

KEEFEKTIFAN SENSE OF HUMOR SEBAGAI MEDIA DAKWAH

Hisny Fajrussalam¹, Ai Siti Nuratilah², Amelia Putri Cahyani³,
Maylan Nada⁴, Moch Deannandra Fazrian⁵
Universitas Pendidikan Indonesia
deannnfff@upi.edu

Abstract

In preaching, using humor inserts in Islamic communication is something often practiced by some preachers. Humor aims to attract the attention of da'wah listeners and the part that listeners look forward to even though humor is only a complement an Islamic communication. However, the use of humor in da'wah sometimes becomes a boomerang for preachers who don't pay attention to ethical boundaries and the provisions of applicable norms. So from the results of the author's analysis that the use of humor in Islamic communication is allowed to be a good way as long as the preacher pays attention that in inserting his humor he doesn't forget the courtesy stipulated in the Hadith & Qur'an. Due to technological advances in preaching, at this time preachers and listeners don't need to meet in person in one place, but with technological advances, there are a lot of media that can be used in online preaching on social media. In this study, we used quantitative methods by using data collection techniques in the form of surveys conducted online. From the survey, several respondents had different opinions, but 95% of them more often found and liked da'wah with humor inserts through the TikTok application.

Keywords : *Da'wah, Humor Strategy, Social Media*

Abstrak: Dalam berdakwah menggunakan selipan humor dalam komunikasi Islam adalah sesuatu hal yang sering dipraktikan oleh beberapa dai. Humor bertujuan untuk menarik perhatian pendengar dakwah dan merupakan bagian yang dinantikan oleh pendengar walaupun sebenarnya humor hanyalah sebagai pelengkap dalam sebuah dakwah komunikasi Islam. Namun, penggunaan humor dalam dakwah terkadang menjadi suatu boomerang bagi pendakwah yang kurang memperhatikan batasan etisnya dan ketentuan norma-norma yang berlaku. Jadi dari hasil analisa penulis bahwa penggunaan humor dalam dakwah komunikasi Islam itu diperbolehkan menjadi sebuah cara yang baik selama pendakwah memperhatikan bahwa dalam menyelipkan humornya tidak melupakan adab yang ditetapkan di dalam Hadits & Alquran. Karena kemajuan teknologi dalam berdakwah saat ini pendakwah maupun pendengar tidak perlu bertemu secara langsung pada suatu tempat, namun dengan kemajuan teknologi banyak sekali media-media yang bisa digunakan dalam berdakwah secara daring di media sosial. Dalam penelitian ini kami menggunakan metode kuantitatif dengan

menggunakan teknik pengumpulan data berupa survei yang dilakukan secara online. Dari survei tersebut terdapat beberapa responden yang memiliki pendapat yang berbeda, akan tetapi 95% responden mereka menyatakan bahwa mereka lebih sering menemukan dan menyukai dakwah dengan selipan humor melalui aplikasi Tiktok.

Kata Kunci : Dakwah, Strategi Humor, Media Sosial

PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan bagian abadi dari kehidupan manusia seperti halnya bernafas selama itu. Sepanjang manusia ingin bertahan hidup maka ia perlu berkomunikasi (Cangara, 2004). Komunikasi pada dasarnya bisa terjadi dalam berbagai konteks kehidupan. Komunikasi dapat berbentuk verbal dan non verbal. Salah satu cara atau media komunikasi dalam Islam dalam menyampaikan pesan/informasi keagamaan yaitu melalui media dakwah, berdakwah merupakan tatacara pendakwah untuk menyebar-luaskan ajaran agama islam kepada seluruh pendengar.

Berhubungan dengan cara atau metode berdakwah ini, dengan kemajuan teknologi informasi juga memberi dampak yang cukup besar pada proses berdakwah. Sebagian besar masyarakat sekarang lebih banyak yang memanfaatkan media kecanggihan teknologi guna memudahkan segala aktivitas mereka. Oleh karena itu, para pendakwah atau dai juga berevolusi dalam menyampaikan dan menyebar-luaskan ajaran agama Islam yang dulunya dakwah itu hanya dapat didengar pada mimbar di suatu acara keagamaan saja. Maka dari itu untuk menumbuhkan rasa semangat pendengar dakwah dalam mencari ilmu islam serta membuat sebuah dakwah menjadi lebih menarik. Oleh karena itu dengan menggunakan strategi humor menjadi salah satu jalan alternatif dalam berdakwah agar dakwah tersebut dapat lebih menyenangkan sehingga pendengar merasa lebih semangat dan tidak mudah merasa bosan menjadikan pendengar tidak hanya sekedar mendapatkan ilmu saja namun juga dapat merasa terhibur.

Strategi humor yaitu salah satu metode yang dipilih dalam berdakwah. Humor yang digunakan tetap memiliki standar etisnya. Humor harus edukatif, memiliki

kandungan pesan yang mendidik guna membawa pencerahan bagi umat. Kritis dalam berhumor pun perlu dilakukan namun jangan sampai bersifat provokatif. Humor yang tidak rasis dan berisi hinaan pada suatu ras/golongan. Tidak bersifat pornografi dalam berhumor, tidak mengeksploitasi tubuh dan menciptakan pembicaraan yang sensasional, jorok dan tidak etis digunakan.

Dalam menerapkan strategi humor dalam berdakwah diharapkan mampu menjadi bahan penghibur (rekreatif) bagi para pendengar. Penggunaan metode atau cara humor dalam dakwah komunikasi islam memang menjadi senjata ampuh dalam mencuri perhatian mad'u karena mampu mengurangi ketegangan, menurunkan pikiran ataupun rasa stress, dan bisa digunakan untuk mencairkan suasana maupun sebagai dijadikan pengalihan dalam proses perhatian dalam peranan kepercayaan. Maka dari itu dengan adanya metode humor dakwah dalam menyebar-luaskan ajaran islam menjadi sebuah pelengkap. sehingga dakwah yang disampaikan mampu menarik simpati dan dapat disenangi oleh mad'u.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang kami gunakan yaitu penelitian metode kuantitatif. Sebelum menyusun artikel ini, kami melakukannya dengan menggunakan metode pengumpulan data menggunakan survei. Survei yang kami buat menggunakan google form, pