaikumsalam Paris)*, Skripsi, (Malang: Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, 2017) <http://eprints.umm.ac.id/43266/1/PENDAHULUAN.pdf>

*Keempat*, penelitian dari Fitrotul Muzayyanah (2013). Mahasiswa jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga dengan judul Retorika Dakwah Dalam Tayangan Stand Up Comedy Show Metro Tv Edisi Maulid Nabi 23 Januari 2013. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui perbedaan retorika ketiga ustadz dalam tayangan humor *stand up comedy show* edisi maulid Nabi Muhammad SAW di Metro Tv pada tanggal 23 januari 2013. Penelitian tersebut menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan fokus pada retorika yang lebih menjelaskan tentang penggunaan bahasa meliputi langgam dan humor. Penelitian tersebut menggunakan metode pengumpulan data berupa dokumentasi yang berupa rekaman video tayangan *Stand Up Comedy Show* yang edisi maulid Nabi 2013. Sedangkan hasil penelitiannya adalah persamaan retorika yang memakai penggunaan bahasa yaitu ustadz Ambiya Dahlan menggunakan langgam Agama, dan langgam *conservative*, langgam teater. Sedangkan humornya menggunakan *exaggeration*, dan humor belokan mendadak. Kemudian ustadz Maman Imanul Haq menggunakan langgam *conservative*, langgam teater sedangkan humornya menggunakan humor *puns*, dan humor *parody*. Dan ustadz taufiqurrohman menggunakan langgam *conservation*, dan langgam teater serta humor *parody*.<sup>17</sup>

Setelah melakukan penelusuran terhadap penelitian terdahulu tentang dakwah melalui komedi ada persamaan dan perbedaan dalam penelitian ini, yaitu sama-sama menganalisis terhadap dakwah melalui komedi sedangkan

---

<sup>17</sup> Fitrotul Muzayyanah, *Retorika Dakwah Dalam Tayangan Stand Up Comedy Show Metro Tv Edisi Maulid Nabi 23 Januari 2013, Skripsi*, (Yogyakarta Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2013) hlm. X <http://digilib.uin-suka.ac.id/11552/1/BAB%20I%2C%20IV%2C%20DAFTAR%20PUSTAKA.pdf>

perbedaannya yaitu menggunakan metode penelitian dan teori dalam penelitian tersebut.

## **F. Metode Penelitian**

Metodologi Penelitian adalah suatu cara atau proses ilmiah guna mendapatkan data yang akan digunakan untuk keperluan penelitian dalam usaha mendapatkan hasil dari sebuah permasalahan yang spesifik.

Setiap penelitian memiliki tujuan dan kegunaan tertentu. Secara umum tujuan penelitian ada tiga macam yaitu yang bersifat penemuan, pembuktian dan pengembangan. Penemuan berarti data yang diperoleh dari penelitian itu adalah data yang betul-betul baru yang sebelumnya belum pernah diketahui. Pembuktian berarti data yang diperoleh itu digunakan untuk membuktikan adanya keraguan terhadap informasi atau pengetahuan tertentu, dan pengembangan berarti memperdalam dan memperluas pengetahuan yang telah ada.<sup>18</sup>

### **1. Jenis Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan secara kualitatif karena penelitian kualitatif ini sesuai dalam memahami makna yang mendasari tingkah laku partisipan untuk mendeskripsikan fenomena guna melahirkan sesuai teori, untuk memahami keadaan yang terbatas jumlahnya dengan focus yang mendalam dan rinci, menghendaki terfokus pada interaksi manusia dan proses-proses yang digunakan.

### **2. Pendekatan Penelitian**

---

<sup>18</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta: 2013), hlm. 3

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, penelitian kualitatif merupakan proses penelitian yang menghasilkan prosedur analisis yang tidak menggunakan prosedur analisis statistik atau cara kuantifikasi lainnya. Metode ini disebut juga sebagai metode artistik, karena proses penelitiannya lebih bersifat seni (kurang terpolari), dan disebut sebagai metode interpretive karena data hasil penelitian lebih berkenaan dengan interpretasi terhadap data yang ditemukan di lapangan.<sup>19</sup> Penelitian kualitatif didasarkan pada upaya membangun pandangan mereka yang diteliti yang rinci, dibentuk dengan kata-kata, gambaran holistic dan rumit. Menurut Jane Richic dalam Moleong 2007 : 6, penelitian kualitatif adalah upaya untuk menyajikan dunia sosial dan perspektifnya didalam dunia perilaku, dari segi konsep, perilaku, persepsi, dan persoalan tentang manusia yang diteliti. Dengan penelitian kualitatif, peneliti ingin mengetahui bagaimana transformasi dakwah islam dalam tayangan komedi. Diharapkan dalam penelitian ini dapat memperoleh pemahaman yang menyeluruh dan utuh tentang fenomena atau realitas yang diteliti.

### 3. Subjek dan Objek Penelitian

#### a. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah benda atau orang yang dapat diambil sumber data. Subjek data yang akan diteliti oleh peneliti adalah berupa

---

<sup>19</sup> Sugiyono, *Metode...*, hlm. 7

video Bocah Ngapa(K) Ya Ngabuburit yang tayang di Trans7 saat bulan Ramadhan 2019 dan terdapat di youtube dengan 105 video.

b. Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan masalah yang menjadi fokus penelitian. Objek penelitian ini adalah Bagaimana Transformasi Dakwah Islam dalam Film Komedi Berbasis Budaya Lokal.ta primer dan sumber data sekunder. Pengambilan data ini bertujuan untuk memperoleh informasi sebanyak mungkin.

4. Sumber Penelitian

Dalam penelitian ini memiliki dua sumber yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Pengambilan data ini bertujuan untuk memperoleh informasi sebanyak mungkin.

a. Sumber Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari data yang peneliti dari sumber yang memberikan data kepada pengumpul data.

Data tersebut bisa berupa ragam kasus baik berupa orang, barang atau lainnya yang menjadi sumber subjek penelitian.<sup>20</sup> Dalam penelitian

sumber primer yang diperoleh atau didownload dari youtube pada tanggal 20 Mei 2020 yaitu Tayangan Bocah Ngapak Ya Ngabuburit dalam situs youtubanya salah satu televisi swasta di Indonesia yaitu Trans7, peneliti mengambil data dari media internet.

---

<sup>20</sup> Tim Penyusun. *Pedoman Penulisan Skripsi*. (Purwokerto: STAIN Press, 2014). Hlm. 7

b. Sumber Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak lain, tidak langsung diperoleh peneliti dari subyek penelitiannya. Bentuk sumber data sekunder dapat berupa berkas dari lembaga terkait, buku-buku, video, internet, berita dari media massa dan data-data yang bersifat menunjang peneliti.<sup>21</sup> Dalam penelitian ini yang termasuk sumber sekunder yaitu Tayangan Bocah Ngapak (Ya) Ngabuburit, peneliti dapatkan dari skripsi dan jurnal.

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang peneliti lakukan yaitu melalui dokumentasi. Metode dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mengumpulkan bahan dokumen untuk melengkapi sebagai data primer. Data tersebut berupa catatan, gambar, audio, video, tulisan-tulisan, buku-buku, hasil penelitian, jurnal, sumber internet dan data yang mendukung peneliti dalam penelitian ilmiah yang berkaitan dengan masalah penelitian. Dokumentasi sebagai aktivitas, dimaksudkan dengan peneliti mencari, menonton dan menyimak rangkaian cerita yang dikemas dalam film Bocah Ngapa(k) Ya Ngabuburit pada bulan Ramadhan dengan 105 video di youtube.

- a. Menentukan tujuan dari penelitian yang dilakukan. Tujuan pada penelitian ini adalah untuk menemukan transformasi Dakwah Islam dalam tayangan komedi.

---

<sup>21</sup> Tim Penyusun. *Pedoman Penulisan Skripsi...* Hlm. 8

- b. Mencari Pesan yang terkandung disetiap tema atau adegan yang menjadi fokus penelitian dalam tayangan Bocah Ngapa(k) Ya Nagbuburit pada bulan Ramadhan dengan 105 video di youtube..
- c. Menemukan dan menentukan perilaku tokoh atau adegan-adegan yang merepresentasikan Dakwah Islam dalam tayangan Bocah Ngapa (k) Ya Ngabuburit pada bulan Ramadhan dengan 105 video di youtube..

#### 6. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif adalah aktivitas yang dilakukan secara terus menerus selama penelitian berlangsung, dilakukan mulai dari mengumpulkan data sampai pada tahap penulisan laporan.<sup>22</sup> Proses analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan seiring dengan proses pengumpulan data yakni dengan beberapa tahapan, yaitu:

##### a. Reduksi data (*Data Reduction*)

Mereduksi data artinya merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, mencari tema dan pola serta membuang hal-hal yang tidak diperlukan. Dengan data yang direduksi, tentu akan memberikan gambaran yang lebih jelas serta mempermudah peneliti dalam mengumpulkan data selanjutnya.<sup>23</sup>

Teknik ini akan digunakan penulis untuk mereduksi data tentang pesan-pesan dakwah islam yang terdapat dalam tayangan video Bocah

---

<sup>22</sup> Afrizal, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), Hlm. 176.

<sup>23</sup>Sugiyono, *Metode...*, hlm. 338.

Ngapa (k) Ya Ngabuburit dengan jumlah video 105 dan terdiri dari beberapa tema yang berbeda. Kemudian data tersebut akan dianalisis dengan memilih data yang diperlukan dalam penelitian, sehingga data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang jelas tentang bagaimana pesan-pesan dakwah islam yang terdapat dalam tayangan komedi tersebut.

b. Penyajian data (*Data Display*)

Penyajian data dalam penelitian kualitatif bisa dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart*, dan sejenisnya. Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.<sup>24</sup>

c. Verifikasi (*Conclusion Drawing*)

Langkah ketiga dalam teknik analisis data adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah apabila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Namun apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.<sup>25</sup>

Ini artinya, dalam penelitian kualitatif mungkin saja dapat menjawab rumusan masalah sejak awal, mungkin saja tidak. Tergantung

---

<sup>24</sup> Sugiyono, *Metode...*, hlm. 341.

<sup>25</sup> Sugiyono, *Metode...*, Hlm 345.

bagaimana selanjutnya setelah diverifikasi. Yakni kredibel atau tidak. Bahkan bisa saja kesimpulan berupa temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi yang masih samar-samar setelah diteliti menjadi jelas.<sup>26</sup>

### **G. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan merupakan suatu penjabaran secara deskriptif tentang hal-hal yang akan ditulis, secara garis besar terdiri dari bagian awal, bagian isi dan bagian akhir. Maka dalam sistematika penulisan skripsi ini, peneliti membagi dalam bab yaitu:

*Bab Pertama*, berisi mengenai pendahuluan. Penulis memaparkan latar belakang masalah, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan, dan manfaat penelitian, kajian pustaka, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

*Bab Kedua*, berisi tentang kerangka teori membahas tentang dakwah dan komedi yang berkaitan dengan apa yang akan penulis. Dalam penelitian ini penulis memaparkan menjadi enam sub bab terdiri dari dakwah, dakwah Islam, komedi, budaya lokal, perubahan sosial dan teori konstruksi sosial, media populer.

*Bab ketiga*, berisi ketersediaan data yang telah disediakan penulis. Dalam bab ini membahas mengenai tayangan bocah nagapa (k) ya ngabuburit yang penulis sediakan dengan empat sub bab yaitu riview tayangan bocah nagapa (k) ya ngabuburit, isi konten tayangan bocah nagapa (k) ya ngabuburit pada bulan

---

<sup>26</sup> Sugiyono, *Metode...*, Hlm. 345.

ramadgan 2019, tema-tema Islam dalam tayangan bocah nagapa (k) ya ngabuburit pada bulan ramadhan 2019, dan masyarakat modern.

*Bab Empat*, merupakan analisis rumusan masalah atas data yang telah disediakan di bab ketiga. Penulis memaparkan dalam lima sub bab diantaranya yaitu masyarakat islam dalam kehidupan industrialis, industri media, selera pasar, komedi dalam media, islam dan budaya lokal dalam industri media.

*Bab kelima*, merupakan penutup dari skripsi ini yang berisi kesimpulan, saran-saran dan kata penutup.



IAIN PURWOKERTO

## BAB II

### DAKWAH DAN KOMEDI

#### A. Dakwah Islam

##### 1. Pengertian Dakwah

Secara bahasa, dakwah berasal dari kata *da'a-yad'u-da'watan* yang artinya memanggil, menyeru, menegaskan, mengundang, minta tolong kepada, mengajak kepada sesuatu, mengubah dengan perkataan atau perbuatan, berdoa, memohon, dan amal. Arti-arti tersebut di dalam Al-Qur'an. masih bersifat umum seperti pada firman Allah dalam surat Yunus (10) Ayat 25

وَاللَّهُ يَدْعُو إِلَى دَارِ السَّلَامِ وَيَهْدِي مَنْ شَاءَ إِلَى صِرَاطٍ مُسْتَقِيمٍ

yang artinya “Dan Allah menyeru (manusia) ke *Darussalam* / (surga), dan memberikan petunjuk kepada orang yang Dia kehendaki ke jalan yang lurus”.

Dari ayat tersebut dakwah berarti mengajak kepada kebaikan. Sedangkan firman Allah dalam surat Yusuf (12) Ayat 33 yang artinya “yusuf berkata: wahai Tuhanku, penjara lebih aku sukai daripada memenuhi ajakan mereka kepadaku. Ayat tersebut memberikan arti dakwah dengan mengajak kepada kejahatan. Dengan demikian dakwah secara bahasa masih identik dengan komunikasi yang maknanya bersifat umum.<sup>1</sup>

Secara istilah, para Ulama berbeda pendapat dalam mengartikan atau menafsirkan dakwah, hal tersebut dikarenakan oleh perbedaaan mereka dalam

---

<sup>1</sup> Abdul Basit, *Filsafat Dakwah*, (PT Rajagrafindo: Depok: 2013), Hlm. 43-44

memandang serta memaknai kalimat dakwah itu sendiri. Sebagian ulama seperti yang diungkapkan oleh Muhammad Abu al-Futh dalam kitabnya *al-Madkhal ila 'ilm ad-Da'wat* yang telah dikutip oleh Faizah dan Lalu Muchsin mengatakan, bahwa dakwah adalah menyampaikan (*at-tabligh*) dan menerangkan (*al-bayan*) apa yang telah dibawa oleh Nabi Muhammad SAW.<sup>2</sup>

Adapun seperti kutipan dari Abdul Basit dalam bukunya *Filsafat Dakwah* mengatakan bahwa pendapat dari Taufik Al-Wa'i dakwah adalah mengajak kepada pengesaan Allah dengan menyatakan dua kalimat syahadat dan mengikuti kaidah-kaidah dan ketentuan-ketentuan Allah dimuka bumi baik perkataan maupun perbuatan, sebagaimana yang terdapat dalam Al-Qur'an dan Assunah, bertujuan untuk mendapat keridha'anNya serta memperoleh kebahagiaan di dunia dan di akhirat. Sedangkan menurut Syaikh Ali Mahfudz. Dakwah adalah mendorong atau memberikan motivasi kepada manusia untuk melaksanakan kebaikan dan mengikuti petunjuk serta memerintah berbuat ma'ruf dan mencegah dari perbuatan munkar agar mereka memperoleh kebahagiaan didunia dan diakhirat.<sup>3</sup>

Menurut Didin Hafidudin, dakwah merupakan kegiatan yang benar-benar direncanakan, dilaksanakan, dan dievaluasi secara terus menerus oleh para pengemban dakwah untuk mengukuhkan sasaran-sasaran dakwah agar masuk ke jalan Allah SWT. Secara bertahap menuju kehidupan yang Islami.<sup>4</sup>

---

<sup>2</sup> Faizah & Lalu Muchsin, *Psikologi Dakwah*, (Prenata Media: Jakarta: 2006) Hlm. 5

<sup>3</sup> Abdul Basit, *Filsafat.....*, Hlm. 44

<sup>4</sup> Didin Hafidudin, *Dakwah Aktual*, (Jakarta: Gema Insani Press, 1998), Hlm.77

Selanjutnya menurut M. Natsir, dakwah adalah usaha yang dilakukan dalam meyerukan dan menyampaikan konsepsi Islam tentang pandangan dan tujuan hidup manusia di dunia ini kepada seluruh umat manusia, meliputi *amar ma'ruf nahi munkar* dengan berbagai media yang diperbolehkan akhlak dan membimbing pengalamannya dalam kehidupan bermasyarakat dan kehidupan bernegara.<sup>5</sup>

Kemudian menurut Amsul Munir Amin dalam bukunya Rekonstruksi Pemikiran Dakwah Islam menyebutkan bahwa dakwah adalah suatu aktivitas yang dilakukan secara sadar dalam rangka menyampaikan pesan-pesan agama islam kepada orang lain agar mereka menerima ajaran islam tersebut dan menjalankannya dengan baik, dalam kehidupan perorangan maupun bermasyarakat untuk mencapai kebahagiaan manusia baik di dunia maupun diakhirat, dengan menggunakan berbagai media dan cara-cara tertentu.<sup>6</sup>

Dari beberapa pendapat mengenai pengertian dakwah sebagaimana yang dijelaskan di atas, meskipun terdapat perbedaan-perbedaan kalimat, namun sebenarnya tidaklah terdapat perbedaan prinsipil. Dari pengertian atau definisi di atas kiranya dapat disimpulkan bahwa:

- a. Dakwah merupakan suatu aktivitas yang direncanakan atau proses usaha yang dilakukan dengan sadar dan sengaja.
- b. Aktivitas atau usaha untuk mengajak, menyeru, memanggil, atau memotivasi menggunakan metode yang sesuai dengan kaidah Islam.

---

<sup>5</sup> Samsul Munir, *Rekonstruksi Pemikiran Dakwah Islam*, (Jakarta: Amzah, 2008), hlm. 5

<sup>6</sup> Samsul Munir, *Rekonstruksi.....*, hlm. 8

- c. Usaha yang dilakukan tersebut berupa mengajak orang untuk beriman dan mentaati Allah SWT, *amar ma'ruf nahi munkar* serta pembangunan masyarakat (*ishlah*).
- d. Proses penyelenggaraan usaha tersebut dilakukan untuk mencapai tujuan yaitu kebahagiaan dan kesejahteraan hidup yang diridhai Allah SWT baik di dunia maupun di akhirat nanti.

Dengan demikian, dakwah merupakan suatu aktivitas atau usaha mengajak orang untuk beriman dan mentaati Allah SWT, *amar ma'ruf nahi munkar* serta pembangunan masyarakat (*ishlah*), dilakukan secara sadar dan direncanakan dengan menggunakan metode yang sesuai dengan kaidah Islam, yang bertujuan untuk mencapai tujuan yaitu kebahagiaan dan kesejahteraan hidup yang diridhai Allah SWT baik di dunia maupun di akhirat nanti.

## 2. Instrumen Dakwah

Instrumen dakwah yaitu alat atau media yang digunakan untuk mempermudah melakukan penyampaian pesan dakwah kepada mad'u. Instrumen ini bisa dimanfaatkan oleh Da'i dalam penyampaian dakwahnya baik yang dalam bentuk lisan ataupun tulisan.<sup>7</sup>

Media berasal dari bahasa Latin *medium* yang artinya perantara, pengantar atau tengah. Dalam pengertian tunggal dipakai istilah medium, sedangkan dalam pengertian jamak dipakai istilah media. Kemudian istilah

---

<sup>7</sup> Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, ( Jakarta: Rajawali Pers: 2011) hlm.9

media itu digunakan bahasa Inggris dan diserap ke dalam bahasa Indonesia, dengan makna antara lain: alat komunikasi, atau perantara, atau penghubung.<sup>8</sup>

Pada zaman Rasulullah, beliau dan sahabatnya melaksanakan kegiatan dakwahnya dengan media yang sangat terbatas, yaitu berkisar pada dakwah *qualiyah bi al-lisan* dan dakwah *fi'liyah bi al-uswah*, ditambah dengan media penggunaan surat (*rasail*) yang sangat terbatas. Satu abad kemudian, dakwah menggunakan media yaitu *qashas* (tukang cerita) dan *muallafat* karangan (tertulis) diperkenalkan. Muallaf atau karangan tertulis menjadi media yang berkembang cukup pesat dan dapat bertahan sampai saat ini. Pada abad ke-14 Hijriyah perkembangan di bidang ilmu pengetahuan dan teknologi sangat pesat, sehingga pengaruh negatif pun berdampak terhadap dakwah. Namun tidak terpungkiri terdapat juga pengaruh positif yang dapat mendorong lajunya dakwah.<sup>9</sup>

Tak terpungkiri di Indonesia sendiri saat ini masyarakatnya semakin berkembang dari konvensional menuju masyarakat digital, dimana saat ini masyarakat Indonesia begitu mengikuti perkembangan zaman yang disetiap harinya tidak lepas dari media digital. Penggunaan media yang tepat akan menghasilkan dakwah yang efektif. Saat ini menggunakan media-media dan alat-alat modern yang sudah berkembang merupakan suatu keharusan yang digunakan dalam berdakwah untuk mencapai efektifitas dakwah. Pada hakikatnya instrument atau media merupakan saluran yang digunakan

---

<sup>8</sup> Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi* (Yogyakarta: Graha Ilmu: 2011) Hlm.89

<sup>9</sup> Irzum Fariyah, *Media Dakwah Pop*, (AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam volume 1, Nomor 2, 2013). Hlm 28 Melalui <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/komunikasi/article/download/432/456> Diakses Pada 24 Juli 2020 Pukul 21.19 WIB.

seseorang untuk menyatakan gagasan manusia dalam kehidupan bermasyarakat. Oleh karena itu eksistensi dan urgensi media dalam bermasyarakat menjadi penting bagi dakwah dalam menopang budaya dan peradaban manusia modern.<sup>10</sup>

Seperti kutipan Anwar Arifin dalam bukunya yang berjudul *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi*, menurut Arifin sendiri media dibagi ke dalam tiga bentuk. Pertama media yang menyalurkan ucapan (*spoken words*), termasuk juga yang berbentuk bunyi, yang sejak dahulu sudah dikenal dan dimanfaatkan sebagai medium yang utama, dan arena hanya dapat ditangkap oleh telinga, maka dinamakan juga *auditive media* (media auditif atau media dengar). Media yang termasuk dalam kategori ini, antara lain gendang, kentongan (*alarm block*), telepon dan radio. Kedua media yang menyalurkan tulisan (*printed writing*), dan karena hanya ditangkap oleh mata maka disebut juga visual media (media visual atau media pandang). Media yang masuk dalam kategori ini, antara lain prasasti, selebaran, pamphlet, poster, brosur, baliho, spanduk, surat kabar, majalah dan buku. Ketiga, media yang menyalurkan gambar hidup, dan karena dapat ditangkap oleh mata dan telinga sekaligus, maka disebut *audio visual* (media audio visual atau media dengar pandang). Media yang termasuk dalam bentuk ini merupakan film dan televisi. Semua jenis media tersebut dapat dimanfaatkan sebagai media atau instrumen dakwah.<sup>11</sup>

Perkembangan media komunikasi saat ini memberikan perubahan yang cukup mendasar. Banyak media yang dapat digunakan untuk

---

<sup>10</sup> Kustadi Suhandang, *Ilmu Dakwah Perspektif Komunikasi* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya : 2013), Hlm. 89

<sup>11</sup> Kustadi Suhandang, *Ilmu Dakwah.....*, Hlm. 89

menyampaikan pesan dakwah secara massif (dengan target penerimaan yang besar) dan dalam waktu yang relatif cepat. Pemanfaatan media massa dalam aktivitas dakwah Islam juga merupakan salah satu cara efektif dalam mengimbangi dan meminimalisir dampak negatif yang ada dalam media tersebut. Jadi, para da'i harus tanggap dengan adanya perkembangan teknologi komunikasi sehingga mampu memanfaatkan media yang ada terutama media massa modern. Sementara sebuah film atau tayangan yang ada di televisi merupakan media yang begitu pas dalam memberikan *influence* bagi masyarakat umum. Media dakwah melalui seni dan budaya sangat efektif dan terasa signifikan dalam hal penerapan ideologi Islam. Penonton seringkali terpengaruh dan cenderung mengikuti seperti halnya peran yang ada pada tayangan tersebut. Hal ini dapat menjadi peluang yang baik bagi pelaku dakwah ketika efek dari tayangan tersebut bisa diisi dengan konten-konten keislaman. Adapun dari beberapa tayangan tersebut komedi menjadi salah satu genre yang menarik, komedi bisa membuat penonton tertawa, dari anggapan orang awam bahwa komedi hanya sekedar sambil lalu memetik tawa, namun dalam beberapa film atau tayangan yang ada di televisi genre komedi menjadi satu potensi yang sangat besar yang bisa dimanfaatkan untuk aktifitas dakwah karena sifatnya yang ringan sehingga mudah diterima, tidak menggurui dan dapat memberikan efek relaksasi.<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup> Afifulloh, *Film Komedi Sebagai Media Dakwah (Analisis Film "Insya Allah Sah")*, Skripsi, (Semarang: Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2019), Hlm. 37-39 <http://eprints.walisongo.ac.id/10024/1/SKRIPSI%20LENGKAP.pdf>

### 3. Tujuan Dakwah

Tujuan Dakwah merupakan salah satu unsur yang penting dalam aktivitas dakwah Islam. Tujuan dakwah dapat diibaratkan sebagai sebuah mimpi dan cita-cita yang hendak dicapai oleh Da'i. Karena tujuan tersebut akan menentukan strategi bahkan besar kecilnya semangat seorang Da'i dalam melakukan dakwah Islam bisa dilihat dari tujuan dakwah tersebut. Semakin mantap dan jelas tujuan yang hendak dicapainya, maka strategi yang dirancang untuk mencapai tujuan akan semakin jelas. Semakin mantap tujuan dan strategi yang dirancangnya, maka semakin besar pula pengaruhnya terhadap semangat Da'i dalam menjalankan dakwahnya. Tujuan Dakwah menurut M. Natsir adalah *Pertama* memanggil kita terhadap syariat dan agama agar dapat mengatur dirinya sesuai dengan agama, untuk memberikan petunjuk kepada manusia agar memperoleh kesejahteraan hidup dan memotivasi manusia agar memiliki semangat untuk mencapai taraf kehidupan yang lebih baik. *Kedua*, memanggil kita kepada fungsi hidup kita sebagai hamba Allah di atas dunia yang terdapat manusia dengan berbagai pola pendirian dan kepercayaan, yakni fungsi sebagai *syuhada 'ala an-nas*, menjadi pelopor dan pengawas bagi umat manusia. *Ketiga*, dakwah bertujuan untuk memanggil kita kepada tujuan hidup kita yang hakiki, yaitu menyembah Allah.<sup>13</sup>

Tujuan Dakwah (*Maqhasid al-Dakwah*) menurut Wahidin Saputra dalam bukunya yang berjudul Pengantar Ilmu Dakwah merupakan tujuan

---

<sup>13</sup> Thohir Luth, *M.Natsir Dakwah Dan Pemikirannya*, (Jakarta: Gema Iainsani Pres: 1999) Hlm. 70-71

yang hendak dicapai oleh kegiatan dakwah yaitu ada dua, tujuan jangka pendek dan tujuan jangka panjang. Tujuan jangka pendek yang dimaksud adalah agar manusia mematuhi ajaran Allah dan Rasul-Nya dalam kehidupan sehari-hari, sehingga tercipta manusia yang berakhlak mulia, dan tercapainya individu yang baik (*khoiru al-fardiyah*), keluarga yang sakinah/harmonis/ (*khairu al-usrah*), komunitas yang tangguh (*khpiru al-jamaah*) masyarakat madani/*civil society* (*khairu al-ummah*) dan pada akhirnya akan membentuk bangsa yang sejahtera dan maju (*khairu al-baldah*) atau dalam istilah yang disebut dalam Al-Quran yaitu: *Baldatun Thoiiyyibatun wa robbun ghofur*.

#### 4. Karakter Dakwah Islam

Islam merupakan agama dakwah yang memiliki karakter tersendiri dalam mengajak dan memperkenalkan Islam itu sendiri. Seperti yang disebut M. Natsir jika etika dalam berdakwah itu sangat penting dalam mendukung proses pencapaian tujuan dakwah. Dakwah tidak dilakukan dengan rasa benci dan permusuhan, menjauhi sikap menuding serta saling mengkafirkan, menghukumi dengan label haram, munafik dan sebagainya. Tetapi pelaku dakwah hendaknya menunmbuhkan rasa cinta dan persaudaraan, berakhlakul karimah menggunakan tutur kata yang baik agar misi Islam *rahmat li al-'amin* dapat menyentuh nurani umat. Dakwah islam juga mampu menciptakan kondisi yang bersahabat dan akrab dengan para objek dakwah agar mereka termotivasi ikut merasa bertanggung jawab

sebagai umat muslim untuk meneruskan pesan-pesan tersebut kepada teman-temannya yang lain sebagai kelanjutan informasi dakwah yang diterimanya.<sup>14</sup>

Karakter bisa juga diartikan dengan metode, dalam hal ini dakwah Islam menjelaskan metode yang dapat diterapkan dalam berdakwah telah tertuang dalam al-Quran surat An-nahl ayat 125 :

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْتَمُّ  
بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ, وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya: “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahalah mereka dengan cara yang baik, sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk”

Berdasarkan ayat tersebut islam memiliki 3 karakter atau metode dalam menyampaikan dakwahnya yaitu :

a. Al- Hikmah

Dalam bahasa Indonesia kata hikmah diartikan dengan bijaksana, keadilan, kesabaran dan ketabahan, ilmu pengetahuan atau pendapat yang baik. Sedangkan dalam bahasa Arab kata hikmah berarti suatu pelajaran yang datang dari Allah SWT. Hikmah merupakan sebuah metode pendekatan kepada mad'u dalam mengajak atau menyampaikan ajaran agama Islam kemudian dapat mendorong dan merangsang orang tersebut untuk menjalankan nilai-nilai atau ajaran agama Islam atas dasar kemauan

---

<sup>14</sup> Thohir Luth, *M.Natsir Dakwah Dan Pemikirannya*, (Jakarta: Gema Iainsani Pres: 1999) Hlm. 68-69

sendiri, tidak dengan paksaan, konflik, maupun rasa tertekan.<sup>15</sup> Dakwah dengan cara hikmah menuntun da'i untuk senantiasa mengenali objek dakwahnya dari suasana, situasi, dan kondisinya, Dai juga harus melihat dari keadaan objek seperti tingkat pendidikan, usia, suasana psikologis, kultural dan lain sebagainya.<sup>16</sup> Agar ia mampu mendorong serta memotivasi orang untuk terus memperbaiki diri. Karena tidak setiap orang dapat diberikan pesan dan motivasi dengan cara yang sama. Dengan demikian da'i dituntut untuk memiliki pengetahuan yang luas. Dakwah al-hikmah menurut Sayid Qutb harus memperhatikan tiga hal, yaitu:

- 1) Keadaan dan situasi orang yang didakwahi
- 2) Kadar atau ukuran materi dakwah yang disampaikan harus sesuai dengan tingkat pemahaman mad'u.
- 3) Metode penyampaian materi dakwah harus dibuat sedemikian rupa agar menarik perhatian mad'u.<sup>17</sup>

#### b. Maudzah Hasanah

Maudzah Hasanah memiliki beberapa pengertian yaitu seperti pelajaran dan nasehat yang baik, Penerangan, tutur kata yang lembut dengan gaya bahasa yang mengesankan, penuh kasih sayang dan

---

<sup>15</sup> Rophingi El Ishaq, *Pengantar Ilmu Dakwah Studi Komprehensif Dakwah Dari Teori Ke Praktik*, (Malang: Madani: 2016). Hlm. 111-112

<sup>16</sup> Nur Alidayatillah, *Dakwah Dinamis Di Era Modern* (Pendekatan Manajemen Dakwah), (Jurnal An-nida', Jurnal Pemikiran Dakwah, Vol. 41 No. 2 I 256: 2017). Hlm. 3 Diakses Pada 26 Juli 2020 Melalui [Http://Ejournal.Uin-Suska.Ac.Id/Index.Php/Anida/Article/View/4658](http://Ejournal.Uin-Suska.Ac.Id/Index.Php/Anida/Article/View/4658)

<sup>17</sup> Nur Alidayatillah, *Dakwah Dinamis,,,,,* Hlm. 3

menyentuh hati manusia.<sup>18</sup> Metode ini seringkali diartikan dengan pelajaran yang baik kemudian dipraktikan dalam bentuk cara ceramah keagamaan. Kunci dari metode ini adalah dengan memberikan nasehat yang baik berupa materi yang disampaikan mengandung dorongan agar orang akan selalu berbuat kebaikan.<sup>19</sup>

c. Mujadalah

Mujadalah dalam bahasa arab merupakan bentuk masdar dari kata jadala yang berkembang menjadi jaadala kemudian menjadali mujaadalah yang artinya perdebatan atau perbantahan. Jadi dakwah bi al-mujadalah adalah dakwah dengan cara melakukan perdebatan atau perbantahan kepada objek dakwah. Dakwah dengan cara ini dapat dilakukan secara langsung ataupun tidak langsung. Perdebatan secara langsung dapat dilakukna dengan secara lisan dengan cara berargument. Perbantahan secara langsung ini memerlukan kemampuan retorik dan logika yang baik agar bisa mengemukakan dalil serta bukti untuk membuktikan dan mematahkan logika lawan.<sup>20</sup>

Sedangkan perdebatan atau pembantahan secara tidak langsung dilakukan dengan cara menyebarkan berbagai gagasan yang secara perlahan-lahan membangun paradig baru. Dalam hal ini media massa sangat berpengaruh dalam menyebarkan agama melalui metode ini.

Banyak sekali medi massa yang dapat digunakan seperti halnya film. Film

---

<sup>18</sup> Nur Alidayatillah, *Dakwah Dinamis Di Era Modern (Pendekatan Manajemen Dakwah)*, Jurnal An-nida'... Hlm. 3 Diakses Pada 26 Juli 2020 Melalui [Http://Ejournal.Uin-Suska.Ac.Id/Index.Php/Anida/Article/View/4658](http://Ejournal.Uin-Suska.Ac.Id/Index.Php/Anida/Article/View/4658)

<sup>19</sup> Rophingi El Ishaq, *Pengantar Ilmu Dakwah...* Hlm. 119

<sup>20</sup> Rophingi El Ishaq, *Pengantar Ilmu Dakwah...* Hlm. 122

menghadirkan sebuah cerita dengan memiliki citra yang mampu mempengaruhi pemikiran dan membangun budaya dalam masyarakat. Objek dakwah cenderung mudah terpengaruh dan mengikuti apa yang terkandung dalam sebuah cerita yang ditonton. Dengan ini menyampaikan pesan dakwah menggunakan film menjadi sarana dakwah yang efektif.<sup>21</sup> kemudian dengan kata lain dakwah menggunakan metode mujadalah adalah sarana terakhir yang digunakan pendakwah saat kedua metode di atas sudah mulai tak banyak yang diminati.

Dari ketiga karakter dakwah Islam di atas, Islam juga memiliki beberapa prinsip Ajaran Islam yang sangat berpengaruh dalam jalannya penyamaan ajaran Islam tersebut yaitu sebagai berikut:

a. Theokratis

Ajaran Islam bersifat Theokratis, pusat dari kehidupan manusia adalah Tuhan bukan manusia itu sendiri. Secara fisik pusat dari kehidupan di dunia (bumi) adalah manusia. Subjek dari berbagai aktivitas di bumi memanglah manusia, tetapi bukan manusia yang menjadi pusat dari kehidupan. Pusat dari seluruh kehidupan yaitu Allah SWT. Allah yang menjadikan manusia subjek di kehidupan bumi yang ditugaskan untuk menjadi khalifah (subjek) di muka bumi. Namun pusat seluruh kehidupan ada di Allah SWT, sebagaimana yang dijelaskan dalam Al-Quran surat al-Baqoroh ayat 30.<sup>22</sup>

b. Rasional

---

<sup>21</sup> Rophingi El Ishaq, *Pengantar Ilmu....*, Hlm. 123

<sup>22</sup> Rophingi El Ishaq, *Pengantar Ilmu Dakwah Studi Komprehensif Dakwah Dari Teori Ke Praktik*, Madani: Malang: 2016. Hlm.81

Ajaran Islam bersifat rasional, dapat diterima dengan akal sehat. Perintah dan larangan dalam ajaran Islam di dasarkan pada manfaat dan madlarnya bagi kepentingan manusia. Jika diperintahkan, maka berarti membawa manfaat didalamnya. Jika dilarang, maka berarti membawa madlarat didalamnya. Jadi ajaran Islam bisa digali argumentasinya.<sup>23</sup> Ajaran Islam yang rasional akan mendorong manusia untuk menggunakan akalnya menjadikan Islam senantiasa cocok dengan segala zaman. Rasionalitas Islam menjadikannya sebagai agama yang sesuai dengan kepentingan manusia. Islam menjadi ajaran yang dapat mengantarkan manusia mampu menyelesaikan serta menjawab problematika hidup yang dihadapinya.<sup>24</sup>

c. Universal

Ajaran Islam bersifat Universal, universal yang dimaksud yaitu ajaran Islam diberikan untuk umat Islam, non Islam, dan alam semesta. Seperti dijelaskan dalam surat Al-Anbiya ayat 107 yang artinya: “Dan tiadalah kami mengutus kamu, melainkan untuk (menjadi) rahmat bagi semesta alam”. Ayat tersebut menjelaskan jika diutusnya Nabi Muhammad SAW bukan hanya untuk orang Quraisy atau bangsa Arab saja, tetapi untuk seluruh umat manusia dimuka bumi beserta alam semesta.<sup>25</sup>

d. Futuristik (Eskatologis)

---

<sup>23</sup> Rophingi El Ishaq, *Pengantar Ilmu...*, Hlm.91

<sup>24</sup> Rophingi El Ishaq, *Pengantar Ilmu...*, Hlm.93

<sup>25</sup> Rophingi El Ishaq, *Pengantar Ilmu...*, Hlm.94

Ajaran Islam berorientasi jangka panjang, jadi tidak hanya membahas tentang kehidupan didunia melainkan kehidupan sesudah mati juga. Dalam surat al-Qashas ayat 77 diatas telah disebutkan yang artinya: “dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan kebahagiaanmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan”.<sup>26</sup>

#### 5. Ruang Lingkup Dakwah Islam

Dakwah Islam memiliki area yang penting dalam menyampaikan isi dari pesan dakwahnya tersebut. Maka dari itu ruang lingkup dakwah Islam yaitu cangkupan pesan yang meliputi seluruh ajaran Islam yang memuat dalam Al-Quran dan Hadist, dalam hal ini pada pokoknya meliputi tiga hal, yaitu:

##### a. Aqidah

Aqidah yaitu suatu keyakinan, keimanan kepada Allah SWT, kepada malaikat, kitab Rosul, qadha dan qodhar, serta hari akhir / kiamat.

Keimanan inilah yang seharusnya menjadi landasan fundamental dalam sikap dan aktivitas serta perilaku sehari-hari seorang muslim. Dalam hal ini Islam mengharuskan umatnya untuk melakukan persaksian (syahadat) bagi yang hendak menganut Islam. Persaksian ini sebagai bentuk penegasan identitas dihadapan orang lain bahwa ia sudah meyakini dan

---

<sup>26</sup> Rophingi El Ishaq, *Pengantar Ilmu...*, Hlm. 100.

beriman kepada Allah SWT dan RasulNya. Namun iman dan amal sangat berkaitan dengan erat. Antara keyakinan dan amal sebagai manifestasi dari keimana seseorang. Sehingga seseorang tidak dapat diakui keimanannya jika hanya mengucapkan syahadat sementara tidak melakukan perbuatan sebagaimana dituntun dalam system keimanan.<sup>27</sup>

b. Syari'ah

Syari'ah merupakan serangkaian ajaran Islam atau tuntutan yang menyangkut tentang tata cara beribadah, dan menyangkut dalam kehidupan baik hal-hal yang boleh dan tidak boleh, yang dilarang, dianjurkan dan dibolehkan, sebagai seorang muslim.<sup>28</sup>

c. Muamalah

Muamalah sering disebut sebagai interaksi atau hubungan antar manusia, baik secara individu atau secara kelompok. Agama islam tidak hanya dituntut untuk beribadah secara langsung (mahdhah), tetapi juga dituntut menjalankan prinsip-prinsip yang diajarkan agama Islam dalam hal berinteraksi terhadap sesama manusia. Islam mengajarkan bahwa Iman, amal shalih, dan saling menasehati akan membawa manusia itu jauh dari kerugian. Ketiga hal tersebut saling berkaitan. Manusia tidaklah cukup hanya dengan beriman saja tetapi juga harus mengaplikasikannya dalam amal shalih salah satunya bisa dengan saling menasehati satu sama lain.<sup>29</sup>

---

<sup>27</sup> Rophingi El Ishaq, *Pengantar Ilmu...*, Hlm. 77

<sup>28</sup> Rophingi El Ishaq, *Pengantar Ilmu...*, Hlm. 78

<sup>29</sup> Rophingi El Ishaq, *Pengantar Ilmu...*, Hlm. 78-79

d. Akhlak

Secara bahasa Akhlak berarti budi pekerti, perangai, tingkah laku dan tabiat. Maka dari itu, akhlak menyangkut tata cara menghias diri dalam melakukan hubungan dengan Allah (Ibadah) dan berhubungan sesama manusia serta sesama makhluk Allah. Al-Ghazali menyebutkan akhlak sebagai suatu sifat yang tetap pada seseorang, yang mendorong untuk melakukan perbuatan yang mudah tanpa membutuhkan sebuah pemikiran.<sup>30</sup>

6. Perubahan Dalam Dakwah

Seseorang setelah mendapat sentuhan dakwah pasti akan terdapat perubahan dalam dirinya. Baik perubahan dari ucapan maupun perbuatannya. Namun tidak semua perubahan itu bisa terlihat oleh mata. Kegiatan keagamaan yang dihadiri oleh banyaknya jamaah bukanlah menjadi tujuan dakwah dalam suatu perubahan menuju keberhasilan, namun itu hanya menjadi sebuah indikator saja. Dalam hal ini tujuan dakwah yang sesungguhnya bukan hanya mengislamkan orang-orang kafir tetapi dakwah yang bertujuan untuk menumbuhkan sebuah kesadaran keagamaan dalam masyarakat (komunikasi) akibat adanya dakwah, baik kesadaran yang berupa tingkah laku, sikap ataupun keyakinan. Tidaklah mudah menumbuhkan kesadaran keagamaan pada masyarakat (komunikasi), karena kesadaran adalah kondisi dimana seseorang mempunyai dorongan kemauan untuk melakukan sesuatu yang tumbuh dari dirinya sendiri tanpa harus adanya

---

<sup>30</sup> Rophingi El Ishaq, *Pengantar Ilmu.....*, Hlm. 80

stimulus yang terus menerus. Ia akan melakukan sesuatu yang ia sadari tanpa adanya stimulus bahwa sesuatu itu memang harus dilakukan. Dari sini penulis dapat melihat bahwa inti dari tugas seorang dai yaitu menumbuhkan kesadaran pada masyarakat (komunikan) untuk selalu mengabdikan dirinya kepada Allah SWT.<sup>31</sup>

Dakwah selalu diarahkan untuk memengaruhi tiga aspek perubahan pada diri mitra dakwah, yaitu aspek pengetahuan (knowledge), aspek sikapnya (attitude), dan aspek perilakunya (behavioral). Senada dengan pernyataan diatas, Jalaludin Rahmat menyatakan ketiga proses perubahan perilaku yaitu:

- a. Efek kognitif, terjadi bila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, atau dipersepsi khalayak. Efek ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan, atau informasi.
- b. Efek afektif, timbul bila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi atau dibenci khalayak, yang meliputi segala yang berhubungan dengan emosi, sikap, serta nilai.
- c. Efek ehavioral, yaitu merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati.

Yang meliputi pola-pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan berperilaku.<sup>32</sup>

---

<sup>31</sup> Slamet, *Prinsip-Prinsip Metodologi Dakwah*, (Surabaya : Al-Ikhlash: 1994). Hlm.43

<sup>32</sup> Jalaludin Rahmat, *Retorika Modern, Sebuah Kerangka Teori Dan Praktik Berpidato*, (Bandung: Akademika, 1982), Hlm 269

## B. Komedi

### 1. Sejarah industri Komedi

Komedi atau humor mungkin sudah ada sejak manusia mengenal bahasa, atau bahkan lebih tua. Humor sebagai salah satu sumber rasa gembira, mungkin sudah menyatu dengan kelahiran manusia. Jika dilacak asal usulnya, humor berasal dari kata Latin *umor* yang berarti cairan. Sejak tahun 400 M, orang Yunani kuno beranggapan bahwa terdapat 4 macam cairan didalam tubuh manusia untuk menjelaskan suasana dalam hati manusia, yaitu: darah (*sanguis*), lendir (*phlegm*), empedu kuning (*cholera*), dan empedu hitam (*melancholy*). Suasana hati dapat di tentukan saat Perimbangan antara jumlah cairan tersebut. Jika salah satu diantaranya lebih banyak diantara yang lainnya akan membawa pada suasana tertentu. Darah menentukan suasana gembira (*sanguine*), lendir menentukan suasana tenang atau dingin (*phlegmatic*), empedu kuning menentukan suasana marah (*cholera*), dan empedu hitam untuk suasana sedih (*melancholic*). Tiap cairan tersebut mempunyai karakteristik tersendiri dalam mempengaruhi setiap orang. Kekurangan darah menyebabkan orang tidak pemaarah. Kelebihan empedu kuning menyebabkan jadi ambisius, angkuh, pendendam, dan licik.<sup>33</sup>

Teori tentang cairan itu merupakan upaya pertama untuk menjelaskan tentang sesuatu yang disebut humor. Namun tampaknya pengertian humor

---

<sup>33</sup> Didiek Rahmanadji, *Sejarah Teori Jenis Dan Fungsi Humor*, (Seni Dan Desain Fakultas Sastra Universitas Negeri Malang 2007). Tahun 35, No. 2. Hlm 215. Diakses Pada 27 September 2020 Pukul 21.30 WIB <https://www.academia.edu/download/41878158/Sejarah-Teori-dan-Fungsi-Humor.pdf>

tersebut sudah tidak ada hubungannya dengan pengertian humor umum dizaman sekarang ini. Melihat perkembangan selanjutnya, selama berabad-abad, lahirlah segala macam teori yang berupaya untuk mendefinisikan humor, yang mengacu pada artian humor seperti yang sekarang lazim dimaksudkan, yang ada hubungannya dengan segala sesuatu yang membuat orang menjadi tersenyum, tertawa bahkan gembira.<sup>34</sup>

Perkembangan humor di Inggris sudah terlembaga sejak abad ke-1. Pada masa tersebut, terdapat penulis dan pemain teater humor yang sering disebut pemain komedi. Komedian yang terkenal yaitu Ben Johnson, yang satu karyanya berjudul *Man Out of His Humor*. Karya tersebut memperlihatkan dua bentuk humor yang berbeda dalam kehidupan, yaitu humor dalam kata-kata dan humor dalam tingkah laku. Selanjutnya pada Abad ke-17 merupakan zaman yang sangat pesat bagi perkembangan humor di Inggris, terutama dalam hal teater komedi dan naskah humor. Teater komedi kemudian menjadi tradisi masa selanjutnya.<sup>35</sup>

Di Indonesia sendiri, humor juga sudah menjadi bagian dari kesenian rakyat seperti ketoprak, lenong, atau ludruk, wayang kulit, wayang golek, dan sebagainya. Unsur humor didalam kelompok kesenian menjadi unsur penunjang, bahkan menjadi unsur penentu daya tarik. Humor yang dalam istilah lainnya sering disebut dengan lawak, banyol, degalan, dan

---

<sup>34</sup> Didiek Rahmanadji, *Sejarah Teori Jenis Dan Fungsi Humor*, (Seni Dan Desain Fakultas Sastra Universitas Negeri Malang 2007). Tahun 35, No. 2. Hlm 215. Diakses Pada 27 September 2020 Pukul 21.30 WIB <https://www.academia.edu/download/41878158/Sejarah-Teori-dan-Fungsi-Humor.pdf>

<sup>35</sup> Didiek Rahmanadji, *Sejarah Teori...* Hlm 215

sebagainya, menjadi lebih terlembaga setelah Indonesia merdeka, seperti munculnya grup-grup lawak Atmonadi Cs, Kwartet Jaya, Lokal Ria, Srimulat, Surya Grup, dan lain-lain.

Sejarah awal pertunjukan komedi di Indonesia sendiri telah dimulai semenjak ratusan tahun yang lalu dalam bentuk wayang orang, ludruk atau ketoprak. Perkembangan lain terjadi pada media massa cetak, baik majalah maupun surat kabar. Tahun 60-an terbit beberapa majalah humor hanya saja tidak bertahan lama. Di antaranya adalah majalah STOP. Surat kabar membuka rubrik khusus untuk humor. Cerita-cerita lucu, anekdot, karikatur, dan kartun sering dijumpai pada media massa cetak.<sup>36</sup>

Kemudian komedi masuk dalam pertelevisian Indonesia dengan beberapa program acara dan perfilman, berkembang selama decade 1950-an hingga 1990-an bisa berbeda dengan era 2000-an.. Pada konteks sejarah perkembangan film komedi Indonesia, perkembangannya dapat dibagi menjadi tiga periode: yang pertama, Era klasik (1960-1970), pada era ini tercatat ada banyak film komedi yang diproduksi, Nya' Abbas Akup misalnya, yang dianggap sebagai pelopor film komedi, banyak menyutradarai film komedi, seperti Inem Pelayan Seksi, Koboï cengeng, Tiga Buronan, dan lain-lain. Gaya komedi pada era klasik lebih kepada penguatan karakter dan permainan kata-kata didukung oleh ekspresi jenaka karena film komedi Indonesia era 1960-1970-an setidaknya diambil daripada nilai-nilai dan

---

<sup>36</sup> Afifuloh, *Film Komedi Sebagai Media Dakwah (Analisis Film Insya Allah Sah)*, Skripsi, Universitas Islam Negeri Walisongo: Semarang 2019. <http://eprints.walisongo.ac.id/10024/1/SKRIPSI%20LENGKAP.pdf>

tatanan sosial yang berlaku di Indonesia yaitu dengan tetap memperhatikan asaz kepatutan dan kesopanan walaupun terpaku kepada banyol dan pola-pola komedi ekspresi wajah serta gesture tubuh. Kedua, Era pertengahan (1980-1990) perkembangan film komedi pada masa pertengahan ini munculah kelompok-kelompok seperti Warkop DKI yang merupakan singkatan daripada Warung Kopi DKI terdiri atas Almarhum Dono, Almarhum Kasino dan Indro. Kelompok lain selain Warkop DKI pada era ini adalah kumpulan parody Pancaran Sinar Petromak (PSP) yang melambungkan nama Monos. Film komedi Warkop menampilkan gaya komedi *incongruity*, *stupidity* dan *physical comedy* pada masa ini karena latar belakang mereka kebanyakan daripada kaum terpelajar Indonesia dan lulusan perguruan tinggi, maka bahan lawakan mereka cenderung humor intelektual. Ketiga, era millennium (2000-an hingga kini) pada era 2000-an, film komedi Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat. Pada era ini, film komedi yang diproduksi cenderung bernuansa komedi situasi.<sup>37</sup> Seperti pada tayangan Bocah Ngapak Ya yang tayang di Trans7. Program komedi ini dibintangi oleh tiga sahabat anak kecil asli Desa Sadangwetan, Sadang, Kebumen, yakni Ahmad Azkal Fuadi, Fadli Dwi Ramadan, dan Ilham Dwi Ramadan. Acara ini merupakan pengembangan dari film pendek Youtube Polapike yang sempat viral didunia maya, karena walaupun program komedi ini dikemas dengan format kekinian tetapi masih mempertahankan kearifan

---

<sup>37</sup> Rizky Hafiz Chaniago, Analisis Perkembangan Film Komedi Di Indonesia. Journal Of Communication (Nyimak) Vol. 1, No. 2, September 2017, Diakses Pada 10 Januari 2020, 10:30 PM <http://jurnal.umt.ac.id/index.php/nyimak/article/view/482>

budaya lokal lewat penggunaan bahasa daerah yang kental, Cerita yang dikemas bukan hanya hal-hal lucu yang berkaitan dengan kehidupan sehari-hari saja, ada juga cerita dengan nuansa dakwah yang dikemas khusus pada bulan Ramadhan dengan penambahan judul menjadi Bocah Ngapa (k) Ya Ngabuburit.

## 2. Komedi Dalam Media

Di dalam ilmu komunikasi, komedi atau disebut humor sering digunakan sebagai sarana persuasif, sebab pesan atau informasi yang disampaikan terkesan santai dan menghibur. Dengan acara komedi, pemirsa tidak merasa dijejali dengan informasi yang membosankan atau menegangkan, tetapi akan lebih menyajikan hal-hal yang ringan dan lebih menghibur. Humor dapat menciptakan impresi atau kesan yang lebih mendalam pada diri khalayak dan ditunjukan untuk mampu mempengaruhi mereka untuk mengikuti anjuran yang disampaikan.<sup>38</sup> Humor juga dapat membuat penonton dalam posisi rileks sehingga pesan dan anjuran yang disampaikan dapat tersampaikan oleh penonton.

## 3. Performa Komedi Dalam Media

Performa komedi dibangun bukan hanya dari perkataan lucu atau lawakan yang menimbulkan tawa saja, tetapi banyak model komedi yang bisa ditayangkan dan membuat gelak tawa.

### a. Macam-macam komedi

---

<sup>38</sup> Gurit Budiraharjo, *Kesenjangan Kepuasan Pemirsa Televisi Program Acara Komedi, Skripsi*, (Surakarta : Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosoal Dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta : 2010) hlm. <https://eprints.uns.ac.id/6509/1/176822111201102211.pdf>

1) Exaggeration

Humor exaggeration merupakan komedi yang melebihkan sesuatu secara tidak propesional. Biasanya untuk membongkar kejelekan seseorang dengan sejelas-jelasnya yang bermaksud untuk mengoreksinya. Model ini sering digunakan sindir-sindiran.

2) Parody

Humor parody merupakan komedi yang meniru gaya suatu karya seperti prosa, puisi, iklan yang serius secara seenaknya ditiru dengan maksud melucu. Parody juga dapat memberi peniruan suara atau gaya bicara seseorang tokoh.

3) Burlesque

Humor burlesque yaitu komedi yang teknik pembuatan humornya dengan memperlakukan hal-hal yang serius secara seenaknya atau sebaliknya.

4) Perilaku aneh para tokoh

Perilaku aneh para tokoh yaitu teknik komedi yang menyatakan bahwa kita memperoleh kesenangan bila kita melihat hal-hal ganjil atau menyinggung pada perilaku orang lain, kesenangan itu menjadi luar biasa bila obyek yang kita tawarkan adalah orang besar atau tokoh dan tidak boleh jadi kelucuan itu timbul dari kehebatan dalam meghadapi situasi tertentu.

5) Perilaku orang aneh

Perilaku orang aneh yaitu komedi yang berupa cerita tentang orang aneh yang mengandung kelucuan didalamnya. Seperti tentang Abu Nawas.

6) Belokan mendadak

Teknik ini dirumuskan oleh Monro sebagai berikut: bawalah khalayak anda berbicara biasa, kemudian katakanlah atau belokanlah dengan pernyataan yang tak disangka-sangka.

7) Puns

Humor puns yaitu teknik penyampaian kata-kata dengan maksud membuat kelucuan.

8) Komedi Situasi

Komedi situasi adalah komedi drama dengan tema yang berubah-ubah sesuai kreativitas sang kreator di mana beberapa karakter pemeran selalu sama dan hampir menggunakan latar, lokasi, dan dekorasi yang hampir sama setiap kali tayang di televisi.

Humor juga seperti alat bantu komunikasi lain, penggunaannya harus dilakukan secara bijaksana dan tepat, dan juga disesuaikan dengan tujuan, khalayak atau audiens yang dihadapi. Dalam komunikasi yang bersifat humor atau komedi diperlukan wawasan yang luas serta imajinasi yang tinggi sehingga mudah dicerna dan diterima oleh audiens.

Komedi dalam kehidupan manusia memiliki banyak fungsi untuk melakukan berbagai keinginan maupun tujuan disegala bidang. Dalam penyampaian pesan yang terlalu serius biasanya tidak mudah diterima

oleh audien, dalam kondisi seperti ini komedi sangatlah dibutuhkan karena akan menciptakan keakraban, memuaskan perhatian, membantu untuk memahami pesan-pesan yang disampaikan. Komedi dalam penyampaiannya membantu mendapatkan perhatian dari khalayak atau audien, membantu khalayak untuk mengingat apa yang telah disampaikan sumber.

b. Fungsi komedi

Fungsi komedi dalam komunikasi sangat bervariasi sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai, karena fungsi komedi tidak terbatas pada masalah yang menarik perhatian saja akan tetapi banyak alasan komedi digunakan dalam berpidato atau dalam bentuk komunikasi lainnya yaitu<sup>39</sup>:

- 1) Untuk menarik perhatian,
- 2) Menarik simpati,
- 3) Menghalau rasa gugup dan argumentasi menjadi kuat,
- 4) Terpatri dalam benak audiens.

Menurut lembaga humor indonesia, humor dapat digunakan sebagai sarana persuasif yang efektif untuk mempengaruhi khalayak sasaran.<sup>40</sup> Maka dari itu keberadaan komedi apabila dikaitkan dengan dakwah, maka komedi dapat dijadikan sebagai alat untuk menarik perhatian audiens pada pesan-pesan dakwah yang disampaikan. Dalam

---

<sup>39</sup> Fitrotul Muzayyanah, *Retorika Dakwah Dalam Tayangan Stand Up Comedy Show Metro Tv Edisi Maulid Nabi 23 Januari 2013*, Skripsi, (Yogyakarta Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2013) hlm. X <http://digilib.uin-suka.ac.id/11552/1/BAB%20I%2C%20IV%2C%20DAFTAR%20PUSTAKA.pdf>

<sup>40</sup> M. Agus Suhandi, *Humor Itu Serious*, (Jakarta: Gaya Media Pratama: 1987), Hlm 23.

suatu gejala komedi, kelucuan itu disebabkan oleh banyak hal seperti gaya bahasa maupun tata penyampaiannya. Disinilah seorang dakwah harus memiliki strategi dan siasat supaya dalam penyampaian pesan dakwahnya tersusun rapi.

c. Jenis-jenis humor

Humor dalam proses komunikasi, dapat dikelompokkan menjadi tiga jenis, yaitu:

1) Humor kritik

Humor ini biasanya dilahirkan dari rasa ketidak puasan hati seseorang (individu) atau kelompok terhadap lingkungan. Humor ini mengandung sindiran atau kritikan yang amat tajam terhadap golongan tertentu.

2) Humor meringankan beban pesan (*relief tension humours*)

Humor ini sangat erat kaitannya dengan pesan yang akan disampaikan. Pesan dapat disederhanakan untuk memperjelas maksud dari pesan-pesan yang akan disampaikan, sehingga dengan mudah dapat dipahami oleh audiens.

3) Humor semata-mata hiburan (*only recreation humours*)

Humor ini dilakukan hanya sekedar untuk melucu, agar membuat orang tertawa atau tersenyum. Humor ini sangat penting untuk menarik perhatian terhadap pesan-pesan yang disampaikan sehingga lebih mudah untuk dipahami oleh audiens.

d. Teknik penciptaan humor

Terkait penciptaan humor pada buku “humor dalam sastra jawa modern pusat pembinaan dan pengembangan bahasa” dibagi menjadi empat kategori yaitu:<sup>41</sup>

1) Language (*the humor is verbal*)

Teknik language dalam penciptaan humor adalah teknik yang memanfaatkan aspek bahasa seperti makna bunyi untuk melahirkan suatu suasana lucu. Misalnya menirukan suara seperti hewan atau menirukan logat percakapan suku tertentu.

2) Identity (*the humor is existensial*)

Teknik ini merupakan teknik yang menggunakan ide dalam penciptaan humor melalui suatu peristiwa, kejadian atau gagasan yang dilebih-lebihkan dengan cara yang propesional sehingga menimbulkan kegajilan dan terkadang berlawanan dengan keadaan sebenarnya.

3) Logic (*the humor idention*)

Logic (*the humor is ideation*) adalah ide penciptan humor melalui permainan logika. Dalam ide ini, khalayak pada awalnya tidak menduga itu humor dan dikenal dengan belokan mendadak.

4) Action (*the humor is physical*)

---

<sup>41</sup> S. Widati Pradopo, Dkk, *Humor Dalam Sastra Jawa Modern Pusat Pembinaan Dan Pengembangan Bahasa*, (Jakarta: Tp, 1986), Hlm. 4.

Merupakan teknik humor yang diciptakan dengan anggota badan untuk menimbulkan kelucuan.

### C. Budaya Lokal

Budaya lokal menurut Nawari Ismail (2011), yang dimaksud budaya lokal adalah semua ide, aktivitas dan hasil aktivitas manusia dalam suatu kelompok masyarakat di wilayah tertentu. Budaya lokal tersebut secara aktual masih tumbuh dan berkembang dalam masyarakat serta di sepakati dan dijadikan pedoman bersama. Dengan demikian sumber daya lokal bukan hanya berupa nilai, aktivitas dan hasil aktivitas tradisional atau warisan nenek moyang setempat, namun juga semua komponen atau unsur budaya yang berlaku dalam masyarakat serta menjadi ciri khas dan atau hanya berkembang dalam masyarakat tertentu.<sup>42</sup>

Adapun fungsi budaya lokal menurut suyanto dalam ismail (2011) yaitu:

1. Budaya lokal sebagai wadah titik temu anggota masyarakat dari berbagai latar belakang seperti status sosial, suku, agama, ideologi, dan politik. Hal ini dapat dibuktikan dari berbagai upacara slametan yang terus berkembang ditengah deru modernisasi.
2. Budaya lokal seperti lembaga adat, tradisi juga dapat berfungsi sebagai norma-norma sosial yang memiliki pengaruh signifikan dalam mengatur sikap dan perilaku masyarakat.
3. Budaya lokal sebagai pengontrol sosial dari setiap anggota masyarakat.

---

<sup>42</sup> Ismail, Nawari. *Konflik Umat Beragama Dan Budaya Lokal*. (Bandung: Lubuk Agung, 2011). Hlm.43

4. Budaya dapat berfungsi sebagai penjamin anggota pendukung budaya, contohnya sinoman dan sambatan misalnya memiliki nilai sosial-ekonomi bagi anggotanya.

Selanjutnya penulis akan membahas tentang unsur kebudayaan menurut Koentjaraningrat yaitu sebagai berikut:<sup>43</sup>

1. Bahasa
2. Sistem pengetahuan
3. Organisasi sosial
4. Sistem peralatan hidup dan teknologi
5. Sistem mata pencaharian hidup
6. Sistem religi
7. Kesenian

Bahasa merupakan sistem komunikasi yang menggunakan suara yang dihubungkan satu sama lain menurut seperangkat aturan, sehingga mempunyai arti.<sup>44</sup> Bahasa merupakan ciri utama lahirnya kebudayaan manusia yang modern, karena melalui bahasa perkembangan manusia semakin sempurna, terutama dalam menjalin hubungan antar manusia bahkan hubungan dengan Tuhan.<sup>45</sup>

Menurut Hockett dan Ascher, seperti yang dikutip oleh Danderson dalam Abidin (2014), menyebutkan empat karakteristik utama bahasa yaitu sebagai berikut:

---

<sup>43</sup> Koentjaraningrat, *Pengantar Ilmu Antropologi*. (Jakarta: Rineka Cipta.1990). Hlm 204

<sup>44</sup> Muhammad Alfin, *Filsafat Kebudayaan*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013). Hlm 98

<sup>45</sup> Abidin, Yusuf Zainal. Dan Beni Ahmad Saebani. *Pengantar Sistem Sosial Budaya Di Indonesia*, (Bandung: Pustaka Setia.2014). Hlm 71

1. Bahasa mengandung kualitas keterbukaan (*openness*). Simbol-simbol yang merupakan unsur pembentuk bahasa dapat mengambil makna yang baru dan bermacam-macam sebagai lawan dari sistem tanda yang maknanya sudah ditentukan sebelumnya.
2. Bahasa dikarakteristikan dengan ciri yang disebut displacement, yaitu kemampuan membicarakan sesuatu yang tidak ada di depan mata, sesuatu yang tidak ada di depan mata, sesuatu yang ada pada masa lalu atau masa depan, atau sesuatu yang tidak pernah ada.
3. Dualitas susunan merupakan karakteristik khusus bahasa. Pada satu pihak, bahasa merupakan susunan serangkaian unit suara dasar, sehingga masing-masing tidak bermakna apabila tidak dihubungkan dengan yang lainnya. Pada pihak lain bahasa merupakan susunan yang mengombinasikan unit-unit suara yang terpisah kedalam urutan yang telah disepakati sehingga membuatnya bermakna.
4. Bahasa ditransmisikan dengan belajar. Transmisi ini jelas bertolak belakang dengan transmisi sistem simbol yang berlangsung secara genetik.<sup>46</sup>

#### **D. Perubahan Sosial dan Teori Konstruksi Sosial**

##### **1. Pengertian perubahan sosial**

Perubahan sosial terjadi karena semua faktor yang ada didalam maupun diluar masyarakat. Perubahan masyarakat bukan sebuah hasil atau produk tetapi merupakan sebuah proses. Dalam konsep perubahan sosial

---

<sup>46</sup> Abidin, Yusuf Zainal. Dan Beni Ahmad Saebani. *Pengantar Sistem Sosial....* Hlm 70-71

terdapat dua aspek yang berbeda, yang pertama berkaitan dengan bidang budaya yang berubah, dan yang kedua berkaitan dengan bidang sosial. Pada dasarnya perubahan sosial dan perubahan budaya merupakan konsep yang sebenarnya saling berkaitan satu sama lain meskipun mempunyai perbedaan. Perubahan sosial mencakup perubahan dalam segi struktur dan hubungan sosial, sedangkan perubahan budaya mencakup perubahan dalam segi budaya masyarakat.<sup>47</sup> Perubahan sosial merupakan perubahan kehidupan masyarakat yang berlangsung terus menerus dan tidak akan pernah berhenti. Karena manusia tidak akan berhenti pada satu titik tertentu dalam sepanjang masa. Perubahan masyarakat terjadi karena adanya peran peting yaitu manusia. Perubahan terjadi sesuai dengan hakikat dan sifat dasar manusia yang selalu ingin melakukan perubahan, karena sifat manusia yang selalu tidak puas terhadap apa yang telah dicapainya, selalu ingin mencari sesuatu yang baru untuk mengubah keadaan agar menjadi lebih baik sesuai dengan kebutuhannya.

Menurut Harper, perubahan sosial didefinisikan sebagai pergantian (perubahan) yang signifikan mengenai struktur sosial dalam kurun waktu tertentu. Perubahan struktur ini mengandung beberapa tipe perubahan struktur sosial, yaitu pertama perubahan-perubahan peran dalam individu baru dalam sejarah kehidupan manusia yang dengan keberadaan struktur. Kedua, perubahan dalam cara bagian-bagian struktur sosial yang berhubungan. Perubahan ini misalnya terjadi dalam perubahan alur kerja birokrasi dalam

---

<sup>47</sup> Paul B. Harton Dan Chaster L Hunt, *Sosiologi* Jilid 1 Terj. Aminudin Ram Dan Tita Sobari (Jakarta: Erlangga, 1987), Hlm 208.

lembaga pemerintah. Ketiga, perubahan dalam fungsi berkaitan dengan apa yang dilakukan masyarakat dan bagaimana masyarakat tersebut melakukannya. Keempat, perubahan dalam sebuah struktur yang berbeda. Kelima, kemunculan struktur baru untuk mengganti struktur sebelumnya.<sup>48</sup>

Menurut Himes dan Moore perubahan sosial mempunyai tiga dimensi, yaitu dimensi struktural, kultural, dan interaksional. Dimensi struktural mengacu pada perubahan-perubahan dalam struktur masyarakat, menyangkut perubahan dalam peranan seperti munculnya peranan baru, perubahan dalam struktur kelas sosial, dan perubahan dalam lembaga sosial. Dimensi kultural mengacu pada perubahan kebudayaan dalam masyarakat. Perubahan ini meliputi inovasi, difusi, integrasi. Yang terakhir yaitu dimensi interaksional mengacu pada apa adanya perubahan hubungan sosial dalam masyarakat.<sup>49</sup> Perubahan sosial merupakan perubahan yang terjadi karena adanya ketidaksesuaian diantara unsur-unsur sosial yang berbeda didalam kehidupan masyarakat, sehingga menghasilkan pola kehidupan yang baru atau berbeda dengan pola kehidupan sebelumnya.

## 2. Industrialisasi Sosial

Industrialisasi berasal dari kata industri yang berarti memiliki makna kegiatan memproses atau mengolah barang dengan menggunakan sarana dan

---

<sup>48</sup> Jacobus Ranjabar, *Perubahan Sosial Dalam Teori Makro*, (Bandung: Alfabeta, 2013). Hlm 82

<sup>49</sup> Siti Chalifah, Sugeng Harianto, *Perubahan Sosial Masyarakat Desa Jamprong Pasca Pendirian Smp Satu Atap*. (Jurnal Paradigma Vol. 05, No. 03, Th 2017). Hlm 3-5 Di Akses Pada 27 Juli 2020 Pukul 22.30 WIB <https://media.neliti.com/media/publications/253304-perubahan-sosial-masyarakat-desaja-jampron-490b56c1.pdf>

peralatan, melalui mesin.<sup>50</sup> Jadi industrialisasi merupakan suatu proses perubahan sosial ekonomi yang mengubah sistem pencaharian masyarakat agraris (pertanian) menjadi masyarakat industri, industrialisasi lebih terfokus pada ekonomi yang meliputi pekerjaan yang semakin beragam (spesialisasi), gaji, penghasilan yang semakin tinggi. Industrialisasi adalah bagian dari proses modernisasi dimana perubahan sosial dan perkembangan ekonomi erat hubungannya dengan inovasi teknologi.

Dalam industrialisasi ada perubahan filosofi manusia dimana manusia mengubah pandangan lingkungan sosialnya menjadi lebih kepada rasionalitas (tindakan didasarkan atas pertimbangan, efisiensi, dan perhitungan, tidak lagi mengacu kepada moral, emosi, kebiasaan atau tradisi). Para peneliti mengatakan bahwa ada faktor yang menjadi acuan modernisasi industri dan pengembangan perusahaan. Mulai dari lingkungan politik dan hukum yang menguntungkan untuk dunia industri dan perdagangan, bisa juga sumber daya manusia yang cenderung rendah biaya, memiliki kemampuan dan dapat beradaptasi dengan pekerjaannya.

Lain halnya saat kita merujuk mengenai makna industri revolusi, yang merupakan bahwa industrialisasi pada masyarakat berarti adanya pergantian teknik produksi dari cara yang tradisional ke cara modern, sebuah transformasi yaitu suatu perubahan masyarakat dalam segala segi kehidupan. Dalam bidang ekonomi, industrialisasi berarti munculnya kompleks industri

---

<sup>50</sup> Kamus Besar Bahasa Indonesia

yang besar dimana produksi barang-barang konsumsi dan barang-barang sarana produksi, diusahakan secara massal.<sup>51</sup>

Industrialisasi yang mampu menyihir publik untuk lebih bergelut dibidang produksi secara massal, ini mengakibatkan tersisihnya sektor-sektor pertanian menjadi terasingkan artinya, masyarakat lebih cenderung bergelut di industrialisasi dari pada pertanian. Demikian juga saat kita melihat masyarakat saat ini sudah sangat pragmatis (serba uang atau materi), industrialisme sosial merupakan suatu keadaan yang segala-salanya diukur dengan materi. Sedangkan untuk memperoleh materi tidak semua orang memiliki kemampuan tersebut. Kemampuan materi hanya dimiliki oleh orang-orang kaya yang mempunyai modal atau biasa disebut dengan kapitalis. Seorang kapitalis memperoleh materinya dengan cara mengeksploitasi terhadap kaum petani misalnya.

Seorang petani yang mencurahkan seluruh tenaga, kemampuan, waktu, dan sebagainya untuk menghasilkan sebuah beras hanya mendapatkan harga beras yang rendah, sedangkan orang-orang yang mempunyai modal cenderung mengeksploitasi beras tersebut dari petani dengan cara membeli beras tersebut kemudian dijual kembali dengan harga yang lebih mahal. Maka secara umum jika dikumulatif masyarakat petani rata-rata miskin. Jika situasi ini terjadi terus menerus, para petani akan mengalami stres karena ketertekanan sosial dengan proses produksi saat ini berlangsung secara

---

<sup>51</sup> A Darmawan, *Aspek-Aspek Dalam Sosiologi Industri*, (Bandung: Binacipta), 1986, Hlm 18

industrialis. Pada saat masyarakat berada pada masa-masa tertekan ini maka mereka akan membutuhkan sebuah hiburan.

### 3. Teori Konstruksi Sosial Menurut Peter L. Berger

Berger dan Lukman memahami konstruksi sosial dimulai dengan mendefinisikan apa yang dimaksud dengan pengetahuan dan kenyataan. Pengetahuan mengenai kenyataan sosial dimaknai sebagai semua hal yang berkaitan dengan penghayatan kehidupan masyarakat dengan segala aspeknya meliputi kognitif, psikomotoris, emosional dan intuitif. Kemudian dilanjutkan dengan meneliti sesuatu yang dianggap intersubjektif tadi, karena burger menganggap bahwa terdapat subjektivitas dan objektivitas didalam kehidupan manusia dan masyarakatnya. Sedangkan kenyataan sosial dimaknai sebagai sesuatu yang tersirat didalam pergaulan sosial yang diungkapkan secara sosial melalui bentuk-bentuk organisasi sosial dan sebagainya.<sup>52</sup> Dua istilah tersebut mulai dijelaskan berger dan lukman melihat dari realitas sosial dengan memisahkan pemahaman kenyataan dan pengetahuan. Realitas diartikan sebagai memiliki keberadaan (being) yang tidak tergantung pada kehendak kita sendiri. Sedangkan pengetahuan didefinisikan sebagai kepastian bahwa realitas-realitas itu memiliki karakteristik yang spesifik.<sup>53</sup>

Terdapat dua obyek pokok realitas yang berkenaan dengan pengetahuan menurut Berger dan Lukman yaitu realitas subjektif dan realitas objektif. Realitas subjektif berupa pengetahuan individu. Realits subjektif

---

<sup>52</sup> Nur Syam, *Islam Pesisir*, (Yogyakarta: Lkis Pelangi Aksara, 2005). Hlm 37.

<sup>53</sup> Peter L. Berger & Thomas Lukhmann. *Tafsir Sosial Atas Kenyataan*. (Jakarta: LP3ES, 1190), Hlm 1.

merupakan konstruksi definisi realitas yang dimiliki individu dan dikonstruksi melalui proses internalisasi. Realitas subjektif yang dimiliki masing-masing individu merupakan basis untuk melibatkan diri dari proses eksternalisasi, atau proses interaksi sosial dengan individu lain dalam sebuah struktur sosial. Melalui eksternalisasi itulah individu secara kolektif berkemampuan melakukan obyektivikasi dan memunculkan sebuah konstruksi realitas obyektif yang baru.<sup>54</sup> Sedangkan realitas obyektif diartikan sebagai fakta sosial. Disamping itu realitas obyektif merupakan suatu kompleksitas definisi realitas serta rutinitas tindakan dan tingkah laku yang telah mapan terpola, yang keseluruhannya dihayari oleh individu secara umum sebagai fakta.

Berger dan Lukman mengatakan institusi masyarakat tercipta dan dipertahankan atau diubah melalui tindakan dan interaksi manusia. Walaupun institusi sosial terlihat nyata secara objektif, namun pada kenyataan semuanya dibangun definisi subjektif melalui proses interaksi. Obyektifitas baru bisa terjadi melalui penegasan berulang-ulang yang diberikan oleh orang lain yang memiliki definisi subjektif yang sama. Pada tingkat generalitas yang paling tinggi. Manusia menciptakan dunia dalam arti simbolis yang universal, yakni pandangan hidupnya yang menyeluruh, yang memberi legitimasi dan mengatur bentuk-bentuk sosial serta memberi makna pada berbagai bidang kehidupannya. Singkatnya, Berger dan Luckman mengatakan terjadi dialektika

---

<sup>54</sup> Margaret M. Polomo, *Sosiologi Kontemporer*, (Jakarta: Rajawali Press, 2010). Hlm 301.

antara individu. Proses dialektika ini terjadi melalui eksternalisasi, objektivasi dan internalisasi.<sup>55</sup>

Teori konstruksi sosial dalam gagasan berger mengandaikan bahwa agama sebagai bagian dari kebudayaan, merupakan konstruksi manusia. Yang berarti terdapat proses dialektika ketika melihat hubungan masyarakat dengan agama, bahwa agama merupakan entitas yang objektif karena berada diluar diri manusia. Dengan demikian agama mengalami proses objetifikasi. Seperti ketika agama berada dalam teks atau menjadi tata nilai, norma, aturn dan sebagainya. Teks atau norma tersebut kemudian mengalami proses internalisasi kedalam diri individu, sebab agama telah diinterpretasikan oleh masyarakat untuk menjadi pedomannya. Agama juga mangalami proses eksternalisasi karena ia menjadi acuan norma dan tata nilai yang berfungsi menuntun dan mengontrol tindakan masyarakat.<sup>56</sup> Ketika masyarakat dipandang sebagai sebuah kenyataan ganda, objektif dan subjektif maka ia berproses melalui tiga momen dialektid, yaitu eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Dengan demikian, bisa dipahami bahwa realitas sosial merupakan hasil dari kontruksi sosial karena diciptakan oleh manusia itu sendiri.

Masyarakat akan mengalami suatu dinamika perubahan yang dipandang sebagai inti jiwa masyarakat tersebut. Artinya selama hidupnya masyarakat akan mengalami perubahan-perubahan, karena perubahan

---

<sup>55</sup> Burhan Bungin, *Konstruksi Sosial Media Massa: Kekuatan Pengaruh Media Massa, Iklan Televisi Dan Keputusan Konsumen Serta Kritik Terhadap Peter L. Berger Dan ThomasLuckmann*, (Jakarta: Kencana, 2008), Hlm 14-15.

<sup>56</sup> Peter L. Berger & Thomas Lukhmann. *Tafsir Sosial Atas Kenyataan*. (Jakarta: LP3ES, 1190), Hlm 33-36.

tersebut merupakan sesuatu yang akan tetap terjadi sepanjang sejarah kehidupan manusia. Perubahan – perubahan yang terjadi pada masyarakat merupakan fenomena gejala normal, karena masyarakat itu berubah, tidak pernah statis, maka dari waktu ke waktu kita akan menjumpai adanya perbedaan keadaan masyarakat.

Dakwah Islam di Indonesia dari tahun ke tahunpun mengalami perubahan, dulu dakwah Islam dilakukan dengan cara ceramah atau pengajian. Hal tersebut bisa dikatakan karena di Indonesia masyarakatnya masih tradisional, religious, agraris sehingga umumnya dakwah dilakukan saat malam hari. Namun saat ini dakwah Islam di Indonesia sudah berkembang menjadi berbasis media. Salah satunya yaitu melalui televisi seperti acara Talk Show contohnya Mamah Dedeh, sinetron seperti Para Pencari Tuhan, bahkan melalui komedi seperti Bocah Ngapak Ngabuburit yang tayang di Trans7 saat bulan Ramadhan tahun 2019. Perubahan ini pun dikarenakan masyarakat yang berubah dari tradisional menjadi digital society, dari agraris menjadi pragmatis, pekerjaannya menjadi formal atau buruh, dan waktu luangpun bukan hanya malam hari, karena pekerjaan masyarakat saat ini tidak mengenal waktu jadi tidak ada waktu spesifik untuk bekerja. Dari pernyataan tersebut penulis mengasumsikan bahwa transformasi dakwah Islam dikarenakan konstruksi sosial yang ada mengalami perubahan, dari masyarakat konvensional menuju masyarakat digital.

#### **E. Transformasi Dakwah Islam**

## 1. Pengertian Transformasi

Transformasi didefinisikan sebagai realitas yang merujuk pada proses perubahan. Dalam kamus besar bahasa Indonesia (KBBI), transformasi berarti perubahan bisa berupa bentuk, sifat, fungsi dan sebagainya.<sup>57</sup> Transformasi merupakan proses perubahan yang memiliki ciri-ciri antara lain:

- a. Adanya perbedaan, merupakan aspek yang paling penting di dalam proses transformasi.
- b. Adanya konsep atau ciri identitas yang menjadi acuan perbedaan didalam suatu proses transformasi. Apabila dikatakan sesuatu itu berbeda atau dengan kata lain telah terjadi proses transformasi, maka harus jelas perbedaan dari hal apa, misal: ciri sosial seperti apa, konsep tertentu yang seperti apa (meliputi : pemikiran, ekonomi atau gagasan lainnya) atau ciri penerapan dari suatu konsep.
- c. Bersifat historis, proses transformasi selalu menggambarkan adanya perbedaan kondisi secara historis, proses transformasi selalu menggambarkan adanya perbedaan kondisi secara historis (kondisi yang berbeda di waktu yang berbeda).<sup>58</sup>

Sedangkan menurut ilmuan Laseau, mengatakan bahwa definisi transformasi adalah sebuah proses perubahan secara berangsur-angsur sehingga sampai pada tahap ultimate, perubahan yang dilakukan dengan cara

---

<sup>57</sup> Kamus Besar Bahasa Indonesia

<sup>58</sup> Emita Dewi, *Transformasi Sosial Dan Nilai Agama*, (Jurnal Substansi, Vol. 14, No. 1, 2012). Hlm 113-114 Di Akses Pada 28 Juli 2020 Melalui <http://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/substantia/article/view/4834>

memberi respon terhadap pengaruh unsur eksternal dan internal yang akan mengarahkan perubahan dari bentuk yang sudah dikenal sebelumnya melalui proses menggandakan secara berulang-ulang untuk melipat gandakan. Menurut Laseau ada beberapa kategori transformasi sebagai berikut:

- a. Transformasi bersifat gramatikal hiasan (ornamental) dilakukan dengan menggeser, memutar, mencerminkan, menjungkir balikan, melipat dll.
- b. Transformasi bersifat distorsion (merancukan) kebebasan perancang dalam beraktifitas.
- c. Transformasi bersifat tipologikal (geometri) bentuk geometri yang berubah dengan komponen pembentuk dan fungsi ruang yang sama.
- d. Transformasi bersifat refersal (kebalikan) pembalikan citra pada figur objek yang akan ditransformasi dimana citra objek dirubah menjadi citra sebaliknya.<sup>59</sup>

Tranformasi terjadi karena sebuah proses. Habraken menguraikan proses transformasi sebagai berikut:

- a. Perubahan yang terjadi secara perlahan-lahan atau sedikit demi sedikit.
- b. Tidak dapat diduga kapan dimulainya dan sampai kapan proses itu akan berakhir tergantung dari faktor yang mempengaruhinya.
- c. Komprehensif dan berkesinambungan.
- d. Perubahan yang terjadi mempunyai keterkaitan erat dengan emosional (sistem nilai) yang ada dalam masyarakat.

---

<sup>59</sup> Stephanie Jill Najon, Dkk, *Transformasi Sebagai Desain, Media Matrasain*, (Jurnal Vol. 8, No. 2, Agustus 2011), Hlm 120 Diakses Pada 27 September 2020 Pukul 20.00 WIB Melalui <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jmm/article/viewFile/330/255>

Proses transformasi mengandung waktu dan perubahan sosial budaya masyarakat yang menempati yang muncul melalui proses yang panjang yang selalu terkait dengan aktifitas-aktifitas yang terjadi pada saat itu.

Adapun proses transformasi melalui 2 tahap yaitu sebagai berikut:<sup>60</sup>

- a. Invesi merupakan perubahan dari dalam masyarakat, yang mana dalam masyarakat terdapat penemuan-penemuan baru, yang kemudian perlahan-lahan munculah perubahan.
- b. Difusi, merupakan tahap adopsi ide atau gagasan baru dalam masyarakat. Dalam tahap ini biasanya ada hasil perubahan yang muncul di masyarakat.

Selanjutnya yaitu faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya transformasi menurut Habraken (1976) yang dikutip oleh pakilaran (2006) adalah sebagai berikut:

- a. Kebutuhan identitas diri (identification) yang pada dasarnya orang ingin dikenal dan ingin memperkenalkan diri terhadap lingkungan.
- b. Perubahan gaya hidup (life style) perubahan struktur dalam masyarakat, pengaruh kontak dengan budaya lain dan munculnya penemuan-penemuan baru mengenai manusia dan lingkungannya.
- c. Pengaruh teknologi baru timbulnya perasaan ikut mode, dimana bagian yang masih dapat dipakai secara teknis (belum mencapai umur trknis dipksa untuk diganti demi mengikuti mode.<sup>61</sup>

## 2. Transformasi Dakwah Islam

<sup>60</sup> Stephanie Jill Najon, Dkk, *Transformasi Sebagai...* Hlm 120

<sup>61</sup> Dina Dwika Oktora, *Butterfly: Video Mapping Transformasi Kupu-Kupu Sebagai Simbol Transformasi Diri*, Jurnal Rekam Vol. 10 No. 2 Oktober 2014. Diakses Pada Tanggal 27 Juli 2020 Pukul 22.50 WIB melalui <http://journal.isi.ac.id/index.php/rekam/article/viewFile/3251/1472>

Sedangkan transformasi dakwah Islam yaitu perubahan dalam gerakan dakwah atau menyampaikan pesan-pesan Islam. Transformasi yang diungkap menurut Laseu dan Habraken, memberikan hal yang baru atau kebutuhan yang dapat mempengaruhi pemikiran, pemahaman, dan perubahan tingkah laku yang dipengaruhi oleh konteks. Transformasi yang diperoleh dapat digunakan sesuai fungsinya sehingga dapat berdampak positif dalam pribadi individu dan bermanfaat dalam kehidupan interaksi sosial. Adapun dengan Dakwah Islam di Indonesia merupakan kewajiban bagi umat Islam dimana perubahan sangat perlu dilakukan dalam metode berdakwah yang lebih baik lagi dengan menyesuaikan perkembangan teknologi dan perilaku masyarakat. Saat melihat masyarakat saat ini dengan perubahan sosial dan budayanya sudah pasti akan berpengaruh terhadap gerakan dakwah. Dengan itu dakwah Islam harus bertransformasi sesuai dengan perkembangan masyarakat yang ada. Saat ini bagi seseorang yang memiliki pengetahuan tentang Islam masih sangat sederhana, perilaku keagamaannya akan terlihat naif (mudah dibohongi). Transformasi Islam akan menjadi lebih kritis dan konstruktif ketika pengetahuan keislaman seseorang tersebut semakin tinggi, maka perilaku keagamaannya semakin tinggi pula. Semakin rendah pengetahuan Islamnya, maka perilaku keagamaannya semakin rendah atau naif (mudah dibohongi). Transformasi dakwah Islam sebenarnya mengarah pada bagaimana merubah perilaku keislaman dengan cara menyampaikan pesan-pesan Islam guna meninggikan pengetahuan keislaman orang tersebut.

Semakin tinggi pengetahuannya Islamnya, maka perilaku keagamaannya akan semakin bagus.

Saat masyarakat dalam ketertekanan karena industrialisme yang mengakibatkan masyarakat stres. Jika dibiarkan akan mengakibatkan perilaku-perilaku yang naif (mudah dibohongi). Jika masyarakat terus dibiarkan seperti ini maka akan merugikan Islam. Dengan demikian harus kita dorong agar masyarakat memadai tentang Islam. Dalam keadaan masyarakat yang tertekan media yang paling tepat yaitu dengan sebuah hiburan. Dakwah menggunakan komedi atau hiburan untuk mentransformasikan Islam bertujuan untuk meningkatkan kapasitas muslim menjadi komunitas yang lebih kritis ketika sasarannya adalah masyarakat yang stres atau memiliki tekanan-tekanan karena industrialisme maka medianya menggunakan metode relaksasi atau hiburan.

### 3. Budaya populer

Media populer biasa disebut dengan budaya populer. Pengertian populer menurut Raymond Williams dibagi menjadi empat yaitu yang *pertama*, populer yaitu banyak disukai oleh orang, *kedua*, populer adalah jenis kerja rendah, *ketiga* populer adalah karya yang dilakukan oleh seseorang untuk membuat senang orang lain dan yang ke *empat*, populer adalah budaya yang memang dibuat untuk menyenangkan orang lain. Perkembangan zaman memberikan pengaruh perubahan budaya yang membuat definisi budaya menjadi semakin kompleks. Adorno dan

Hokheirmer menjelaskan bahwa budaya saat ini sepenuhnya saling berpaut dengan ekonomi politik dan produksi budaya adalah kapitalis. Menurut Burton budaya populer didominasi oleh produksi dan konsumsi barang-barang material dan bukan oleh seni-seni sejati, manakala penciptanya didorong oleh motif laba.<sup>62</sup> Ibrahim mempertegas pernyataan tentang hal ini bahwa budaya populer yang didorong industri budaya telah mengkonstruksi masyarakat yang tidak sekedar berlandaskan konsumsi, tetapi juga menjadikan artefak budaya sebagai produk industri dan sudah tentu komoditi.

Budaya populer berkaitan dengan budaya massa. Budaya massa adalah budaya populer yang dihasilkan melalui teknik-teknik industrial produksi massa dan dipasarkan untuk mendapatkan keuntungan dari khalayak konsumen massa.<sup>63</sup> definisi budaya populer sangatlah bervariasi. Menurut Mukerji, ia mengatakan bahwa:

*“Popular culture refers to the beliefs and practices and objects through which they are organized, that are widely shared among a population. This includes folk beliefs, practices and object generated and political and commercial centers.”*

“budaya populer mengacu pada kepercayaan, praktek-praktek dan objek yang menyatu dalam kesatuan yang hidup dalam masyarakat. Hal ini termasuk kepercayaan adat, praktek-praktek, dan objek yang diproduksi dari pusat-pusat komersial dan politik.

---

<sup>62</sup> Greame Burton, *Media dan Budaya Populer*, (Jalasutra:Yogyakarta). 2012. Hlm 40

<sup>63</sup> Dominic strinati, *popular culture*, (Narasi: Yogyakarta 2016). Hlm 51

Jadi, kata populer yang sering disingkat “pop”, mengandung arti “disukai dan dikenal orang banyak (umum)”. Mudah dipahami orang banyak, disukai dan dikagumi orang banyak, sesuai dengan kebutuhan masyarakat pada umumnya”.

Istilah “budaya populer” cultur popular sendiri dalam bahasa latin merujuk pada *cultur of the people* (budaya orang-orang atau masyarakat). Budaya yang berasal dari rakyat, budaya pop merupakan sesuatu yang diterapkan pada rakyat dari atas. Budaya pop seperti halnya budaya daerah yang berasal dari rakyat dan diperuntukan pada rakyat.

#### 4. Karakteristik budaya populer

Budaya populer tentu memiliki karakteristik didalamnya, adapun karakteristik budaya populer tersebut adalah sebagai berikut:<sup>64</sup>

##### a. Relativisme

Budaya populer merelatifkan segala sesuatu sehingga tidak ada yang mutlak benar ataupun mutlak salah, termasuk juga tidak ada batasan apapun yang mutlak, misalnya: batasan antara orang kaya dan orang miskin (tidak ada standar mutlak dalam bidang seni dan moralitas)

##### b. Pragmatisme

Budaya populer menerima apa saja yang bermanfaat tanpa memperdulikan benar atau salah hal yang diterima tersebut. Semua hal diukur dari hasilnya dan manfaatnya, bukan dari benar atau salahnya.

##### c. Kontemporer

---

<sup>64</sup> Derry M, *Budaya Populer*, Guna Darma University 2011, Diakses pada 13:10 WIB. Melalui <https://derrymayendra.blogspot.com/2011/10/budaya-populer.html?m=1>.

Budaya populer merupakan sebuah kebudayaan yang menawarkan nilai-nilai yang bersifat kontemporer, sementara, tidak stabil, yang terus berubah dan berganti (sesuai tuntutan pasar dan arus zaman). Hal ini dapat dilihat dari lagu-lagu pop yang beredar, termasuk lagu-lagu pop rohani yang terus berubah dan berganti.

d. Hibrid

Sifat hibrid yaitu memadukan semua kemudahan yang ada dalam sebuah produk, misalnya: telepon seluler yang sekaligus berfungsi sebagai media internet, alarm, jam, kalkulator, video, dan kamera; demikian juga ada restoran yang sekaligus menjadi tempat baca dan perpustakaan bahkan outlet pakaian.

e. Budaya Hiburan

Budaya hiburan merupakan ciri yang utama dari budaya populer di mana segala sesuatu harus bersifat menghibur. Informasi dan berita juga harus menghibur, maka muncullah *infotainment*. Pendidikan harus menghibur supaya tidak membosankan, kemudian muncullah *edutainment*. Olahraga harus menghibur, lalu muncullah *sportainment*. Bahkan akibat dari perkawinan agama dengan budaya populer memunculkan agama sebagai hiburan yaitu *religiotaimeint*. Hal ini dapat dilihat sangat jelas khususnya ketika mendekati hari-hari raya keagamaan tertentu. Bahkan kotbah harus dilakukan menghibur jamaah supaya

jamaah merasa betah. Bisnis hiburan dapat menjadi bisnis yang menjanjikan pada masa seperti saat ini.

f. Budaya Konsumerisme

Budaya populer juga sangat berhubungan erat dengan budaya konsumerisme, yaitu sebuah masyarakat konsumtif dan konsumis yang senantiasa merasa kurang dan tidak puas secara terus menerus, yang lebih suka membeli bukan berdasarkan kebutuhan, melainkan karena keinginan, bahkan gengsi. Semua yang kita miliki hanya membuat kita semakin banyak “membutuhkan” dan semakin banyak yang kita miliki semakin banyak kebutuhan kita untuk melindungi apa yang sudah kita miliki. Bahkan kadangkala budaya populer dan budaya massa dapat menyebabkan kita tidak dapat membedakan dengan jelas manakah kebutuhan asli dan kebutuhan semu.

Masyarakat Indonesia saat ini merupakan masyarakat modern yang lelah atas perubahan kondisi sosial akibat ketertekanan ekonomi, politik, dan budaya yang dihadapi oleh masyarakat modern. Mengapa begitu sebab masyarakat modern mengalami tekanan sosial akibat kompetisi terbuka, sehingga ketika tidak memiliki cukup kesiapan maka akan mengalami kecenderungan stress, sehingga dalam situasi ini masyarakat membutuhkan relaksasi. Dari situlah penulis mengasumsikan bahwa komedi menjadi media yang bisa menghadirkan efek relaksasi. Dengan demikian komedi menjadi media populer dimasyarakat digital. Kemudian dakwah Islam tidaklah salah

jika memanfaatkan media populer untuk sarana penyebaran pesan-pesan yang harus disampaikan kepada khalayak luas atau mad'u.



### **BAB III**

#### **TAYANGAN BOCAH NGAPA (K) YA NGABUBURIT**

##### **A. Review Program Tayangan Bocah Ngapa (k) Ya Ngabuburit**

###### **1. Latar belakang Film Bocah Ngapak**

Berawal dari video yang diunggah di Youtube, yang berjudul POLAPIKE tayangan tersebut mulai dikenal masyarakat. Video yang diunggah Rendra Polapike itu sudah ditonton sebanyak sampai jutaan kali. Sehingga salah satu stasiun Televisi swasta yaitu Trans7 melirik dan menayangkannya di televisi, dengan memberi judul “BOCAH NGAPA (K) YA”. Rendra Polapike merupakan sutradara sekaligus otak dibalik tayangan Bocah Ngapak tersebut. Ia adalah orang yang cukup lama membintangi acara televisi, diantaranya terlibat dalam grup lawak “Arti Sebuah Nama” (ASN) pada ajang comedy akademi Indonesia, dan juga membintangi sinetron seperti “OK-JEK” dan “Tetangga Tapi Mantan”. Saat Ia pulang kembali ke halamannya di Sadang, Kebumen, Ia berinisiatif membuat film pendek lawak dengan menggandeng anak-anak Desa Sadang Wetan. Ia sempat kesulitan saat hendak mengunggah filmnya ke youtube karena keterbatasan akses internet di desanya. Kecuali di Balai Desa, sebab terdapat akses internet disana. Pada akhir tahun 2018 Rendra pun menemukan tiga anak-anak yang akhirnya menjadi pemeran di video Polapike, yang kemudian berperan juga dalam film Bocah Ngapak. Tayangan pendek Bocah Ngapak mengisahkan kehidupan konyol tiga bocah yang bersahabat. Tiga bocah tersebut bernama

Ilham, Fadly, dan Azkal yang berasal dari Desa Sadang Wetan Kecamatan Sadang Kabupaten Kebumen Jawa Tengah. Dalam satu video Bocah Ngapak terdiri dari beberapa cerita yang bertema komedi. Unikny mereka bertiga menggunakan Bahasa Jawa Ngapak saat berlakon. Selain Azkal, Fadly dan Ilham ada tokoh Pak RT yang di perankan oleh Rendra.<sup>1</sup>

Dalam momen bulan Ramadhan, Bocah Ngapak juga memberi pesan-pesan Islam disetiap tema yang ditayangkan tanpa menghilangkan unsur komedi yang menjadi ciri khas dalam tayangan tersebut. Rendra Polapike selaku sutradara dari tayangan tersebut menjelaskan tujuan dari pembuatan video itu saat diwawancarai di acara Hitam Putih saat menjadi bintang tamu dalam acara tersebut yaitu pembuatan video tersebut bukan hanya mengejar ketenaran melainkan tayangan ini dibuat dengan menyisipkan pesan moral yang bermanfaat dan berharap akan menjadi amal jariyah mereka diakhirat nanti.<sup>2</sup>

## 2. Profil Pemain dalam Program Tayangan Bocah Ngapak (Ya) Ngabuburit<sup>3</sup>

Berikut adalah profil pemain inti dari tayangan Bocah Ngapa (K) Ya Ngabuburit yaitu sebagai berikut:

---

<sup>1</sup> Fidya A.P. *Mengenal Mengenal Pemain Bocah Ngapak yang lagi Viral lihat potret Ilham Fadly dan Azkal*, Tribun Jabar: 2019. Diakses Pada Tanggal 09 Agustus 2020. Melalui <https://jabar.tribunnews.com/2019/03/19/mengenal-pemain-bocah-ngapak-yang-lagi-viral-lihat-potret-ilham-fadly-dan-azkal>

<sup>2</sup> Hitam Putih, *Terharu Bocah Ngapak Menangis Ingat Perjuangan Hitam Putih (14/03/19) Part 2*, Trans7 Lifestyle: 2019. Diakses pada 2 Agustus 2020 melalui <https://youtube.be//huCPJwTR33A>

<sup>3</sup> Sumber olahan penulis berdasarkan tayangan yang dilihat dari situs Youtube

## a. Azkal



Gambar 2  
(Sumber: *Capture* dari Youtube)

Nama panjang azkal adalah ahmad azkal fuadi. Dalam perannya digambarkan sebagai anak yang kerap kali mengenakan baju berwarna biru. Hampir semua adegan yang ia perankan mengenakan baju berwarna biru. Badan azkal lebih besar dari Ilham dan Fadly. Azkal bersekolah di MI Ma'arif Sadang Wetan, dan ia bercita-cita ingin menjadi Ustadz seperti ayahnya.

## b. Fadly



Gambar 3  
(Sumber: *Capture* dari Youtube)

Fadly memiliki nama lengkap Fadly Dwi Ramadhan. Fadly dikenal sebagai bocah bergigi gingsul. Pemain yang satu ini dalam beberapa adegan, ia kerap kali membawa radio jadul. Anak yang bersekolah di MI Ma'arif Sadang Wetan ini bercita-cita menjadi Abri.

## c. Ilham



Gambar 4  
(Sumber: *Capture* dari Youtube)

Nama asli Ilham adalah Ilham Dwi Ramadhan. Dalam perannya, ia digambarkan sebagai anak paling sering tidak mudeng saat mengobrol bersama teman-temannya. Saking nyelenehnya, kelakuan Ilham sering membuat fadly dan azkal menepuk jidat. Ia bersekolah di MI Ma'arif Sadangwetan dan bercita-cita Ingin menjadi Pilot.

## d. Rendra polapike



Gambar 5  
(Sumber: *Capture* dari Youtube)

Rendra polapike yang bernama asli Yan Rendra Pratiwi ini merupakan sutradara sekaligus pemain dalam tayangan bocah ngapa (k) ya ngabuburit. Ia berperan sebagai Pak RT dalam tayangan tersebut. Ia selalu menggunakan kopyah hitam dalam perannya. Pak RT yang sangat

akrab dengan ketiga anak tersebut sering kali menanyakan apa yang terjadi kepada mereka, sesekali Pak RT memberikan nasehat positif kepada Azkal, Fadly, dan Ilham.

Kemudian ada lagi tokoh yang berperan dalam tayangan tersebut seperti Tiyas yang berperan sebagai kakaknya Ilham. Dan Ucup sebagai teman yang sering merepotkan Azkal, Fadli dan Ilham, serta ada tokoh Bu guru dan Pak Ustadz yang sering memberikan nasehat dalam tayangan tersebut seperti saat sedang mengaji ataupun bersekolah.

### 3. Latar Sosial Tayangan Bocah Ngapa (k) Ya Ngabuburit

#### a. Sawah



Gambar 6

(Sumber: *Capture* dari Youtube)

Sawah merupakan lahan atau tanah yang digarap dan dialiri untuk tempat menanam padi, sawah adalah lahan yang digunakan seorang petani dalam mengolah usaha padinya. Latar sawah yang digunakan tayangan ini menggambarkan jika latar sosial dalam pembuatan tayangan tersebut berada di sebuah pedesaan yang memperlihatkan pekerjaan masyarakat disekitarnya sebagai petani.

b. Sungai



Gambar 7  
(Sumber: *Capture* dari Youtube)

Sungai merupakan sebuah aliran alamiah yang mengalir dari tempat tinggi ke tempat yang rendah kemudian menuju ke arah laut. Sungai sering digunakan untuk mencari ikan tawar oleh penduduk yang bertempat tinggal di dekatnya. Seperti adegan yang ditayangkan Bocah Ngapak ini bahwa mereka sedang mencari ikan di sawah dengan menggunakan alat pancing yang sederhana. Keberadaan sungai yang bersih sudah begitu langka, karena banyak perusahaan industri yang membuang limbahnya ke sungai. Namun dalam tayangan Bocah Ngapak ini memberi penjelasan jika latar sosial dalam tayangan tersebut berada dalam tempat yang jauh dari perkotaan, apalagi pabrik-pabrik industri.

c. Ladang



Gambar 8  
(Sumber: *Capture* dari Youtube)

Ladang merupakan sebuah tanah luas yang subur dan yang sering digunakan untuk budidaya tanaman. Ladang digunakan para petani untuk ditanami seperti tanaman seperti ubi, jagung, ketela. Keberadaan ladang tidak akan ditemui pada perkotaan yang sudah banyak dibangun menjadi bangunan gedung yang menjulang tinggi seperti hotel, mall, perumahan dan lain-lain. Latar sosial ladang dalam tayangan *Bocah Nagpak* ini menggambarkan jika lingkungan mereka masih alami dari sebuah Pedesaan.

d. Mushola



Gambar 9  
(Sumber: *Capture* dari Youtube)

Mushola merupakan sebuah tempat untuk beribadah umat Islam. Mushola biasanya berada di setiap RT sebuah pedesaan untuk sholat berjamaah bersama warga terdekat. Mushola juga bisa digunakan untuk mengaji.

Seperti adegan yang dilakukan Bocah Ngapak tersebut. Mereka sedang mengaji di mushola bersama teman-temannya yang lain.

e. Rumah



Gambar 10  
(Sumber: *Capture* dari Youtube)

Kohesivitas yang dibangun dalam tayangan bocah Ngapak ini cukup tinggi. Dengan berbagai adegan yang menggambarkan jika mereka peduli dengan masyarakat disekitarnya, salah satunya adegan menjenguk Pak RT yang sedang sakit di rumahnya. Dan adegan-adegan lainnya yang kerap kali menunjukkan jika mereka sangat peduli dengan orang si sekelilingnya.

f. Pos Kampling



Gambar 11  
(Sumber: *Capture* dari Youtube)

Pos kampling atau bisa disebut dengan pos ronda merupakan tempat khusus yang dibangun untuk menjaga keamanan sebuah komplek di

masyarakat. Bangunan sederhana yang kerap kali digunakan untuk bermalam guna menjaga dari maling yang berkeliaran.

g. Warung



Gambar 12

(Sumber: *Capture* dari Youtube)

Dalam tayangan bocah Ngapak tersebut terdapat beberapa adegan dimana mereka ingin membeli kebutuhan sehari-harinya dengan membeli di warung kecil milik tetangga mereka. Warung biasanya dimiliki oleh warga yang memiliki modal kecil untuk menggerakkan perekonomian rakyat.

4. Segmentasi dalam produksi Televisi

Dari berbagai program yang disajikan dalam stasiun televisi, jenis-jenis program terbagi menjadi dua bagian yaitu: program informasi dan program hiburan. Sementara itu jika dilihat dari sifatnya maka dapat diklasifikasikan menjadi dua, yaitu program faktual (meliputi program berita, reality show dan dokumenter) dan program fiksi (fictional, meliputi komedi dan program drama).

a. Program berita (informasi)

Program informasi adalah segala jenis siaran yang bertujuan untuk tambahan pengetahuan (informasi) kepada khalayak. Daya tarik program ini adalah informasi, sehingga informasi inilah yang diberikan dalam audiensnya.

Program informasi dapat dipilih menjadi dua yaitu:

- 1) Berita keras (hard news) atau straight news, yaitu segala informasi yang penting dan menarik harus disiarkan oleh media penyiaran karena sifatnya harus diketahui khalayak.
- 2) Berita lunak (soft news) adalah segala informasi yang penting dan menarik yang disampaikan secara mendalam (indepth) namun tidak bersifat harus segera ditayangkan.

b. Program Hiburan (Entertainment)

Program hiburan adalah segala bentuk siaran yang bertujuan untuk menghibur audiens dalam bentuk musik, lagu, cerita, dan permainan. Program yang termasuk dalam kategori hiburan adalah drama, musik, komedi, dan permainan (game).<sup>4</sup>

Berdasarkan jenis produksi program televisi di atas maka diketahui bahwa Program acara tayangan bocah Ngapa (k) Ya Ngabuburit masuk dalam segmen Entertainment. Sebuah tayangan yang didesain untuk memberikan kesenangan dan relaksasi kepada orang. Ada beberapa kategori yang terbagi dalam Entertainment, namun tayangan Bocah Ngapa

---

<sup>4</sup> Junia Helvina S. *Opini Ibu rumah tangga terhadap program acara infotainment insert di trans tv (studi deskriptif pada ibu-ibu rumah tangga di kelurahan pulo brayan darat I)*. Skripsi (Universitas Medan Area: 2015). Diakses pada tanggal 15 Agustus 2020 Pukul 20:00 WIB. Melalui <http://repository.uma.ac.id/handle/123456789/1639>

(k) Ya Ngabuburit ini masuk dalam katagori Komedi situasi dimana cerita yang disampaikan seperti realitas yang terjadi namun terdapat kelucuannya atau komedi didalamnya. bisa dilihat dari setiap tayangan dalam program tersebut, setiap adegannya menggambarkan kehidupan sehari-hari, kejadiannya tidak dibuat-buat, konfliknya ringan sehingga pesan yang akan disampaikan mudah tersampaikan.

c. Jenis komedi

Tayangan Bocah Ngapa(k) Ya Ngabuburit ini merupakan tayangan yang bergenre komedi situasi dengan durasi video 5 sampai 10 menit dan tema yang berubah-ubah. Penjelasan tentang komedi situasi menurut Jung dan Dewhurst, yaitu *The situation comedy and situation drama*. Situasi drama yang dimaksud disini adalah situasi atau setting dari cerita komedi tersebut.<sup>5</sup> Seperti halnya Tayangan Bocah Ngapa(k) ini yang merupakan friends sitcom, yang berarti cerita dalam komedi situasi ini berfokus pada lingkungan persahabatan 3 anak yang berperan. Suasana yang adapun diatur sedemikian rupa sehingga benar-benar menggambarkan suasana persahabatan yang menyenangkan, meskipun sering terjadi berbagai permasalahan yang justru menjadi sebuah kelucuan.

Meskipun *the situation comedy* merupakan komedi dan situasi drama, namun komedi situasi ini sebenarnya tidak hanya fokus pada

---

<sup>5</sup> Luna Safitri S, *Representasi Perempuan Maskulin Sebagai Perlawanan Terhadap Patriarki Dalam Sitkom Oke-Jek (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce)*, Skripsi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Serang: 2016. Hlm. 22 Diakses Pada Tanggal 26 Oktober 2020 Pukul 07.45 WIB Melalui <http://repository.fisip-untirta.ac.id/784/>

situasi, namun juga karakter. Bisa dikatakan bahwa komedi situasi memiliki ketetapan karakter. Menurut Slavka Tomascikova dikatakan bahwa karakter dalam komedi situasi sering mengandung suatu *stereotip* dimana mereka berusaha untuk melampaui batas-batas kebiasaan yang berlaku dalam sebuah konteks yang ada melalui tingkah laku yang mungkin kurang tepat. Komedi situasi harus menunjukkan struktur narasi simplistik yang melibatkan suatu masalah yang harus dipecahkan. Komedi situasi merujuk pada pentingnya tokoh dalam memecahkan narasi tersebut, ciri tokoh itulah yang membuat kita tertawa, ciri yang juga kerap menyebabkan munculnya masalah dan solusi.<sup>6</sup> Dalam tayangan Bocah Ngapa(k) ini yang karakter tersebut yaitu Ilham dimana ia berperan sebagai anak yang tidak mudengan, sehingga sering menimbulkan kesalah pahaman diantara tiga anak tersebut. Namun dengan karakter Ilham tersebutlah yang menimbulkan kelucuan itu ada dalam tayangan tersebut.

## **B. Isi Konten Tayangan Bocah Ngapa (K) Ya Ngabuburit Pada Bulan Ramadhan 2019**

### **1. Kategorisasi / kualifikasi tema**

Dalam tayangan Bocah Ngapa (K) Ya Ngabuburit pada bulan Ramadhan 2019 terdapat 105 tayangan dengan tema yang berbeda-beda.

---

<sup>6</sup> Luna Safitri S, *Representasi Perempuan Maskulin Sebagai Perlawanan Terhadap Patriarki Dalam Sitkom Oke-Jek (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce)*, Skripsi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Serang: 2016. Hlm. 23-24 Diakses Pada Tanggal 26 Oktober 2020 Pukul 07.45 WIB Melalui <http://repository.fisip-untirta.ac.id/784/>

Video tersebut tersimpan dalam youtube chennelnya Trans7 yang bisa kita lihat dari link berikut ini.

Dari 105 tayangan tersebut, terdapat 3 tema besar yang dibuat produser, yaitu yang pertama terkait dengan Agama, kedua tentang pendidikan dan yang ke tiga tentang hiburan dan sosial.

Untuk mempermudah penjelasan penulis membuat tabel yang berisi dari tema-tema beserta kategori yang sudah penulis analisis yaitu sebagai berikut:

No	Tanggal tayang	Tema	Kategori tema	Link dalam youtube
1.	06/05/2019	Tangan diatas lebih baik dari tangan dibawah	Agama	<a href="https://youtu.be/v5NQxM-uv6M">https://youtu.be/v5NQxM-uv6M</a>
		Menunggu buka	Hiburan	<a href="https://youtu.be/WN4kpc251ou">https://youtu.be/WN4kpc251ou</a>
		Janji Adalah Hutang	Agama	<a href="https://youtu.be/cm5AZ56jcM4">https://youtu.be/cm5AZ56jcM4</a>
		Latihan Trompet	Hiburan	<a href="https://youtu.be/DDCmYWzjgeE">https://youtu.be/DDCmYWzjgeE</a>
2.	07/05/2020	Kunci sukses	Pendidikan	<a href="https://youtu.be/bsBIGfBEto8">https://youtu.be/bsBIGfBEto8</a>
		Pesan bangunin sahur	Agama	<a href="https://youtu.be/hYL4MceH0X8">https://youtu.be/hYL4MceH0X8</a>
		Batal puasa	Agama	<a href="https://youtu.be/MnYNO6VhHZo">https://youtu.be/MnYNO6VhHZo</a>
		Nunggu buka	Hiburan	<a href="https://youtu.be/EGTGTzvECRI">https://youtu.be/EGTGTzvECRI</a>
3.	08/05/2019	Gagal sahur	Hiburan	<a href="https://youtu.be/tNdnUU_hAvk">https://youtu.be/tNdnUU_hAvk</a>
		Rezeki sudah diatur	Agama	<a href="https://youtu.be/XDhMIPmJj4Y">https://youtu.be/XDhMIPmJj4Y</a>
		Lemah lembut	Agama	<a href="https://youtu.be/qP6j2TBe49g">https://youtu.be/qP6j2TBe49g</a>
		Serahkan sama yang diatas	Agama	<a href="https://youtu.be/KEwzyEppAXk">https://youtu.be/KEwzyEppAXk</a>
4.	09/05/2019	Batal puasa	Agama	<a href="https://youtu.be/HxUN1dXYB3U">https://youtu.be/HxUN1dXYB3U</a>
		Ngomongin orang	Agama	<a href="https://youtu.be/8SpAWeJQBw">https://youtu.be/8SpAWeJQBw</a>

No	Tanggal tayang	Tema	Kategori tema	Link dalam youtube
		Berbukalah dengan yang manis	Agama	<a href="https://youtu.be/Kq7OXNem5q8">https://youtu.be/Kq7OXNem5q8</a>
5.	10/05/2019	Menutup aib	Agama	<a href="https://youtu.be/DJKYNYGdKME">https://youtu.be/DJKYNYGdKME</a>
		Nemu dompet	Agama	<a href="https://youtu.be/w4G1Oebwby8">https://youtu.be/w4G1Oebwby8</a>
		Adu cepet dan kuat	Hiburan	<a href="https://youtu.be/vElj4MthhXk">https://youtu.be/vElj4MthhXk</a>
16.	11/05/2019	Nunggu buka	Agama	<a href="https://youtu.be/tZCET4sdoY">https://youtu.be/tZCET4sdoY</a>
		Anak sholeh	Agama	<a href="https://youtu.be/deVmK_By8VY">https://youtu.be/deVmK_By8VY</a>
		Tebakan ikan	Hiburan	<a href="https://youtu.be/2fVNfnD2tWQ">https://youtu.be/2fVNfnD2tWQ</a>
		Beli hamho	Hiburan	<a href="https://youtu.be/_H0c3xIhYXM">https://youtu.be/_H0c3xIhYXM</a>
7.	12/05/2019	Ayo sekolah	Agama	<a href="https://youtu.be/gqPIBv12L4">https://youtu.be/gqPIBv12L4</a>
		Masuk surga	Agama	<a href="https://youtu.be/H17I6eL8I9M">https://youtu.be/H17I6eL8I9M</a>
		Yang penting ikhlas	Agama	<a href="https://youtu.be/UCSemw7cDqo">https://youtu.be/UCSemw7cDqo</a>
8.	13/05/2019	Bagi-bagi uang	Hiburan	<a href="https://youtu.be/FaxqOZjfqTU">https://youtu.be/FaxqOZjfqTU</a>
		Minta izin	Agama	<a href="https://youtu.be/1GijNhhfF2w">https://youtu.be/1GijNhhfF2w</a>
		Pohon besar	Agama	<a href="https://youtu.be/wq7xoKUKu0">https://youtu.be/wq7xoKUKu0</a>
		Minta maaf	Hiburan	<a href="https://youtu.be/dR_Rnv8FsiM">https://youtu.be/dR_Rnv8FsiM</a>
9.	14/05/2019	Belajar bersama	Sosial dan Hiburan	<a href="https://youtu.be/mh2noFV7Zk">https://youtu.be/mh2noFV7Zk</a>
		Uang kembalian	Agama	<a href="https://youtu.be/sMqbBXWK4iU">https://youtu.be/sMqbBXWK4iU</a>
		Marahan	Agama	<a href="https://youtu.be/kywxMJOBuew">https://youtu.be/kywxMJOBuew</a>
		Tukang parkir	Agama	<a href="https://youtu.be/6c8J4dQONwc">https://youtu.be/6c8J4dQONwc</a>
10.	15/05/2019	Ngomongin orang	Agama	<a href="https://youtu.be/a3aKNjFF1_U">https://youtu.be/a3aKNjFF1_U</a>
		Berendam	Hiburan	<a href="https://youtu.be/HUV9ikJOJxI">https://youtu.be/HUV9ikJOJxI</a>
		Gak sahur	Hiburan	<a href="https://youtu.be/AquGNfq1Ybg">https://youtu.be/AquGNfq1Ybg</a>
		Ujian	Agama	<a href="https://youtu.be/A3sIiV5sA">https://youtu.be/A3sIiV5sA</a>
11.	16/05/2019	Minta tolong	Agama	<a href="https://youtu.be/Z2JZE8V_XFU">https://youtu.be/Z2JZE8V_XFU</a>
		Sedekah	Agama	<a href="https://youtu.be/9uVyLO3qDU">https://youtu.be/9uVyLO3qDU</a>
		Ikhlas membantu	Agama	<a href="https://youtu.be/JGAihIPfsgc">https://youtu.be/JGAihIPfsgc</a>
12.	17/05/2019	Berkata baik	Agama	<a href="https://youtu.be/Di6LZfU12Dg">https://youtu.be/Di6LZfU12Dg</a>
		Pamer kepandaian	Agama	<a href="https://youtu.be/xSaddHgBqtg">https://youtu.be/xSaddHgBqtg</a>
13.	18/05/2019	Ngomongin orang	Agama	<a href="https://youtu.be/RyDEBkc5GBc">https://youtu.be/RyDEBkc5GBc</a>

No	Tanggal tayang	Tema	Kategori tema	Link dalam youtube
		Jadi orang kaya	Hiburan	<a href="https://youtu.be/8zLcGys8XWQ">https://youtu.be/8zLcGys8XWQ</a>
		Titipan	Agama	<a href="https://youtu.be/0nx05yL7RqE">https://youtu.be/0nx05yL7RqE</a>
		Fadli sakit	Agama	<a href="https://youtu.be/7GRrJzQsdxs">https://youtu.be/7GRrJzQsdxs</a>
14.	19/05/2019	Rezeki dipatuk ayam	Hiburan	<a href="https://youtu.be/GiK61Z6TIHM">https://youtu.be/GiK61Z6TIHM</a>
		Teh kesukaan Ilham	Hiburan	<a href="https://youtu.be/Pa2lXrunOag">https://youtu.be/Pa2lXrunOag</a>
		Ucup minta mainan	Sosial dan Agama	<a href="https://youtu.be/Z9LYVyV6jVQ">https://youtu.be/Z9LYVyV6jVQ</a>
15.	20/05/2019	Mencari Ilham	Hiburan	<a href="https://youtu.be/EELnmjnvmiI">https://youtu.be/EELnmjnvmiI</a>
		Meriang	Agama	<a href="https://youtu.be/1ZyFy5k8x28">https://youtu.be/1ZyFy5k8x28</a>
		Ucup kepleset	Agama	<a href="https://youtu.be/g8DBihAnqMc">https://youtu.be/g8DBihAnqMc</a>
		Malam lailatul Qodar	Agama	<a href="https://youtu.be/yVT322G8dBE">https://youtu.be/yVT322G8dBE</a>
16.	21/05/2019	Perdamaian	Hiburan dan Sosial	<a href="https://youtu.be/4nsLw9NCdVQ">https://youtu.be/4nsLw9NCdVQ</a>
		Nangis bikin batal nggak?	Agama	<a href="https://youtu.be/aMm-zU_5cZ0">https://youtu.be/aMm-zU_5cZ0</a>
		Hasil karya orang tua	Sosial	<a href="https://youtu.be/Yw0yuHXJP_Q">https://youtu.be/Yw0yuHXJP_Q</a>
17.	22/05/2019	Tajamnya lidah	Agama	<a href="https://youtu.be/d5Qtgb2vUsA">https://youtu.be/d5Qtgb2vUsA</a>
		Takut ketinggian	Agama	<a href="https://youtu.be/ln4Ke2TbvMQ">https://youtu.be/ln4Ke2TbvMQ</a>
		Bagi-bagi sedekah	Agama	<a href="https://youtu.be/de_GEKXvq-I">https://youtu.be/de_GEKXvq-I</a>
18.	23/05/2019	Kirim surat	Agama	<a href="https://youtu.be/PEII1mKIPNU">https://youtu.be/PEII1mKIPNU</a>
		Bagi sedekah	Agama	<a href="https://youtu.be/zVsMzkrOfel">https://youtu.be/zVsMzkrOfel</a>
		Setan kepanasan	Agama	<a href="https://youtu.be/TZyR8AcPAm8">https://youtu.be/TZyR8AcPAm8</a>
		Keluar malam	Hiburan	<a href="https://youtu.be/Ep-H2ao6RT8">https://youtu.be/Ep-H2ao6RT8</a>
19.	24/05/2019	Ucup takut capung	Agama	<a href="https://youtu.be/mQePakiQQEQ">https://youtu.be/mQePakiQQEQ</a>
		Ikhlas	Sosial	<a href="https://youtu.be/2a_BRa3mo8Y">https://youtu.be/2a_BRa3mo8Y</a>
		Di suap	Agama, Pendidikan	<a href="https://youtu.be/go_K44oRkuU">https://youtu.be/go_K44oRkuU</a>
		Setan di ikat	Hiburan	<a href="https://youtu.be/qFKlew29LVo">https://youtu.be/qFKlew29LVo</a>
20.	25/05/2019	Amnesia	Agama dan Sosial	<a href="https://youtu.be/wq0VNYil8fl">https://youtu.be/wq0VNYil8fl</a>
		Ilmu padi	Agama dan Pendidikan	<a href="https://youtu.be/-3VjZ6beTIO">https://youtu.be/-3VjZ6beTIO</a>
		Sandal hilang	Hiburan	<a href="https://youtu.be/SG11a40JYgc">https://youtu.be/SG11a40JYgc</a>

No	Tanggal tayang	Tema	Kategori tema	Link dalam youtube
		Gigi bolong	Hiburan	<a href="https://youtu.be/V_EIXDCDRAE">https://youtu.be/V_EIXDCDRAE</a>
21.	26/05/2019	Sayur asem	Hiburan	<a href="https://youtu.be/YVSrDRKuHz0">https://youtu.be/YVSrDRKuHz0</a>
		Vitamin	Hiburan	<a href="https://youtu.be/nbDRX5kA6AM">https://youtu.be/nbDRX5kA6AM</a>
		Menghindari	Agama	<a href="https://youtu.be/fwmrIV5fWmY">https://youtu.be/fwmrIV5fWmY</a>
22.	27/05/2019	Belajar dari kesalahan	Pendidikan dan Hiburan	<a href="https://youtu.be/fJGUPu_A8IE">https://youtu.be/fJGUPu_A8IE</a>
		Antar pulang	Hiburan	<a href="https://youtu.be/EMG-kJmCWhs">https://youtu.be/EMG-kJmCWhs</a>
		Pekerjaan rumah	Pendidikan	<a href="https://youtu.be/t9J24ZpWh7Q">https://youtu.be/t9J24ZpWh7Q</a>
		Kangen makan	Agama	<a href="https://youtu.be/C20URg9Q1W4">https://youtu.be/C20URg9Q1W4</a>
23.	28/05/2019	Beli minum	Hiburan	<a href="https://youtu.be/C-uYDFOAd2c">https://youtu.be/C-uYDFOAd2c</a>
		Kredit panci	Hiburan	<a href="https://youtu.be/5JfcbW9WMIIs">https://youtu.be/5JfcbW9WMIIs</a>
		Beramal	Agama	<a href="https://youtu.be/VstWOrhr_kE">https://youtu.be/VstWOrhr_kE</a>
		Senyum	Agama	<a href="https://youtu.be/7HcUstzCRsc">https://youtu.be/7HcUstzCRsc</a>
24.	29/05/2019	Setiap langkah	Agama	<a href="https://youtu.be/ZdP7ceOBow">https://youtu.be/ZdP7ceOBow</a>
		Menjawab salam	Agama	<a href="https://youtu.be/bPl6nGAcgUo">https://youtu.be/bPl6nGAcgUo</a>
		Suguhan	Agama	<a href="https://youtu.be/sWq381aslpo">https://youtu.be/sWq381aslpo</a>
25.	30/05/2019	Mimpi buruk	Agama	<a href="https://youtu.be/EwUAJLIho6U">https://youtu.be/EwUAJLIho6U</a>
		Baju lebaran	Hiburan atau agama	<a href="https://youtu.be/5io3nVHaVGw">https://youtu.be/5io3nVHaVGw</a>
26.	31/05/2019	Jual Parcel	Hiburan	<a href="https://youtu.be/KShHfXe6o5o">https://youtu.be/KShHfXe6o5o</a>
		Mudik	Hiburan	<a href="https://youtu.be/SoPQy01y-No">https://youtu.be/SoPQy01y-No</a>
		Nimbun barang	Agama	<a href="https://youtu.be/WV2_-zqJZgQ">https://youtu.be/WV2_-zqJZgQ</a>
		Bedug	Hiburan	<a href="https://youtu.be/VM9Isnhv82s">https://youtu.be/VM9Isnhv82s</a>
27.	01/06/2019	Tidur siang	Hiburan	<a href="https://youtu.be/9FxgoJ1kek8">https://youtu.be/9FxgoJ1kek8</a>
		Membantu mencari uang	Hiburan	<a href="https://youtu.be/V8KWwIbicCE">https://youtu.be/V8KWwIbicCE</a>
		Kembali ke fitri	Hiburan	<a href="https://youtu.be/3nznPw6P5NA">https://youtu.be/3nznPw6P5NA</a>
		Memutar jarum jam	Hiburan	<a href="https://youtu.be/4VGu9tY9EeQ">https://youtu.be/4VGu9tY9EeQ</a>
28.	02/06/2019	Pak RT stroke	Hiburan	<a href="https://youtu.be/Eh5n6yp9e4A">https://youtu.be/Eh5n6yp9e4A</a>
		Harga sarung	Hiburan	<a href="https://youtu.be/JNkcee9pdzY">https://youtu.be/JNkcee9pdzY</a>
		Kembali bersih	Hiburan	<a href="https://youtu.be/K-TJdDOoV5o">https://youtu.be/K-TJdDOoV5o</a>

No	Tanggal tayang	Tema	Kategori tema	Link dalam youtube
		Orang terdekat	Agama	<a href="https://youtu.be/4SbSe-Gq-Do">https://youtu.be/4SbSe-Gq-Do</a>
29.	03/06/2019	Bayar zakat	Hiburan	<a href="https://youtu.be/2LRmhWRFzIw">https://youtu.be/2LRmhWRFzIw</a>
		Mentahan	Hiburan	<a href="https://youtu.be/H0-lsF3aWFU">https://youtu.be/H0-lsF3aWFU</a>
		Kuping gajah	Hiburan	<a href="https://youtu.be/prs8RdOEKio">https://youtu.be/prs8RdOEKio</a>
		Nomer urut	Hiburan	<a href="https://youtu.be/cEazt7cbkcM">https://youtu.be/cEazt7cbkcM</a>
30.	04/06/2019	Open house	Hiburan	<a href="https://youtu.be/MiUsi7j7iP0">https://youtu.be/MiUsi7j7iP0</a>
		Minta maaf	Hiburan	<a href="https://youtu.be/AIjRpoLzxNU">https://youtu.be/AIjRpoLzxNU</a>
		Baju lebaran	Hiburan	<a href="https://youtu.be/8TWe9g5vfXc">https://youtu.be/8TWe9g5vfXc</a>
		Merayakan kemenangan	Agama	<a href="https://youtu.be/xxKBOI8GCns">https://youtu.be/xxKBOI8GCns</a>

2. Eksplorasi konteks sosial dalam tayangan Bocah Ngapa (K) Ya Ngabuburit pada Bulan Ramadhan 2019

Eksplorasi kontekstual sosial dalam tayangan Bocah Ngapa (K) Ya edisi bulan Ramadhan 2019 tersebut menggambarkan sebuah kehidupan pedesaan yang terletak di desa sadang wetan kecamatan sadang kabupaten kebumen. Suasana khas pedesaan dan kehidupan masyarakat yang kental dengan kearifan budaya lokal bisa kita lihat dari tayangan tersebut. Serta bentangan alam seperti pegunungan, sawah, ladang dan sungai kerap menjadi latar dalam lokasi shooting tayangan tersebut.



Gambar 13  
(Sumber: Capture dari Youtube)

Rumah penduduk yang masih sederhana juga jalan desa yang tidak terlalu lebar membelah sawah dan ladang membuat suasana desa tersebut relatif tenang dan tak banyak yang lalu lalang kecuali yang mengayuh sepeda, termasuk para pemain dalam tayangan tersebut. Mereka kerap menggunakan sepeda daripada kendaraan yang lain.



Gambar 14  
(Sumber: *Capture* dari Youtube)

Tayangan tersebut hampir tidak pernah menampilkan adegan memunculkan telepon genggam, permainan yang sering dimainkan yaitu permainan tradisional khas desa yang bisa dibuat sendiri seperti patil lele, petak umpet, telepon kaleng, egrang, bermain kelereng, hingga menggiring ban.



Gambar 15  
(Sumber: *Capture* dari Youtube)

Kegiatan keagamaan yang dilakukan seperti pengajian dalam tayangan tersebut kerap kali dilakukan di dalam mushola atau bahkan di pos kamplang desa.



Gambar 16  
(Sumber: *Capture* dari Youtube)

Bahasa yang digunakan dalam tayangan tersebut yaitu menggunakan bahasa Ngapak. Bahasa Ngapak digunakan oleh masyarakat kebumen untuk berkomunikasi sehari-hari. Mulai dari kalangan anak-anak hingga dewasa. Bahasa Ngapak merupakan bahasa khas yang memiliki gaya atau langgam berbeda dibandingkan dengan Bahasa Jawa baku seperti yang luas dikenal. Bahasa Ngapak memiliki kekhususan-kekhususan linguistik yang tidak dimiliki Bahasa Jawa standar. Ciri dari bahasa Ngapak ialah pengucapan bahasa yang pelafalan diberi penekanan di akhir kata misalnya pada kalimat “kepriwe kabare rika?” (gimana kabarnya kamu?) dan huruf “a” yang terakhir dibaca “a” bukan “o”. Intonasi bahasa Ngapak pun memiliki ciri khas tersendiri yaitu lepas, tegas, dan keras. Ketika berbicara pun terdengar sangat cepat. Masyarakat yang tidak mengetahuinya akan mengira jika percakapan tersebut terkesan seperti orang bertengkar. Bahasa menunjukkan bangsa. Dari penggambaran peribahasa tersebut, Bahasa Ngapak memberikan penggambaran yang jelas mengenai kondisi mentalis masyarakat dan karakter

khas yang menyertainya. Masyarakat kebumen bangga dengan penggunaan bahasa Ngapak yang menjadikan bahasa sebagai identitas budaya. Hal tersebut dapat di lihat bahwa masyarakat khususnya kebumen yang berkarya atau menuangkan ide-ide mereka dengan menyusun atau membuat video atau cerita pendek dengan bahasa Ngapak seperti halnya tayangan Bocah Ngapak ini, dengan pembuatan Video atau cerita pendek dengan bahasa Ngapak tersebut dapat mengenalkan dengan khalayak bahwasannya bahasa Ngapak perlu dijaga pelestariannya dan juga sebuah kebanggan identitas budaya.

## **C. Masyarakat Modern**

### **1. Industrialisasi Masyarakat Modern**

Realitas gambar wajah masyarakat saat ini adalah konsumsi masyarakat terhadap media. Konsumsi media saat ini semakin meluas dan masyarakat memiliki pemahaman yang lebih baik tentang cara mengkonsumsi dan berinteraksi dengan media sehingga dapat berkontribusi terhadap industri media, periklanan dan psikologi konsumen. Media digital menjadi alat yang memungkinkan gerakan sosial untuk mencapai tujuan. Ketergantungan manusia dengan manusia lainnya berdampak pada kebutuhan akan sosialisasi dan pemenuhan tujuan kehidupan. Agar dapat menyesuaikan dengan perkembangan teknologi, manusia dituntut untuk menyesuaikan diri dengan perubahan yang relevan dalam mereka. Perubahan yang terjadi

didalam lingkungan disebabkan oleh interaksi yang terjadi antar manusia. Seiring dengan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semaki berkembang alat komunikasi pun menjadi pesat. Hal tersebut dikarenakan konsumsi masyarakat terhadap teknologi semakin tinggi sehingga dalam era globalisasi segala informasi yang terjadi diseluruh belahan dunia dapat diketahui melalui teknologi.<sup>7</sup>

Industrialisasi pada dasarnya merupakan suatu proses kerja yang didasarkan pada pemanfaatan teknologi untuk mendapatkan hasil secara efisien. Sebagai salah satu strategi modernisasi, industrialisasi dapat digunakan sebagai pemicu perubahan sosial. Melalui industrialisasi peranan teknologi menjadi semakin penting untuk diterapkan dalam proses produksi. Pada saat teknologi dimanfaatkan untuk melakukan produksi massal, maka industrialisasi menjadi faktor penggerak utama (*prime mover*) terjadinya perubahan sosial.<sup>8</sup> Dengan kemudahan teknologi modern saat ini memicu persaingan dari setiap perusahaan semakin tinggi. Masyarakat begitu antusias dalam menjalankan teknologi agar mendapat keuntungan yang lebih. Hal ini dapat menimbulkan masyarakat bersikap pragmatis.

## 2. Industri Media Televisi

---

<sup>7</sup>Engkus Kuswarno, *Potret Wajah Masyarakat Digital Di Indonesia*, Jurnal Communicate Volume 1 No. 1 Juli 2015. Hlm 48 . Diakses Pada Tanggal 25 Juli 2020 Pukul 20.30 WIB <https://zenodo.org/record/1217871/files/kom%20%28vol%201%20no%201%29%20%285%29.pdf>

<sup>8</sup>Thesa Ayuningtias Dan Murdianto, *Dampak Industrialisasi Pedesaan Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Di Desa Ciherang Pondok, Kecamatan Caringin, Kabupaten Bogor*, Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat (JSKPM), Vol.1 (2): 143-156. Diakses Pada 1 September 2020 Pukul 21.58 WIB Melalui <http://ejournal.skpm.ipb.ac.id/index.php/jskpm/article/viewe/7i>

Fungsi utama media massa bagi masyarakat yaitu sebagai berikut:

*Pertama*, Informasi (*to inform*). Media harus menyampaikan informasi secepatnya kepada masyarakat seluas-luasnya. Setiap informasi yang disampaikan harus memenuhi kriteria dasar yaitu: aktual, faktual, akurat, penting atau menarik, benar, jelas-jernih, relevan, lengkap-utuh, bermanfaat, jujur-adil, etis, berimbang. *Kedua*, Edukasi (*to educate*) apapun yang disebarluaskan hendaknya dalam kerangka mendidik (*to educate*). Media hendaknya memerankan dirinya sebagai guru bangsa kepada siapapun, dalam situasi apapun, dan sampai kapanpun. *Ketiga*, koreksi (*to influence*) dalam hal ini merujuk pada pers yang menjadi pilar demokrasi keempat setelah legislatif, eksekutif, dan yudikatif. Dalam hal ini, keberadaan pers dimaksudkan untuk mengawasi atau mengontrol kekuasaan legislatif, eksekutif, dan yudikatif agar kekuasaan mereka tidak menjadi korup dan absolut. Dari beberapa negara yang menganut paham demokrasi, pers mengemban fungsi sebagai pengawas pemerintah dan masyarakat (*watchdog function*). Pers akan senantiasa menyalak ketika melihat berbagai penyimpangan dan ketidakadilan dalam suatu masyarakat atau negara. Dengan fungsi koreksi atau kontrol sosial (*social control*) yang dimilikinya, pers bisa disebut sebagai institusi sosial yang tidak pernah tidur. Ia juga senantiasa bersikap independen atau menjaga jarak yang sama terhadap semua kelompok dan organisasi yang ada. *Keempat*, rekreasi (*to entertain*) fungsi selanjutnya yaitu menghibur, media harus mampu memerankan dirinya sebagai wahana rekreasi yang menyenangkan bagi semua lapisan masyarakat.

Artinya apapun pesan rekreatif yang disajikan, mulai dari cerita pendek sampai teka-teki silang dan anekdot, tidak boleh bersifat negatif apalagi destruktif. Media harus bisa menjadi sahabat yang menyenangkan. Karena itu, berbagai sajian hiburan yang bersifat menyesatkan harus dibuang jauh-jauh dari pola pikir dan pola perilaku media sehari-hari. Fungsi yang *Kelima* yaitu Mediasi (to mediate). Mediasi artinya penghubung, bisa disebut sebagai fasilitator atau mediator. Fungsi mediasi maksudnya mampu menghubungkan tempat yang satu dengan tempat yang lain, peristiwa satu dengan peristiwa yang lain, orang yang satu dengan peristiwa yang lain, atau orang yang satu dengan orang yang lain dalam waktu yang sama.<sup>9</sup>

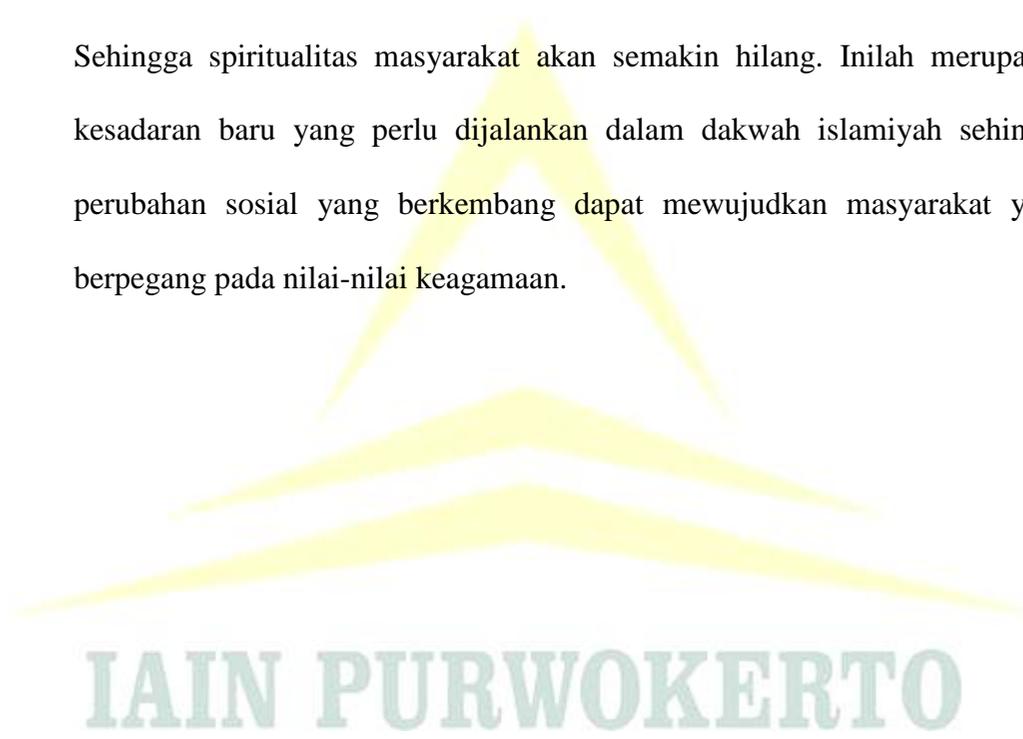
Namun dalam masyarakat kapitalis modern saat ini media televisi banyak digunakan untuk mendapat keuntungan yang tinggi. Hal ini menimbulkan persaingan tayangan televisi yang tidak lagi memperdulikan fungsi sebenarnya media televisi tersebut melainkan hanya untuk kepentingan peningkatan rating dan lakunya tayangan tersebut. Dengan demikian media televisi sudah dikelola secara industri, yaitu kearah bagaimana televisi dapat memberikan keuntungan atau kapital. Karena media industri mengkomodasi masyarakat modern yang serba kompetisi dan pragmatis. Dengan adanya pemanfaatan teknologi modern saat ini menjadi sangat teknis maka memberikan dampak yang sangat berpengaruh dalam perubahan sosial masyarakat. Dampak dari masyarakat yang serba berkompetisi dan pragmatis pada masyarakat modern saat ini dapat berupa:

---

<sup>9</sup> Haris Sumadiria, *Hukum Dan Etika Media Massa Panduan Pers, Penyiaran, Dan Media Siber*. (Simbiosis Rekatama Media, Bandung: 2016). Hlm 74-76

- a. Kohesivitas hilang. Sehingga kebersamaan masyarakat saat ini sudah mulai menghilang.
- b. Individualisme meningkat.
- c. Timbul kecurigaan satu dengan yang lain sehingga menimbulkan tidak ada kepercayaan antara satu dengan yang lain.

Dengan melihat dampak dari industrialisasi diatas dapat dilihat bahwa masyarakat hanya berusaha untuk memenuhi kebutuhan lahirnya saja. Sehingga spiritualitas masyarakat akan semakin hilang. Inilah merupakan kesadaran baru yang perlu dijalankan dalam dakwah islamiyah sehingga perubahan sosial yang berkembang dapat mewujudkan masyarakat yang berpegang pada nilai-nilai keagamaan.



IAIN PURWOKERTO

## BAB IV

### KOMEDI DALAM DAKWAH ISLAM

#### A. Masyarakat Islam dalam kehidupan Industrialis

Islam merupakan salah satu agama yang muncul dikalangan masyarakat. Islam pertama kali diturunkan kepada Nabi Muhammad SAW di Mekah atau Arab. Rosulullah dalam melakukan dakwahnya terlebih dahulu perlu mengenal situasi dan kondisi masyarakat Arab sebelum adanya Islam, yang bertujuan untuk mengenal metode pengembangan dakwah yang dilakukannya.<sup>1</sup>

Kondisi kehidupan masyarakat Arab sebelum adanya Risalah Nabi Muhammad SAW, dikenal sebagai masyarakat jahiliyah, zaman kebodohan, atau dalam istilah Al-Quran diisyaratkan sebagai kehidupan *Adzu-dzulumat*. Disebut demikian, karena kondisi sosial, politik dan kehidupan spiritualnya tidak memiliki Nabi, kitab suci, dan ideologi agama. Mereka tidak memiliki sistem pemerintahan dan hukum yang ideal, serta memperburuk nilai-nilai moral. Tingkat keberagamaannya hampir kembali pada masyarakat primitif yang jauh dari *nur illahi*.<sup>2</sup>

Dari sisi keagamaan, mayoritas masyarakat bangsa Arab merupakan penyembah berhala, namun sebagian kecil ada yang menganut agama Yahudi dan Nasrani. Selain itu, ada juga yang menyembah matahari, bintang dan angin. Diantara mereka ada juga yang atheis, tidak mempercayai adanya Tuhan dan hari

---

<sup>1</sup> Asep Muhyidin, Agus Ahmad S. *Metode Pengembangan Dakwah*, Bandung: CV Pustaka Setia 2002. Hlm 103

<sup>2</sup> Asep Muhyidin, Agus Ahmad S. *Metode*,,,, Hlm 103-104

pembalasan. Setiap daerah dan suku mempunyai dewa-dewi (berhala). Diantara berhala yang terkenal dan dipuja mereka yaitu Al-Uzza, Al-latta, Manah, dan Hubbal. Tidak kurang dari 360 berhala yang di tata di sekeliling kabah untuk disembah. Sebagian mereka tidak mengenal hukum. Hukum yang berlaku bagaikan hukum rimba, yaitu yang kuat akan menindas yang lemah.<sup>3</sup> Masyarakat yang kuat itu bisa disebut sebagai kaum elite, dimana kaum elite ini memaksa orang-orang untuk patuh dan menyembah berhala karena kaum elite tersebut merasa bahwa dialah yang paling otoritatif mengetahui tentang keinginan berhala tersebut. Dalam hal ini sebenarnya masyarakat bukanlah menyembah dan patuh terhadap berhala melainkan patuh terhadap kaum elite tersebut yang merasa kuat dan mengetahui tentang berhala tersebut.

Secara geografis wilayah Arab merupakan daerah gersang dan secara demografis mata pencahariannya sebagian besar adalah beternak. Kelompok elite menguasai hubungan perdagangan domestik dan luar negeri sistem perekonomian dikuasai oleh aristokrat dan konglomerat. Masyarakat pada umumnya miskin dan menderita, sebagai akibat dari kesenjangan sosial ekonomi yang melahirkan ketidakadilan dan penindasan. Dalam kondisi sosial dan moral, khususnya yang berkaitan dengan martabat kaum wanita, masyarakat Arab saat itu memandang bahwa wanita begitu hina, bahkan kelahiran anak perempuan aib yang begitu memalukan, sehingga pada masa itu apabila lahir anak perempuan maka mereka akan membunuh dan mengubur hidup-hidup.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> Asep Muhyidin, Agus Ahmad S. *Metode*,,,, Hlm 104

<sup>4</sup> Asep Muhyidin, Agus Ahmad S. *Metode*..... Hlm 105

Kondisi tersebut tidak akan kuat dalam masyarakat membangun peradaban manusia. Kemudian datanglah Islam yang dibawa oleh Nabi Muhamad SAW untuk menyembah Allah SWT. Perjuangan Nabi Muhammad SAW dalam menegakkan amanah risalahnya mengalami berbagai perkembangan dan peningkatan yang cukup penting, strategis, dan sistematis, menuju keberhasilan dan kemenangan yang gemilang, terutama dengan terbentuknya masyarakat muslim di Madinah dan terjadinya futul Mekah. Menjadi dasar bagi perkembangan dan perjuangan untuk menegakkan dan menyebarkan ajaran Islam kesegala penjuru dunia.

Dilihat dari langkah-langkah dan sudut pandang pengembangan dan pembangunan masyarakat, terdapat tiga posisi penting fungsi Nabi Muhammad SAW.<sup>5</sup> Sebagai figur pemimpin umat, yakni *pertama* Nabi Muhammad SAW sebagai peneliti masyarakat, yaitu ketika beliau seringkali melakukan perjalanan ribuan mil kesebelah utara jazirah Arab untuk melakukan perdagangan. Saat perjalanan tersebut Nabi Muhammad SAW berhubungan dengan banyaknya ragam orang dari berbagai bangsa, suku, agama, bahasa, tradisi, kebudayaan, dengan berbagai ragam watak dan sifatnya. Bahkan beliau juga berinteraksi dan berkomunikasi dengan berbagai agama dan kepercayaan yang dianut, seperti Yahudi, Nasrani, Majusi, dan orang-orang Romawi. Hal tersebut membuat beliau mengadakan *fact-finding* (menghimpun fakta dan data). Mengenai berbagai aspek kehidupan dari berbagai bangsa. Hal ini menjadi pengalaman dan pengetahuan beliau tentang geografis, sosiologis, etnografis, psikologis, religius, antropologis,

---

<sup>5</sup> Asep Muhyidin, Agus Ahmad S. *Metode.....* Hlm 105

karakter dan watak dari berbagai bangsa. Pengetahuan tentang situasi dan kondisi ini sangat bermanfaat dalam menentukan taktik, strategi, dan metode perjuangannya.

Kemudian setelah turunnya wahyu pertama, lima ayat surat Al-Alaq kepada Nabi Muhammad SAW untuk disampaikan kepada segenap umat manusia. Dimulailah kegiatan dakwah dan risalah Islamiyah beliau dan mulai masuk dalam posisi *kedua* yaitu sebagai pendidik dan pembimbing masyarakat (*social educator*), memulai dengan perombakan dan revolusi mental masyarakat Arab yang tidak menggunakan akal pikiran yang sehat dari kebiasaan menyembah berhala, merendahkan derajat kemanusiaan serta tidak memiliki perikemanusiaan dan menghinakan kaum wanita dan sebagainya. Menuju sikap mental yang mengangkat derajat kemanusiaan yang penuh percaya diri dan hanya menyembah dan memohon perlindungan kepada Allah SWT.

Adapun sistem pembinaan dan pendidikan yang dikembangkan Nabi Muhammad SAW, adalah sistem kaderisasi dengan membina beberapa orang sahabat seperti Khulafa- Ar-Rasyidin kemudian para sahabat ini mengembangkan Islam ke berbagai penjuru dunia. Dimulai dari pembinaan dan kaderisasi di Mekah yang agak terbatas, lalu dikembangkan dimadinah dengan membentuk komunitas di tengah-tengah masyarakat Madinah yang cukup heterogen. Pembinaan dan pendidikan di Mekah lebih diorientasikan pada pembinaan ketauhidan sehingga ayat-ayat Al-Quran yang turun dalam periode ini lebih ditekankan pada pembinaan akidah dan ibadah. Adapun di Madinah, pembinaan yang dilakukan Nabi Muhammad SAW lebih banyak ditekankan pada

pembentukan masyarakat muslim ditengah-tengah masyarakat non muslim. Ayat-ayat Al-Quran yang turun diperiode ini lebih ditekankan pada masalah muamalah, sistem kemasyarakatan, kenegaraan, hubungan antar agama (toleransi), ta'awun, ukhuwah, dan sebagainya. Pada periode Madinah ini kemudian lahir suatu peristiwa monumental dan sangat penting sebagai cermin bagi kehidupan beragama dan bermasyarakat dimasa yang akan datang. Yaitu terumuskannya suatu perjanjian yang terkenal dengan sebutan Piagam Madinah yang isinya tentang perjanjian dan kerjasama antara kaum muslimin dan non muslim. Di Madinah inilah Nabi Muhammad SAW mulai meningkat menjadi fungsi *ketiga* yakni menjadi negarawan pembangunan masyarakat (community builder) atau pembangun negara (state builder). Dibawah pembinaan dan kepemimpinan Nabi Muhammad SAW, kota Madinah menjadi sebuah kota masyarakat yang beradab, sadar hukum, penuh toleran, bersikap saling menolong, dihiasi persaudaraan dan semangat kerjasama anantara warga masyarakat. Penggambaran masyarakat tersebut kemudian dikenal dengan masyarakat madani.

Melihat dari tahapan cara berdakwah yang dilakukan Nabi Muhammad SAW yaitu dengan melihat kehidupan sosial masyarakat yang sedang dihadapinya sehingga Nabi Muhammad SAW dapat masuk kedalam dan mampu memahami kebutuhan dari masyarakat tersebut, tahapan itulah yang harus dijadikan pelajaran dan cermin bagi juru dakwah dan cendikiawan muslim dalam pendidikan dan pembinaan masyarakat modern seperti sekarang ini. Begitupun dengan para Ulama atau Walisongo yang menyebarkan dakwahnya dengan

pendekatan yang sesuai dengan masyarakat. Seperti tulisan dengan ditandai beragam karya-karya ulama yang cukup dominan dan menjadi referensi kajian Islam dunia. Adapun juga pendekatan melalui budaya, seperti sunan kalijaga dengan wayangnya serta lagu daerah yang ia ciptakan menggunakan bahasa daerah dengan nuansa keislaman.

Masyarakat bukan sebuah kesatuan fisik (entity), tetapi seperangkat proses yang saling terkait bertingkat ganda. Seperti yang dinyatakan Edward Shils yaitu “masyarakat adalah fenomena antar waktu. Masyarakat terjelma bukan karena keberadaannya disatu saat dalam perjalanan waktu. Tetapi ia hanya ada melalui waktu” Masyarakat senantiasa berproses, berubah disemua tingkat kompleksitas internalnya. Ditingkat mikro terjadi perubahan interaksi dan perilaku individual. Ditingkat makro terjadi perubahan ekonomi, politik, dan kultur. Di tingkat mezo terjadi perubahan kelompok, komunitas, dan organisasi.<sup>6</sup>

Seperti halnya masyarakat Indonesia yang begitu pesat dalam berkembang dari masyarakat tradisional menuju masyarakat yang modern. Menurut weber perbedaan antara tipe masyarakat tradisional dengan masyarakat modern dapat ditelusuri menurut enam dimensi yaitu: bentuk pemilikan, teknologi dominan, ciri-ciri tenaga kerjuka, cara distribusi ekonomi, ciri-ciri hukum, dan motivasi yang menjalar.<sup>7</sup> Agar memudahkan pemahaman penulis membuat tabel yang berisi tentang perbedaan tipe masyarakat tradisional dengan masyarakat digital sebagai berikut:

---

<sup>6</sup> Alimandan, *Sosiologi Perubahan Sosial Piotr Sztompka*, Jakarta: Prenada Media, 2004. Hlm 65

<sup>7</sup> Alimandan, *Sosiologi Perubahan ..... 83*

Ciri-ciri	Masyarakat Agraris Tradisional	Masyarakat Kapitalis
Pemilikan	Terikat pada status sosial turun temurun	Pemilikan pribadi semua alat produksi dan pemutusan kekayaan berada dibawah kontrol usahawan (tanah, bangunan, mesin, bahan mentah semuanya dikontrol oleh satu agen dan bebas dipertukarkan dipasar sebagai barang milik pribadi
Mekanisme pekerjaan	Belum ada	Mekanisme pekerjaan dengan memanfaatkan teknologi sehingga memungkinkan memperhitungkan kapital secara tepat. Proses produksi berdasarkan prinsip organisasi yang efektif, produktif dan rasional.
Ciri tenaga kerja	Tidak bebas (hubungan perbudakan atau hamba pengolahan tanah)	Tenaga kerja bebas bergerak menanggapi permintaan dari cabang perusahaan lainnya atau dari wilayah satu ke wilayah lain. Tenaga kerja bebas menjual tenaganya sebagai komoditi untuk mendapat upah dari pasar terbuka.
Pasar	Sangat dibatasi oleh rintangan pajak, perampokan, terbatasnya lembaga keuangan, dan transportasi yang buruk.	Pedagang dipasar bebas tidak dibatasi oleh hambatan tradisional (monopoli kelas, terbatasnya pemilikan, proteksionisme, dsb). Pasar mengatur prinsip distribusi dan konsumsi.
Hukum yang berlaku	Bersifat khusus, penerapannya berbeda untuk kelompok sosial yang berbeda. Penerapan dan keputusan hukum bersifat patrimonial.	Penerapannya bersifat universal. Hukum yang dapat diperhitungkan memungkinkan meramalkan konsekuensi kontrak dan pelaksanaan hukum
Motivasi utama	Untuk memuaskan kebutuhan sehari-hari. Menerima keunrungan tradisional menurut weber kesempatan untuk mendapat penghasilan yang makin besar masih kurang menarik.	Untuk mencapai keuntungan maksimal, motivasi perilaku ekonomi adalah untuk mencapai keuntungan tertinggi.

Citra weber mengenai kapitalisme dapat disimpulkan dari ucapannya sendiri. Dalam semua peristiwa, kapitalisme sama halnya upaya mengejar keuntungan dengan cara melestarikan usaha kapitalis rasional, yakni secara terus menerus menumpuk keuntungan (1958:333), dan ditandai oleh organisasi rasional tenaga kerja bebas (1980:338). Salah satu analisis sistematis tentang modernitas disajikan oleh Krishman Kumar (1990). Kumar mengikuti strategi disusun model dikatomi tetapi memperkayanya dengan hasil pengamatan empiris yang dihimpun dari berbagai riset sosiologi. Himpunan ciri-ciri modernitas ini berkaitan erat dengan apa yang dianggap sebagai terciptanya konsensus dalam disiplin sosiologi. Dengan mengikuti Kumar ciri-ciri modernisasi itu adalah sebagai berikut:<sup>8</sup>

1. *Individualisme*. Menurut John Naisbitt dan Patricia Aburdence (1990) ciri utama era modern yaitu “kemenangan individual” maksudnya adalah bahwa yang memegang peran sentral dalam masyarakat adalah individu, bukan komunitas, kelompok, suku, atau bangsa. Individu tidak tergantung, bebas dari tekanan ikatan kelompok, bebas berpindah ke kelompok yang diinginkannya, bebas memilih keanggotaan kesatuan sosial yang diinginkannya, bebas menentukan dan bertanggung jawab sendiri atas kesuksesan ataupun kegagalan atas tindakannya sendiri.
2. *Diferensiasi*. Dengan muncul sejumlah besar spesialisasi, penyempitan definisi pekerjaan dan profesi akan memerlukan keragaman keterampilan, kecakapan, dan latihan. Diferensiasipun terjadi dibidang konsumsi, yakni

---

<sup>8</sup> Alimandan, *Sosiologi Perubahan* ..... Hlm 85-86

munculnya berbagai pilihan peluang hidup mengejutkan yang dihadapi setiap konsumen potensial. Spesialisasi tenaga kerja dan konsumsi ini memperluas lingkup pilihan dalam pendidikan, pekerjaan dan gaya hidup.

3. *Rasionalitas*. Artinya berperhitungan. Berfungsinya institusi dan organisasi tidak tergantung pas perseorangan. Inilah yang menjadi landasan teori birokrasi dan organisasi birokras Weber (dalam arti manajemen yang efisien).
4. *Ekonomisme*. Seluruh aspek kehidupan sosial didominasi oleh aktivitas ekonomi, tujuan ekonomi, kriteria ekonomi, dan prestasi ekonomi. Masyarakat modern terutama memusatkan perhatian pada produksi, distribusi dan konsumsi barang dan jasa dan tentu saja pada uang sebagai ukuran umum dan alat tukar. Ekonomisme ini mengesampingkan keasyikan pada keluarga dan ikatan kekeluargaan yang mewarnai masyarakat primitif atau masyarakat agraris.
5. *Perkembangan*. Modernitas cenderung memperluas jangkauannya terutama ruangnya dan inilah yang dimaksud proses globalisasi. Modernitas juga berkembang semakin mendalam, menjangkau bidang kehidupan sehari-hari yang paling pribadi sifatnya misalnya keyakinan agama, selera konsumsi, perilaku seksual, pola hiburan dan sebagainya).

Dari ciri-ciri umum modernitas diatas, munculah sejumlah fenomena yang baru dalam masyarakat modern salah satunya dalam bidang ekonomi yang

menjadi sentral keseluruhan sistem sosial, yaitu dapat terlihat fenomena sebagai berikut;<sup>9</sup>

1. Pertumbuhan ekonomi sangat cepat.
2. Terjadinya pergeseran dari produksi agraris ke produksi industri sebagai inti sektor ekonomi.
3. Penggunaan sumberdaya tak bernyawa sebagai pengganti tenaga kerja manusia dan hewan.
4. Kosentrasi produksi ekonomi dikota dan dikawasan urban.
5. Terbukanya pasar tenaga kerja berkompetisi bebas.
6. Penyebaran temuan teknologi keseluruh aspek kehidupan sosial.
7. Pentingnya peran pengusaha, manajer, atau “kapten industri” dalam mengendalikan produksi.
8. Terkonsentrasinya tenaga kerja di pabrik dan di perusahaan raksasa.

Sistem ekonomi semacam ini merubah keseluruhan sistem kelas dan statifikasi sosial yang ada, sehingga:<sup>10</sup>

1. Situasi pemilikan dan posisi pasar menjadi penentu utama status sosial (menggantikan usia, kesukaan, jenis kelamin, agama, dan faktor tradisional lainnya).
2. Di sisi lain terdapat kelompok kapitalis pemilik kapital yang memperoleh kekayaan dengan menginvestasikan kembali keuntungan perusahaannya untuk kepentingan diri mereka sendiri sehingga ketimpangan sosial makin menonjol.

---

<sup>9</sup> Alimandan, *Sosiologi Perubahan* ..... Hlm 86-87

<sup>10</sup> Alimandan, *Sosiologi Perubahan*..... . Hlm 87

3. Antara kelas proletariat dan kapitalis muncul kelas menengah yang makin besar jumlahnya.
4. Bagian besar penduduk mengalami proses proletarianisasi dan proses pemiskinan, mereka berubah menjadi tenaga kerja miskin dan tidak mendapat bagian dari keuntungan yang mereka hasilkan.

Sedangkan di bidang kultur terdapat empat fenomena penting yang muncul karena modernisasi yaitu:<sup>11</sup>

1. Sekulerisasi. Merosotnya arti penting keyakinan agama (dehidrasi spiritualitas), kekuatan gaib, nilai, dan norma dan digantikan oleh gagasan dan aturan yang disahkan oleh argumen dan pertimbangan “duniawi”.
2. Demokrasi pendidikan yang menjangkau lapisan penduduk yang makin luas dan tingkat pendidikan yang makin tinggi.
3. Munculah kultur masa. Produk estetika, kesusasteraan, dan artistik berubah menjadi komoditi yang tersebar luas dipasar dan menarik selera semua lapisan sosial.
4. Peran sentral ilmu yang membuka jalan untuk mendapatkan pengetahuan yang benar dan selanjutnya dimanfaatkan dalam bentuk teknologi atau kegiatan produktif.

Era keberhasilan modernitas terlihat pada abad ke-19. Teori sosial dominan mencerminkan optimisme yang tinggi, terutama mencerminkan perasaan elite yang sedang menanjak. Keyakinan terhadap nalar, ilmu, teknologi, efisien, dan efektifnya kapitalisme sebagai penjaga kemajuan permanen telah

---

<sup>11</sup> Alimandan, *Sosiologi Perubahan.....* Hlm 88

tersebar luas. Namun modernitas juga menimbulkan efek ambivalen. Selain dampak positif terdapat juga dampak negatif dari modernitas tersebut. Kritik terhadap masyarakat kapitalis industri paling gencar dikemukakan Marx dengan mengemukakan konsep alienasi. Marx yakin, sifat manusia adalah bebas dan suka bergaul. Tetapi manusia membuang ciri kemanusiaannya ini ketika kondisi historis tidak memberikan peluang untuk melaksanakannya. Lenyapnya ciri kemanusiaan ini disebabkan oleh semua masyarakat berkelas, terutama oleh kapitalisme modern yang mengubah mayoritas manusia menjadi tergantung, ditindas, dan dijadikan sebagai bagian mesin ekonomi. Tanpa bisa mengendalikan tenaga kerjanya sendiri dan hasil produksinya, buruh menjadi terasing, dilepaskan dari pekerjaannya, dari kelompoknya, dan terakhir dari dirinya sendiri. Buruh tidak lagi dapat berpartisipasi dalam asosiasi kerjasama secara bebas tetapi terisolasi, terasingkan dari orang lain, dan memusuhi orang lain, terasing dari kawan-kawannya. Jadi alienasi berarti kehilangan dorongan hati untuk bergaul (motif egoisme, atomisasi), kehilangan kreativitas (motif monoton, kerutinan), dan kehilangan kontrol terhadap tindakan (motif pasivisme), kehilangan otonomi (motif pemujaan komoditi yang merasuki semua orang) dan singkatnya, menghancurkan “potensi kemampuan”.<sup>12</sup>

## **B. Industri Media**

Masyarakat modern saat ini bukan hanya mengarah pada industri ekonomi saja, melainkan industri media juga mengalami perubahan yang sangat

---

<sup>12</sup> Alimandan, *Sosiologi Perubahan.....* Hlm 91

pesat. Media terbentang cukup luas mulai dari arena fisik seperti pengadilan, alun-alun, teater, tempat-tempat pertemuan hingga televisi, surat kabar, radio, dan ruang-ruang interaksi sosial lainnya. Media memerankan peran penting dalam kehidupan masyarakat saat ini. Media menjadi terkontestasi kemudian menjadi semakin identik dengan mengendalikan publik dalam konteks wacana, kepentingan, bahkan selera. Akan tetapi media di Indonesia tampak semakin digerakan oleh motif keuntungan. Namun media yang digunakan untuk kepentingan politik dan motif ekonomi tidak selalu harmonis, karena pada dasarnya media terdiri dari arena yang diperebutkan oleh sejumlah kelompok-kelompok kepentingan seperti kelompok bisnis, politik, agama, kelompok suku-bangsa dan lain-lain. Namun beberapa pihak lebih berkuasa atas pihak lainnya dan merekalah yang membentuk kontestasi ini. Ketika media menjadi semakin komersil, mereka semakin hari juga semakin dipolitisi.<sup>13</sup>

Demikianlah yang akan menimbulkan rasa bersaing yang sangat tinggi, sehingga mereka terfokus dengan bagaimana membuat suatu acara di media sosial yang sangat diminati oleh masyarakat, dalam kondisi ini akan menimbulkan kegarangan spiritualitas dalam kehidupan masyarakat industri saat ini. Dengan kemajuan dalam teknologi media dan komunikasi yang telah mengubah lingkungan industri media tetapi juga membuka ruang yang lebih luas bagi warga negara untuk berpartisipasi dalam media melalui internet dan media sosial. Internet tampaknya menjadi ruang utama di mana warga negara dapat

---

<sup>13</sup> Yanuar Nugraha Dkk, *Memetakan Lanskap Industri Media Kontemporer Di Indonesia*, Centre For Innovation Policy And Governmance : Jakarta Selatan 2012. Diakses Pada 22 September 2020 Pukul 19.30 WIB [https://www.academia.edu/download/31581151/Pemetaan-Industri-Media\\_FINAL\\_IND\\_052013.pdf](https://www.academia.edu/download/31581151/Pemetaan-Industri-Media_FINAL_IND_052013.pdf)

berkomunikasi tanpa batasan. Tidaklah mengherankan jika melihat sejumlah aktivisme dan gerakan masyarakat sipil telah diorganisir menggunakan media sosial sangat luar biasa sehingga kemudian dirujuk oleh media mainstream. Internet menjadi infrastruktur penting ketika industri media harus menghadapi tantangan baru dalam teknologi media: konvergensi dan digitalisasi.<sup>14</sup>

Hal inilah yang kemudian menjadi telaah bagi para Dai untuk dapat menyesuaikan perannya yang bertugas menyampaikan pesan-pesan Islam sesuai kebutuhan dan perkembangan masyarakat saat ini. Saat melihat perkembangan dakwah di era informasi canggih seperti sekarang ini, dakwah sudah tidak hanya dilakukan seperti pengajian di mushola saja dimana hanya dapat diikuti oleh jamaah yang hadir dalam pengajian tersebut. Namun penggunaan media komunikasi modern sudah banyak dimanfaatkan oleh para Dai untuk menyampaikan ajaran-ajaran Islam atau Dakwah Islam. Gaya penyampaian dakwah yang baru-baru ini banyak mendapat sambutan hangat dari publik, saat ini para Dai banyak yang merekam isi penyampaian dakwahnya kemudian mereka upload di media sosial salah satunya yaitu youtube, sehingga masyarakat bisa dengan mudah mencari dan menyimpannya untuk dilihat dan didengarkan kapanpun mereka inginkan. Bahkan sekarang bisa dikatakan di setiap kota di Indonesia memiliki penduduk yang mayoritas beragama Islam, pasti dengan

---

<sup>14</sup> Yanuar Nugraha Dkk, *Memetakan Lanskap Industri Media Kontemporer Di Indonesia*, Centre For Innovation Policy And Governance : Jakarta Selatan 2012. Diakses Pada 22 September 2020 Pukul 19.30 WIB [https://www.academia.edu/download/31581151/Pemetaan-Industri-Media\\_FINAL\\_IND\\_052013.pdf](https://www.academia.edu/download/31581151/Pemetaan-Industri-Media_FINAL_IND_052013.pdf)

mudah mendengarkan pesan-pesan dakwah baik melalui stasiun radio maupun televisi.

### C. Selera Pasar Media

Dakwah harus berkompromi dengan teknologi sehingga aktualisasi dakwah semakin bergerak dinamis menyesuaikan dinamika sosila dan budaya. Dengan kemudahan yang diperoleh dari perkembangan teknologi ini mulai muncul dai-dai baru dengan gaya masing-masing, dan banyak pula muncul ustadz-ustadz baru yang populer, persaingan di dunia per dai an pun semangat sengit, sehingga kreativitas dalam merebut pasar dakwah inipun harus semakin tinggi, sebegitu kreatifnya bahkan sampai hal-hal yang dulunya tidak pernah terbayangkan akan terjadi didunia dakwah sekarang yang bisa kita saksikan di layar televisi dan media lainnya. Adapun beberapa media dakwah populer yang dapat kita saksikan saat ini adalah:

#### 1. Televisi

Televisi saat ini masih berfungsi sebagai media yang mengayomi masyarakat sebagai media hiburan (*fun*), media informasi (*information*), media politik (*politic*) dan media pendidikan (*education*). Sekarang dengan bergesernya budaya masyarakat yang terus berubah fungsi televisi digunakan sebagai media dakwah bagi berbagai agama, baik secara terpisah, seperti program khusus siraman keagamaan maupun secara inbern melalui muatan-muatan nilai yang terkandung dalam progaram acara televisi. Meskipun

fungsi dakwah dalam televisi masih sangat minim, tidak menutup kemungkinan, apabila televisi dengan segala unsurnya mulai membuat acara-acara yang bernuansa nilai-nilai agama Islam, maka Islam “dalam tataran sosiologi” akan semakin menggemakan melalui dakwah di media televisi. John Fiske dalam Sofjan berpendapat bahwa televisi adalah suatu agen budaya yang berfungsi sebagai pemancing dan penyebar makna-makna. Kebudayaan terdiri dari makna-makna yang kita buat atas pengalaman sosial dan atas relasi sosial kita, dan oleh karena itu kebudayaan adalah arti yang kita miliki atas diri kita sendiri. Kebudayaan juga menempatkan makna-makna itu dalam sistem sosial, karena suatu sistem sosial hanya dapat dipertahankan oleh makna-makna yang dibuat oleh manusia untuknya. Disini agama dan televisi dimediasi oleh makna cultural yang diproyeksikan ke layar dan dikendalikan oleh penjaga pintu (gate keepers) yang bertugas sebagai agen ideology dominan.<sup>15</sup>

Beberapa program acara yang bernuansa islami akan kita dapatkan dalam televisi antara lain seperti sinetron “Tukang Bubur Naik Haji”, “Para Pencari Tuhan”, acara talk show keagamaan “Mamah dan AA” dengan pendakwahnya yaitu Mamah Dedeh, Pengenalan sejarah Islam seperti “Hazanah”. Reality Game Show Islami yang biasa kita lihat pada acara “Pildacil” yang ingin mencetak generasi da’i cilik, “Hafdz Al-Quran” yang ingin memotivasi anak-anak maupun orang tua untuk mendidik anaknya agar

---

<sup>15</sup> Irzum Farihah, *Media Dakwah Pop*. Jurnal At-Tabshir, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, Volume 1, Nomor 2, Juli-Desember 2013. Diakses Pada 24 Juli 2020 Pukul 21.21 WIB Hlm. 35-37. <http://kpi-dakwah.stainkudus.ac.id/files/at-tabsyir%20juli%20desember%202013.pdf#page=33>

mecintai dan menghafal Al-Quran sejak dini. Infomercials penyembuhan alternatif baik melalui metode “rukyah” maupun metode “zikir”. Begitu juga Islam dalam iklan, misalnya mamah dedeh dengan iklan “cap kaki tiga”. Ustadz Yusuf Mansyur dengan iklan “fatigon spirit” begitu juga dengan ustadz Maulana dalam iklan “telkomsel”. Dan banyak lagi program acara yang bernuansa Islam yang sudah menjadi tayangan rutin di televisi. Bahkan dibulan Ramadhan lebih banyak acara lagi yang bernuansa keagamaan yang ditayangkan.

## 2. Film

Film merupakan media populer di media masa yang sangat diminati oleh masyarakat, dengan film dapat memberikan influence kepada masyarakat umum. Penonton film cenderung terpengaruh mengikuti seperti halnya peran yang ada dalam film tersebut. Film tidak hanya sebagai media hiburan saja, namun dengan sedikit kreativitas seseorang dapat memasukan pesan-pesan dakwah dalam tayangan tersebut.

Salah satu film bernuansa keislaman yang berhasil menyedot antusiasme masyarakat penonton di Indonesia adalah film “Ayat-ayat Cinta” garapan Hanung Bramantyo. Film ini diadaptasi dari novel karya Habiburrahman El Shirazy. Mencoba mengikuti ‘kesuksesan’ film bertemakan Islam pertamanya tersebut, Hanung membuat film sejenis berjudul “Perempuan Berkalung Sorban”. Namun film ini justru mendapat protes keras dari sejumlah kalangan, bahkan institusi sekaliber Majelis Ulama Indonesia (MUI) turut mengancam film yang satu ini. Kalangan muslim yang

memprotes keras film ini beralasan karena isinya justru cenderung mendiskreditkan Islam sendiri. Film yang dibintangi Revalina S. Temat ini pun menjadi film kontroversi yang bernafaskan Islam. Film yang bertemakan Islam selanjutnya yang mendapat sambutan luar biasa dari masyarakat muslim, khususnya pada pemuda Islam adalah garapan sutradara senior Chaerul Umam berjudul “Ketika Cinta Bertasbih” yang banyak menggambarkan suasana kota Mesir menjadi daya tarik tersendiri bagi para penonton, dan pemutaran pertama kali di bioskop-bioskop Indonesia mencapai 5 juta penonton lebih. Sebuah angka yang secara kuantitatif bisa dikatakan luar biasa untuk kategori film produksi dalam negeri.<sup>16</sup>

Salah satu unsur yang khas yang ditemui hampir dalam semua film maupun sinetron Islami antara lain adalah penampilan penampikan pakaian perlengkapan dan aksesoris Islam yang sesuai dengan mode yang dikenakan oleh para aktor maupun aktris dalam film maupun sinetron tersebut, akhirnya menjadi tren remaja muslim maupun orang dewasa di Indonesia. Penyampaian pesan-pesan Islam tidak lagi dengan kata-kata bahwa berkerudung itu wajib, menutup aurat itu keharusan seseorang muslimah, apalagi bahasa-bahasa hijab (menutup). Karena kata-kata tersebut kurang mengena arus kultur masyarakat, atau dalam bahasa lain kata-kata tersebut tidak sesuai dengan perkembangan

---

<sup>16</sup> Hakim Syah, *Dakwah Dalam Film Islam Di Indonesia (Antara Idealisme Dakwah Dan Komodifikasi Agama)*, Jurnal Dakwah, Vol. XIV, No. 2 Tahun 2013. Diakses Pada Tanggal 25 Juli 2020. Pukul 19.56 WIB. <http://ejejournal.uin-suka.ac.id/dakwah/jurnaldakwah/article/view/283>

budaya masyarakat, dalam hal ini adalah budaya pop. Inilah salah satu kelebihan berdakwah melalui media, seperti televisi dan film.<sup>17</sup>

### 3. Musik

Secara teoritis, Islam memang tidak mengajarkan seni dan estetika (keindahan), namun bukan berarti Islam anti seni. Ungkapan bahwa Allah adalah jamil (indah) dan mencintai jamal (keindahan), serta penyebutan Allah pada diri-Nya sebagai “badi’us samawat wal ardh” merupakan penegasan bahwa Islam menghendaki kehidupan indah dan tidak lepas dari seni. Arti badi’ adalah pencipta pertama dan berkonotasi indah. Berarti Allah menciptakan langit dan bumi dengan keindahan. (kh. Ma. Sahal mahfud).<sup>18</sup> Seperti jauh sebelumnya para Wali ditanah jawa menyebarkan Islam menggunakan seni salah satunya yaitu instrumen musik gamelan.

Saat ini dakwah melalui seni musik memang sangat banyak dilakukan oleh Islam Indonesia. Dengan mengusung lirik-lirik keislaman dari berbagai jenis aliran musik seperti: nasyid, qosidah, mawaris, dangdut, pop bahkan musik beraliran keras sekalipun (rok misalnya) juga dapat dijadikan sebagai media dakwah. Musik dipandang sebagai salah satu media alternative dalam berdakwah. Karena musik telah menjadi bagian integral dalam aktivitas masyarakat dan musik telah semakin meluas yang dapat didengarkan oleh siapa saja, dimana saja, dan kapan saja. Baik melalui radio, televisi, internet,

---

<sup>17</sup> Irzum Farihah, *Media Dakwah Pop*. Jurnal At-Tabshir, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, Volume 1, Nomor 2, Juli-Desember 2013. Diakses Pada 24 Juli 2020 Pukul 21.21 WIB. Hlm. 38. <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/komunikasi/articleview/432>

<sup>18</sup> Samsul Munir, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Amzah, 2009), Hlm 245-246

tekepon, handpone, flash disk (USB), dan sebagainya. Berdakwah melalui musik dinilai dapat meningkatkan intensitas, kecepatan, dan jangkauan komunikasi yang dapat digunakan da'I terhadap mad'unya dalam berdakwah.

Sebagai contoh, syair lagu “Tombo ati” yang dinyanyikan oleh penyanyi serta pencipta lagu religi yaitu Opick dengan nama lengkapnya Aunur Rofiq Lil Firdaus. Ia selalu terlihat sepenuh hati dalam melenorkan sajak-sajak religinya. Tidak terasa, syair-syair yang disenandungkan mampu menggetarkan hati siapapun yang mau menyimak dan menghayati maknanya. Dengan jenggot tipis yang menghiasi dagunya, dan sorban putih yang tidak pernah lepas dari kepalanya saat berdendang adalah identitas yang tidak bisa dipisahkan dari Opick.<sup>19</sup> Kemudian syair lagu berjudul “santri” yang dinyanyikan Armand Maulana vokalis Grup Band Gigi. Lagu tersebut semula adalah lagu kasidah yang dinyanyikan vokalis grup kasidah Nasyidaria di Tasikmalaya. Lagu yang semula sangat populer dikalangan terbatas para santri dan masyarakat pedesaan. Kemudian ketika masuk dalam nuansa pop, lagu “santri” banyak dinyanyikan, digemari, didengarkan juga oleh kalangan mahasiswa. Pergeseran nuansa dari lirik lagu pedesaan tradisional ke populer seperti lagu santri, menggambarkan adanya timbal balik bukan hanya simbolik, tetapi juga dimensi ekonomis komunikasi publik.<sup>20</sup>

#### 4. Youtube

---

<sup>19</sup> Kapan Lagi.Com, “Selebriti-Opick”, Siakses Pada 25 Juli 2020 dari <http://selebriiti.kapanlagi.com/indonesia/o/opick/>

<sup>20</sup> Irzum Farihah, *Media Dakwah Pop*. Jurnal At-Tabshir, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, Volume 1, Nomor 2, Juli-Desember 2013. Diakses Pada 24 Juli 2020 Pukul 21.21 WIB. Hlm. 42. <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/komunikasi/articleview/432>

Di era millineum ini hampir semua orang sudah mengenal youtube, youtube merupakan sebuah media sosial yang berisikan kumpulan video-video seperti videoclip, film pendek, serial televisi, trailer film, video blog, video tutorial dan masih banyak lagi. Pengguna youtube dapat dengan mudah bebas mengakses video baik itu yang diunggah sendiri maupun hanya dilihat saja. Peran media sosial termasuk youtube dalam menyampaikan pesan dakwah mampu membangun opini publik untuk menggiring masyarakat yang lebih baik. Bisa dicontohkan dakwah yang dilakukan oleh UAS (Ustadz Abdul Shomad). Ia bisa tenar dalam waktu yang singkat karena banyak aktivitas dakwahnya yang disampaikan di pengajian umum, baik di masjid, halaqah, instansi pemerintah atau uyang lainnya, yang diunggah ke media sosial salah satunya yaitu youtube. Dengan demikian ratusan orang bisa menikmati tausiyahnya tanpa harus berkumpul pada saat ceramah itu dilaksanakan. Bahkan dengan sangat mudah para pengguna media sosial menemukan materi dan gaya berdakwahnya.

Adapun yang lainnya, banyak dari ustadz-ustadz yang memiliki channel youtube untuk kebutuhan penyebaran dakwahnya seperti Ustadz Hanan Attaki yang biasa disebut dengan Ustadz gaul, Ia sering menggunakan bahasan-bahasan anak muda, nasihat-nasihatnya yang menyejukan hati agar kita tidak galau dari permasalahan-permasalahn anak muda. Ada juga channel “Kajian Musyawarah”. Channel yang berisi kajian-kajian yang mereka adakan bersama ustadz-ustadz yang populer dibidangnya. Disini juga kita menyaksikan banyak artis-artis hijrah yang ikut bergabung dengan kajian

rutinnya seperti Tengku Wisnu, Arie Untung, Primus Yustisio dkk. Sehingga bisa membuat kita terinspirasi untuk ikut langkah mereka.<sup>21</sup>

## 5. Komedi

Komedi menjadi media dakwah populer selanjutnya. Saat melihat realitas sosial saat ini, masyarakat seringkali mengadakan kegiatan keagamaan yang tak lepas dari hiburan. Momen keagamaan seperti tahun baru hijriah, Mauluduan, peringatan Isra' Miraj, peringatan Nuzulul Quran, Halal Bi Halal, dan sebagainya selalu diperingati dengan berbagai kegiatan. Dzikir (*istighosah*), pembacaan sholawat disertai dengan seni Hadroh maupun lainnya, ada juga perlombaan untuk anak-anak, pawai Taaruf, perlombaan kesenian Islami dan berbagai kegiatan lainnya diselenggarakan. Biasanya kegiatan tersebut diakhiri dengan ceramah keagamaan (*mauidzah hasanah*) yang disampaikan oleh Ustadz maupun Kiyai. Masyarakat saat ini seringkali melihat kelucuan dari kegiatan keagamaan tersebut menjadi sebuah tolak ukur. Dimana jika sang Ustadz atau Kiyai yang memberikan ceramah lucu kan banyak digemari oleh jamaah, dari situ kegiatan keagamaan dianggap berhasil. Dakwah yang diselenggarakan dianggap sukses. Fenomena ini telah terjadi dimana-mana. Seorang Kiyai atau Mubaligh akan dikenal dan banyak diundang untuk ceramah keagamaan bukan karena petuah-petuah atau fatwa-fatwa yang tepat untuk dijadikan hujjah dalam menghadapi dan menyelesaikan problem hidup, tetapi karena kelucuannya.

---

<sup>21</sup> Ganjar Firmansyah, 7 Chanel Youtube Islami Penuh Ilmu Untuk Isi Waku Ngabuburit, Idn Times: 2019. Diakses Pada Tanggal 25 Juli 2020. Pukul 23.40 WIB. Melalui <http://www.idntimes.com/life/inspiration/ganjar-firmansyah/7-channel-youtube-islami-penuh-ilmu-untuk-ngabuburit-biar-berfaedah-exp-c1c2>

Hal ini mengingatkan kita pada prediksi orang Jawa kuno yang pernah muncul bahwa “nanti pada suatu masa tontonan akan menjadi tuntunan dan tuntunan menjadi tontonan”<sup>22</sup> penilaian dan pengukuran kelucuan dari ceramah keagamaan menunjukkan bahwa ceramah sebagai sebuah penyampaian tuntunan agama telah menjadi tontonan atau hiburan. Sehingga ceramah keagamaan dianggap sebagai sebuah hiburan untuk mengisi waktu luang atau hanya sebagai pelepas penat se usai capek bekerja. Dengan demikian, agama akan dianggap sebagai bahan perbincangan, pengisi waktu lelah atau bahkan bisa jadi pengisi waktu lelah saja.

Sebagai seorang Da'i tentu memiliki materi dakwah yang pokok untuk disampaikan kepada mad'unya yaitu akidah, ibadah, syariah, muammalah, dan tarikh. Adapun konsep mengenai konsep dakwah yang ideal, para dai memiliki perspektif yang berbeda. Pada dasarnya seorang dai dituntut untuk memahami karakter da'i serta corak dakwah yang dipraktikkan Rasulullah SAW. Dalam hal ini seperti sikap lemah lembuh, penyabar, pemaaf, memberikan keteladanan dalam masyarakat dan selalu memperbaiki diri untuk lebih siap menghadapi persoalan-persoalan umat.

Berkaitan dengan lawak, komedi atau lelucon menurut penulis tidak selamanya lelucon itu buruk atau sebaliknya oleh sebab itu seorang da'i harus dapat memilih dan memilah karakter mad'u (audiens) ketika menyampaikan dakwahnya. Seperti halnya teknik hiburan pada seorang da'i akan

---

<sup>22</sup> Al-Bahiy, *Pemikiran Islam Modern*, Terj. Sa'ad, Jakarta, Panji Mas, 1986. hal. 127. Tulisan ini didapati dalam jurnal Ropingi el ishaq, *hiburan dan dakwah: sebuah era baru dakwah islamiyah*, jurnal komunikasi penyiaran islam at-tabsyir, 2014. Vol.2 No.1, Hlm 125

memberikan dampak positif bahkan negatif bagi mad'u. Dampak positif dari teknik hiburan dalam penyampaian dakwah yaitu mad'u menjadi terhibur dan tidak jenuh saat mendengarkan pesan-pesan dakwah terlebih penyampaian pesan dakwah dengan waktu yang lama. Karena itu dengan adanya humor akan mendekatkan interaksi dakwah antara da'i dan mad'u menjadi lebih baik. Sebaliknya dampak negatif dari lelucon, humor, atau komedi yang disampaikan saat berdakwah adalah mad'u akan larut dengan canda tawa tersebut, justru substansi dakwah yang ingin disampaikan tidak mengenai sasaran dan justru melupakan pentingnya perubahan diri untuk taat kepada Allah SWT.

#### **D. Komedi dalam Media**

Dengan adanya keterbukaan informasi dan banyak stasiun televisi swasta yang berdiri, televisi Indonesia terkena *sindrom snobisme*, terjebak dalam selera pasar dengan mendasarkan pada rating acara. Nilai jual program terletak pada rating, dimana semakin tinggi rating sebuah acara, maka semakin besar pula minat para pengiklan untuk memberi sponsor sebuah acara meskipun dengan harga yang tinggi. Bila acara memiliki rating yang tinggi, maka otomatis acara tersebut dinilai bagus. Akibatnya, semua stasiun televisi berlomba-lomba membuat acara semenarik mungkin dan bisa menyedot sebanyak mungkin pengiklan. Praktik media massa saat ini selalu melakukan komodifikasi dengan melakukan serangkaian proses produksi isi media berdasarkan kepentingan pasar. Seperti barang dagangan, pengelolaan media sarat akan nilai-nilai ekonomis yang

berkiblat pada angka rating, efisiensi dan efektivitas produksi, tiras media, serta pemfokusan target konsumen potensial. Produksi media diarahkan untuk menarik perhatian audiens dalam jumlah besar.<sup>23</sup>

Televisi pada hakekatnya movie atau *motion picture in the home*, yang membuat pemirsanya tidak perlu keluar rumah untuk menontonnya. Effendy menyatakan televisi sebagai media komunikasi massa memiliki tiga fungsi, yaitu penerangan, pendidikan dan hiburan. Sedangkan Nurudin menyatakan bahwa fungsi hiburan untuk media elektronik menduduki posisi paling tinggi dibandingkan fungsi-fungsi yang lainnya.<sup>24</sup> Dengan kondisi masyarakat saat ini, televisi atau bahkan media massa lainnya seperti youtube dijadikan sebagai media hiburan bagi masyarakat. Dengan demikian tidaklah mengherankan jika saat ini banyak program hiburan yang disajikan di televisi. Salah satu program acara yang turut meramaikan layar televisi adalah program komedi.

Adapun dengan kondisi demikian Islam juga memanfaatkan kemajuan media komunikasi saat ini untuk kepentingan perluasan ajaran agamanya. Dengan komedi seorang Dai bisa memberikan kondisi yang menyenangkan, sehingga pesan akan mudah tersampaikan kepada audiens. Di Indonesia sendiri sudah memproduksi banyak tayangan baik itu film, sinetron, atau bahkan stand up komedi yang bernuansa Islami seperti film “Mengejar Halal” sebuah film yang bernuansa Islami yang mengemas tuntutan dan nilai-nilai keagamaan ke

---

<sup>23</sup> Iwan A. Yusuf, *Kontraversi Rating Di Belantara Industri Televisi*. Jurnal Komunikasi, ISSN 1907-848X. Vol. 2, No. 1, Oktober 2007. Hal 222-223. Di Akses Pada 23 September 2020 Pukul 19.30 WIB. <https://journal.uui.ac.id/jurnal-komunikasi/article/download/5623/5050>

<sup>24</sup> Niken Dan Herlina. *Kepuasan Masyarakat Surabaya Terhadap Program Komedi Indonesia Lawak Klub Di Trans7*. Jurnal Ilmu Komunikasi Vol.7 No.2 Oktober 2015 Hlm 52 Diakses Pada 20 Oktober 2020 Pukul 11:52 WIB. Melalui [http://eprints.upnjatim.ac.id/7023/1/7. Jur\\_Herlina.pdf](http://eprints.upnjatim.ac.id/7023/1/7. Jur_Herlina.pdf)

dalam suguhan bergenre drama komedi.<sup>25</sup> Salah satu komika di Indonesia yang bernama Sakdiyah Ma'ruf. Perempuan yang akrab disapa Diah ini merupakan pelawak tunggal wanita pertama yang berhijab di Indonesia. Diah dikenal melalui humor-humornya yang membahas seputar Islam untuk mengatasi ekstremisme Islam di Indonesia.<sup>26</sup> Dan selanjutnya ada sebuah tayangan yang bergenre komedi situasi yang di isi dengan tema yang bernuansa pesan-pesan dakwah Islam di dalamnya yaitu tayangan *Bocah Ngapak Ya Ngabuburit* yang tayang pada bulan Ramadhan 2019 kemarin. Tayangan inilah yang sedang diteliti oleh penulis. Bukan hanya bernuansa komedi namun juga terdapat kearifan budaya lokal yang sangat tinggi, yaitu tayangan ini menggunakan bahasa Jawa Ngapak Banyumasan sehari-hari dalam setiap tayangan yang ditampilkan.

#### **E. Islam dan Budaya Lokal Dalam Industri Media**

Budaya lokal merupakan budaya yang dimiliki suatu wilayah dan mencerminkan keadaan sosial di wilayahnya, termasuk bahasa. Salah satu masyarakat yang memiliki karakter dalam bahasanya adalah masyarakat Banyumas. Banyumas memiliki dialek bahasa yang berupa bahasa Ngapak. *Lageyan* (gaya tutur) masyarakat banyumas sangat menarik karena menggunakan dialek Ngapak yang memiliki ciri-ciri meliputi: *cablaka* (blak-blakan), merupakan *lageyan* atau gaya bahasa masyarakat banyumas yang apa adanya.

---

<sup>25</sup> Retno W Dan Indira R, *Mengejar Halal Film Berisi Tuntunan Yang Dikemas Komedi*, Republika: 2017. Di Akses Pada Tanggal 26 Juli 2020 Pukul 19.15 WIB. Melalui <https://republika.co.id/berita/onzeipi328/emmengejar-halalem-film-berisi-tuntunan-yang-dikemas-komedi>

<sup>26</sup> Profil Skdiyah Ma'ruf [https://id.m.wikipedia.org/wiki/Sakdiyah\\_Ma%27ruf](https://id.m.wikipedia.org/wiki/Sakdiyah_Ma%27ruf) Diakses Pada Tanggal 26 Juli 2020 Pukul 19.45 WIB

Gaya tutur cablaka diucapkan spontan dengan bahasa yang lugas dan mencerminkan keterusterangan. Karakter masyarakat banyumas yang terbentuk dari gaya bahasa cablaka ini adalah masyarakat banyumas jujur. Cablaka atau berterus terang mencerminkan kejujuran masyarakat banyumas dalam berkomunikasi. mereka tidak berpura-pura dan cenderung apa adanya. Sifat inilah yang menjadi karakter sehingga masyarakat banyumas dikenal memiliki kekhasan bahasanya. *Mbanyol* (melucu), merupakan candaan yang diujarkan oleh masyarakat banyumas dalam berkomunikasi dengan orang lain. Hal itu telah menjadi salah satu lageyan masyarakat banyumas, sehingga masyarakat dikenal lucu. Gaya bicara yang lucu ini menjadi salah satu identitas yang melekat dalam diri masyarakat banyumas. Dan *semblothongan* (semuanya sendiri dan tidak memperhatikan situasi), merupakan gaya bicara masyarakat banyumas yang terkesan semuanya sendiri. Mitra tutur tidak memperhatikan lawan tutur dan situasi dalam berkomunikasi. Sehingga bersifat apa adanya. Gaya bicara yang *semblothongan* membuat masyarakat banyumas tidak mempertimbangkan usia lawan tutur, dan situasi pembicaraan. Hal itu dilakukan hanya untuk menghilangkan sekat sosial antara penutur dan mitra tutur.<sup>27</sup>

Dari ketiga gaya bahasa Ngapak tersebut memberikan kesan lucu terhadap bahasa Ngapak Banyumas yang berbeda dengan bahasa Jawa lainnya, sehingga banyak masyarakat lain yang tertawa jika mendengarkan percakapan orang-orang Banyumas saat berbicara. Melihat dari data yang diperoleh oleh

---

<sup>27</sup> Puji Rahayu, *Lageyan Dan Karakter Masyarakat Banyumas Dalam Kumpulan Cekak Iwak Gendruwo Karya Agus Pribadi Dkk (Kajian Etnolinguistik)*, (Jurnal.Uns.Ac.Id. Prosiding Prasasti 2016). Hlm 610-612 Diakses Pada Tanggal 23 September 2020 Pukul 21.30 WIB <https://jurnal.uns.ac.id/prosidingprasasti/article/viewFile/1624>

penulis di bab III, Tayangan Bocah Ngapa (k) Ya Ngabuburit pada Bulan Ramadhan 2019, memiliki 3 hal yang ditemukan penulis dalam tayangan tersebut adalah yang *pertama* menggunakan bahasa Ngapak yang merupakan ciri khas budaya lokal dari daerah Banyumas yang terkesan dengan kelucuan dan apa adanya, *kedua* setting wilayah yang tergambar dari tayangan tersebut adalah sebuah pedesaan. Dan yang *ketiga* adalah materi-materi sederhana (*everyday issues*) dengan tema yang bernuansa keislaman ditambah dengan performa yang ringan dan mengeksplorasi unsur-unsur kelucuan. Dengan kelucuan komedi dan budaya bahasa Ngapak yang ditampilkan serta tema ringan yang bernuansa Islam akan memberikan sebuah relaksasi dan penyegaran serta hiburan yang sehat kepada masyarakat yang menyaksikannya.

Pendekatan seni dan budaya tidak dapat dihindari, mengemas pesan-pesan dakwah secara menarik dan memanfaatkan media komunikasi yang ada menjadi alternative dakwah. Meskipun bukan berarti boleh larut dalam main stream medi atau budaya yang ada. Pemanfaatan media ini dengan mengemas pesan-pesan keagamaan didalamnya. Hal ini perlu dilakukan atas kesadaran dakwah melalui oleh pada Da'i dan juga para praktisi media.

Inilah merupakan kesadaran baru yang perlu dijalankan dalam dakwah islamiyah sehingga perubahan sosial yang berkembang berupa “tontonan dadi tuntutan dan tuntutan dadi tontonan” dapat direkayasa demi mewujudkan masyarakat yang berpegang pada nilai-nilai luhur keagamaan. Dengan demikian tuntunan agama secara perlahan akan dijalankan karena disampaikan perlahan melalui media, termasuk hiburan. kemudian tontonan akan menjadi tuntunan

sosial yang baik karena tontonan yang ada merupakan hiburan yang sehat. Adapun dengan cara tersebut akan memunculkan kesadaran sasaran dakwah tanpa paksaan. Dengan hiburan pula manusia akan memperoleh penyegaran dan emosional sehingga akan dapat membangun kerangka pikir yang sesuai dengan nilai Islam. Hiburan yang sehat juga dapat memberikan relaksasi bagi masyarakat yang mengalami ketertekanan atas dampak dari industrialisasi sosial saat ini. Pendekatan dakwah seperti ini dapat kita lihat dalam berbagai ayat Al-Quran yang banyak menggunakan berbagai seni dalam menyampaikan pesan-pesan, ajaran dan nilai-nilai agama, terutama menyangkut tentang keimanan, ajakan yang halus, dan pelajaran yang baik. Inilah kekuatan dakwah yang perlu dipahami dan diaplikasikan di komunikasi massa saat ini.<sup>28</sup>

Begitulah transformasi Islam yang beranjak dari perubahan sosial masyarakat, media melihat Islam dan Budaya Lokal sebagai sumber penghasilan. Maka menampilkan keduanya atau memproduksi dengan membuat program acara dalam media menjadi keuntungan yang besar.

IAIN PURWOKERTO

---

<sup>28</sup> Ropingi El Ishaq, *Hiburan Dan Dakwah: Sebuah Era Baru Dakwah Islamiyah*, (Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam At-Tabsyir, 2014). Vol. 2 No. 1, Hlm. 131.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Setelah melakukan penelitian mengenai Transformasi Dakwah Islam (Analisis Tayangan Komedi Bocah Ngapa (k) Ya Ngabuburit), maka penulis menyatakan dalam dua klasifikasi yaitu:

1. Dalam kondisi apa komedi dibutuhkan masyarakat?
2. Bagaimana dakwah menggunakan komedi dalam mentransformasikan Islam?

Dari hasil penelitian yang dilakukan penulis menyatakan untuk rumusan masalah pertama disimpulkan bahwa masyarakat membutuhkan komedi atau hiburan dalam kondisi sebagai berikut:

1. Masyarakat pragmatis sebagai konsekuensi dari pola pembangunan berbasis industri. Masyarakat berada dalam situasi kompetitif yang tinggi sehingga menimbulkan kecemasan, ketakutan, dan stress yang lumayan tinggi. Dalam situasi ini maka masyarakat membutuhkan hiburan atau komedi. Materi hiburan yang paling tepat adalah yang tidak membutuhkan proses berpikir yang panjang.
2. Selain hiburan, masyarakat industri membutuhkan dukungan spiritual. Agama merupakan sumber spiritualitas. Keberadaan media memberikan kemudahan dalam memperoleh spiritualitas. Media kemudian mengeksplorasi isu agama melalui pendekatan hiburan.

Mengenai rumusan masalah yang kedua penulis menyatakan kesimpulan tentang bagaimana dakwah menggunakan komedi dalam menstransformasikan islam yaitu:

1. Dilihat dari awal sejarah Nabi Muhammad SAW menggunakan pendekatan akhlak dan keteladanan. Berkembang terus hingga masuk fase Ulama yang menggunakan pendekatan tulisan, dengan ditandai beragam karya-karya ulama yang cukup dominan dan menjadi referensi kajian islam dunia.
2. Memasuki era media, dakwah Islam kemudian berubah menyesuaikan karakteristik media yang fungsi utamanya adalah informasi, edukasi, dan hiburan. Pada masa industri, praktis media lebih dominan sebagai hiburan. Islam kemudian dikemas ke bentuk hiburan dalam media.
3. Budaya lokal Banyumasan dianggap sebagai budaya pinggiran yang berbeda dengan arus utama jawa. Maka ia dianggap lucu, aneh, dan unik. Dalam perspektif media, karakteristik Ngapak menarik untuk ditampilkan sebagai tontonan. Tontonan yang diberikan unsur keagamaan menjadikan sebuah hiburan yang sehat.

IAIN PURWOKERTO

## **B. Saran**

Saran yang dapat penulis rekomendasikan dalam penelitian ini ditujukan kepada:

1. Kepada media televisi, dakwah Islam melalui media diharapkan untuk tidak mengabaikan unsur substansi dakwah yang sebenarnya.
2. Kepada pemirsa, diharapkan lebih cerdas dalam memilih tayangan hiburan yang sehat di media massa khususnya televisi.

3. Kepada pihak kampus, agar memperbanyak referensi riset tentang media.
4. Kepada peneliti selanjutnya untuk lebih teliti dalam meneliti sebuah tayangan komedi yang bernuansa Islam agar memahami maksud dan tujuan dari strategi tayangan tersebut.
5. Bagi prodi Komunikasi Penyiaran Islam, penelitian ini diharapkan mampu menjadi sebuah bahan referensi untuk penelitian berikutnya agar lebih baik.

### C. Kata Penutup

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah, penulis panjatkan kehadiran Allah Yang Maha Pengasih dan Penyayang, yang telah membukakan pintu rahmat-Nya kepada penulis, sehingga penulis berhasil menyelesaikan skripsi yang berjudul **Transformasi Dakwah Islam (Analisis Tayangan Komedi Bocah Ngapa (K) Ya Ngabuburit)** dengan sebaik-baiknya. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan dan pembahasan skripsi ini masih banyak kekurangan, baik dari segi bahasa, sistematika, maupun analisisnya. Hal tersebut semata mata bukan kesengajaan penulis, namun karena keterbatasan kemampuan yang penulis miliki. Karenanya penulis memohon kritik dan saran. Akhirnya penulis memanjatkan do'a kepada Allah semoga skripsi ini bermanfaat bagi siapa saja yang berkesempatan membacanya serta dapat memberikan sumbangan yang positif bagi khasanah ilmu pengetahuan. Aamiin.

## DAFTAR PUSTAKA

- A Darmawan. 1986. *Aspek-Aspek Dalam Sosiologi Industri*. Bandung: Binacipta.
- Abidin, Yusuf Zainal. Dan Beni Ahmad Saebani. 2014. *Pengantar Sistem Sosial Budaya Di Indonesia*. Bandung: Pustaka Setia.
- Afifulloh. 2019. *Film Komedi Sebagai Media Dakwah (Analisis Film “Insyallah Sah”)*. Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. <http://eprints.walisongo.ac.id/10024/>
- Afrizal. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Agus, M Suhandi. 1987. *Humor Itu Serius*. Jakarta: Gaya Media Pratama
- Al-Bahiy. 1986. *Pemikiran Islam Modern*, Terj. Sa'ad. Jakarta: Panji Mashal. 127. Tulisan ini didapati dalam jurnal Ropingi el ishaq, *hiburan dan dakwah: sebuah era baru dakwah islamiyah*, jurnal komunikasi penyiaran islam At-Tabsyir 2014. volume 2 nomor 1. Di Akses Pada Tanggal 26 Juli 2020 Pukul 19.15 WIB. Melalui <https://republika.co.id/berita/onzeipi328/emmengejar-halalem-film-berisi-tuntunan-yang-dikemas-komedi>
- Alexander HP. 2001. *Mati Ketawa Cara Amerika*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Alfin, Muhammad. 2013. *Filsafat Kebudayaan*. Bandung: Pustaka Setia.
- Alidayatillah, Nur. 2017. *Dakwah Dinamis Di Era Modern (Pendekatan Manajemen Dakwah)*, Jurnal An-nida'. Jurnal Pemikiran Dakwah, Vol. 41 No. 2 I 256. Diakses Pada 26 Juli 2020 Melalui <http://Ejournal.Uin-Suska.Ac.Id/Index.Php/Anida/Article/View/4658>
- Alimandan. 2004. *Sosiologi Perubahan Sosial Piotr Sztompka*. Jakarta: Prenada Media,
- Arifin, Anwar. 2011. *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ayuningtias, Thesa Dan Murdianto. *Dampak Industrialisasi Pedesaan Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Di Desa Ciherang Pondok, Kecamatan Caringin, Kabupaten Bogor*, Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat (JSKPM), Vol.1 (2): 143-156. Diakses Pada 1 September 2020 Melalui <http://ejournal.skpm.ipb.ac.id/index.php/jskpm/article/viewe/7i>

- B, Paul Harton Dan Chaster L Hunt. 1987. *Sosiologi* Jilid 1 Terj. Aminudin Ram Dan Tita Sobari. Jakarta: Erlangga.
- Bambang, 2010. *Komunikasi Dakwah Paradigma Untuk Aksi*. Bandung: Simbiosis Rekamata Media.
- Basit, Abdul.2013. *Filsafat Dakwah*. PT Rajagrafindo: Depok
- Budiraharjo, Gurit. 2010. *Kesenjangan Kepuasan Pemirsa Televisi Program Acara Komedi*. Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta.  
<https://eprints.uns.ac.id/6509/1/176822111201102211.pdf>
- Bungin, Burhan, 2012. *Konstruksi Sosial Media Massa: Kekuatan Pengaruh Media Massa, Iklan*
- Burton, Greame. 2012. *Media dan Budaya Populer*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Chalifah, Siti, Sugeng Harianto, *Perubahan Sosial Masyarakat Desa Jamprong Pasca Pendirian Smp Satu Atap*. Jurnal Paradigma Vol. 05, No. 03. Di akses pada 27 juli 2020 pukul 22.30 WIB  
<https://media.neliti.com/media/publications/253304-perubahan-sosial-masyarakat-desa-jampron-490b56c1.pdf>
- Derry M, 2011, *Budaya Populer*, Guna Darma University, Diakses pada 13:10 WIB. Melalui <https://derrymayendra.blogspot.com/2011/10/budaya-populer.html?m=1>.
- Dewi, Emita. 2012. *Transformasi Sosial Dan Nilai Agama*. Jurnal Substansi, Vol. 14, No. 1. Di Akses Pada 28 Juli 2020 Melalui <http://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/substantia/article/view/4834>
- Didiek Rahmanadji, *Sejarah Teori Jenis Dan Fungsi Humor*. 2007. Seni Dan Desain Fakultas Sastra Unversitas Negeri Malang Tahun 35, No. 2. Diakses Pada 27 September 2020 Pukul 21.30 WIB  
<https://www.academia.edu/download/41878158/Sejarah-Teori-dan-Fungsi-Humor.pdf>
- Dwika, Dina Oktora, *Butterfly: Video Mapping Transformasi Kupu-Kupu Sebagai Simbol Transformasi Diri*, Jurnal Rekam Vol. 10 No. 2 Oktober 2014. Diakses Pada Tanggal 27 Juli 2020 Pukul 22.50 WIB melalui <http://journal.isi.ac.id/index.php/rekam/article/viewFile/3251/1472>
- El-Ishaq, Rophingi. 2016. *Pengantar Ilmu Dakwah Studi Komprehensif Dakwah Dari Teori Ke Praktik*. Malang: Madani.

- El-Ishaq, Ropongi. 2014. *Hiburan Dan Dakwah: Sebuah Era Baru Dakwah Islamiyah*, jurnal komunikasi penyiaran islam at-tabsyir. Vol. 2 No. 1.
- Faizah & Lalu Muchsin. 2006. *Psikologi Dakwah*. Jakarta: Prenata Media.
- Farihah, Irzum. 2013. *Media Dakwah Pop*, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam Vol. 1, No. 2. AT-TABSYIR diakses pada 24 Juli 2020 pukul 21.19 WIB. <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/komunikasi/article/download/432/456>
- Farihah, Irzum. 2013. *Media Dakwah Pop*. Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam. Jurnal At-Tabshir, Volume 1, Nomor 2. Diakses Pada 24 Juli 2020 Pukul 21.21 WIB. Melalui <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/432>
- Fidya A.P. 2019. *Mengenal Mengenal Pemain Bocah Ngapak yang lagi Viral lihat potret Ilham Fadly dan Azkal*, Tribun Jabar. Diakses Pada Tanggal 09 Agustus 2020. Melalui. <https://jabar.tribunnews.com/2019/03/19/mengenal-pemain-bocah-ngapak-yang-lagi-viral-lihat-potret-ilham-fadly-dan-azkal>
- Firmansyah Ganjar. 2019. *7 Chanel Youtube Islami Penuh Ilmu Untuk Isi Waktu Ngabuburit*. Idn Times. Diakses Pada Tanggal 25 Juli 2020. Pukul 23.40 WIB. Melalui <http://www.idntimes.com/life/inspiration/ganjar-firmansyah/7-channel-youtube-islami-penuh-ilmu-untuk-ngabuburit-biar-berfaedah-explc2>
- Fitrotul Muzayyanah. 2013. *Retorika Dakwah Dalam Tayangan Stand Up Comedy Show Metro Tv Edisi Maulid Nabi 23 Januari 2013*. Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. <http://digilib.uin-suka.ac.id/11552/1/BAB%20I%2C%20IV%2C%20DAFTAR%20PUSTAKA.pdf>
- Hafifudin, Didin. 1998. *Dakwah Actual*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Hafiz, Rizky Chaniago. 2017. *Analisis Perkembangan Film Komedi Di Indonesia*. Journal Of Communication (Nyimak) Vol. 1, No. 2. Diakses Pada 10 Januari 2020, 10:30 WIB. <http://jurnal.umt.ac.id/index.php/nyimak/article/view/482>
- Helvina, Junia S. 2015. *Opini Ibu rumah tangga terhadap program acara infotainment insert di trans tv (studi deskriptif pada ibu-ibu rumah tangga di kelurahan pulo brayan darat I)*. Universitas Medan Area. Diakses pada tanggal 15 Agustus 2020 pukul 20:00 WIB Melalui <http://repository.uma.ac.id/handle/123456789/1639>

Hitam Putih. 2019. *Terharu Bocah Ngapak Menangis Ingat Perjuangan Hitam Putih (14/03/19) Part 2*. Trans7 Lifestyle. Diakses pada 2 Agustus 2020 melalui <https://youtube.be/huCPJwTR33A>

Ismail, Nawari. 2011. *Konflik Umat Beragama Dan Budaya Lokal*. Bandung: Lubuk Agung.

Iwan A. Yusuf. 2007. *Kontraversi Rating Di Belantara Industri Televisi*. Jurnal Komunikasi, ISSN 1907-848X. Vol. 2. No. 1. Di Akses Pada 23 September 2020 Pukul 19.30 WIB. <https://journal.uui.ac.id/jurnal-komunikasi/article/download/5623/5050>

Jill, Stephanie Najon, Dkk. 2011. *Transformasi Sebagai Desain, Media Matrasain*, Vol. 8, No.2. Diakses Pada 27 September 2020 Pukul 20.00 WIB Melalui <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jmm/article/viewFile/330/255>

Kamus Besar Bahasa Indonesia

Kapan Lagi.Com, “Selebriti-Opick”, Siakses Pada 25 Juli 2020 dari <http://selebriti.kapanlagi.com/indonesia/o/opick/>

Koentjaraningrat. 1990. *Pengantar Ilmu Antropologi*. Jakarta: Rineka Cipta.

Kuswarno, Engkus. 2015. *Potret Wajah Masyarakat Digital Di Indonesia*, Jurnal Communicate Volume 1 No. 1. Diakses Pada Tanggal 25 Juli 2020 Pukul 20.30 WIB. <https://zenodo.org/record/1217871/files/kom%20%28vol%201%20no%201%29%20%285%29.pdf>

L, Peter Berger & Thomas Lukhmann. 1190. *Tafsir Sosial Atas Kenyataan*. Jakarta: LP3ES.

Luth, Thohir. 1999. *M.Natsir Dakwah Dan Pemikirannya*. Jakarta: Gema Iainsani Pres.

M, Margaret Polomo. 2010. *Sosiologi Kontemporer*. Jakarta: Rajawali Press.

Mengenal Pemain Bocah Ngapak Diakses Dari <https://jabar.tribunnews.com/2019/03/19/mengenal-pemain-bocah-ngapak-yang-lagi-viral-lihat-potret-ilham-fadly-dan-azkal> di akses pada Pada Tanggal 09 Agustus 2020.

Merek (Def. 1) (N.D). Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (Kbbi) Online. Diakses Melalui <https://kbbi.web.id/komedi.html>, 24 Juli 2020 Pukul 17.19 PM.

Muhyidin, Asep Dan Agus Ahmad S. 2002. *Metode Pengembangan Dakwah*, Bandung: CV Pustaka Setia.

- Munir, Samsul. 2008. *Rekonstruksi Pemikiran Dakwah Islam*. Jakarta: Amzah, 2008.
- Muzayyanah, Fitrotul. 2013. *Retorika Dakwah Dalam Tayangan Stand Up Comedy Show Metro Tv Edisi Maulid Nabi 23 Januari 2013*. Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. <http://digilib.uin-suka.ac.id/11552/1/BAB%20I%2C%20IV%2C%20DAFTAR%20PUSTAKA.pdf>
- Nahna Nailussa'adah. 2018. *Persepsi Mahasiswa KPI Tentang Dakwah Komedi Di Instragram (Studi Analisis Akun @Nunuzoo)*. Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Semarang. <http://eprints.walisongo.ac.id/8554/1/skripsi.pdf>
- Niken Dan Herlina. 2015. *Kepuasan Masyarakat Surabaya Terhadap Program Komedi Indonesia Lawak Klub Di Trans7*. Jurnal Ilmu Komunikasi Vol.7 No.2 diakses pada 20 Oktober 2020 pukul 11:52 Melalui <http://eprints.upnjatim.ac.id/7023/1/7. Jur Herlina.pdf>
- Nugraha, Yanuar Dkk. 2012. *Memetakan Lansekap Industri Media Kontemporer Di Indonesia*. Jakarta Selatan: Centre For Innovation Policy And Governance. Diakses Pada 22 September 2020 Pukul 19.30 WIB Melalui [https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as\\_sdt=0%2C5&q=industri+media&oq=#d=gs\\_qabs&u=%23p%3DTFnxnyuAVjyEJ](https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=industri+media&oq=#d=gs_qabs&u=%23p%3DTFnxnyuAVjyEJ)
- Profil Skdiyah Ma'ruf [https://id.m.wikipedia.org/wiki/Sakdiyah\\_Ma%27ruf](https://id.m.wikipedia.org/wiki/Sakdiyah_Ma%27ruf) Diakses Pada Tanggal 26 Juli 2020 Pukul 19.45 WIB
- Rahayu, Puji. 2016. *Lageyan Dan Karakter Masyarakat Banyumas Dalam Kumpulan Cekak Iwak Gendruwo Karya Agus Pribadi Dkk (Kajian Etnolinguistik)*, Jurnal.Uns.Ac.Id. Prosiding Prasasti. Diakses Pada Tanggal 23 September 2020 Pukul 21.30 WIB
- Rahmat, Jalaludin. 1982. *Retorika Modern, Sebuah Kerangka Teori Dan Praktik Berpidato*. Bandung: Akademika.
- Ranjabar, Jacobus. 2013. *Perubahan Social Dalam Teori Makro*. Bandung: Alfabeta.
- Saputra, Wahidin. 2011. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Setiawan, Arwah. 1990. "Teori Humor". Jakarta: Majalah Astada, No.3 Th III.
- Slamet. 1994. *Prinsip-Prinsip Metodologi Dakwah*. Surabaya : Al-Ikhlash.
- Stephanie Jill Najooan & Johansen Mandey. 2011. *Transformasi Sebagai Strategi Desain*. Media Matrasain Vol. 8 No. 2. Diakses Pada 27 September 2020

Pukul 20.00 WIB Melalui  
[https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as\\_sdt=0%2C5&q=pengertian+transformasi&btnG=#d=gs\\_qabs&u=%23p%3Dp\\_DWPooyrhYJ](https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=pengertian+transformasi&btnG=#d=gs_qabs&u=%23p%3Dp_DWPooyrhYJ)

- Strinati, Dominic. 2016. *popular culture*. Yogyakarta: Narasi.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Suhanding, Kustadi. 2013. *Ilmu Dakwah Perspektif Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sumadiria, Haris. 2016. *Hukum Dan Etika Media Massa Panduan Pers, Penyiaran, Dan Media Siber*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Suwardi, Sandi H. 2017. *Pengertian Cultural Studies Sejarah, Pendekatan Konseptual, & Isu Menuju Studi Budaya Kapitalisme Lanjut*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.
- Syah, Hakim. 2013. *Dakwah Dalam Film Islam Di Indonesia (Antara Idealisme Dakwah Dan Komodifikasi Agama)*. Jurnal Dakwah, Vol. XIV, No. 2. Diakses Pada Tanggal 25 Juli 2020. Pukul 19.56 AM. <http://ejournal.uin-suka.ac.id/dakwah/jurnaldakwah/article/view/283>
- Syam, Nur. 2005. *Islam Pesisir*. Yogyakarta: Lkis Pelangi Aksara.
- Televisi Dan Keputusan Konsumen Serta Kritik Terhadap Peter L. Berger Dan Thomas Luckmann*, (Jakarta: Kencana, 2008), Hlm 14-15
- Tim Penyusun. 2014. *Pedoman Penulisan Skripsi*. Purwokerto: STAIN Press.
- Widati, S Pradopo, Dkk. 1986. *Humor Dalam Sastra Jawa Modern Pusat Pembinaan Dan Pengembangan Bahasa*. Jakarta: Tp.
- Safitri, Luna S. 2016. *Representasi Perempuan Maskulin Sebagai Perlawanan Terhadap Patriarki Dalam Sitkom Oke-Jek (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce)*, Skripsi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Sultasn Ageng Tirtayasa Serang. Diakses Pada Tanggal 26 Oktober 2020 Pukul 07.45 WIB Melalui <http://repository.fisip-untirta.ac.id/784/>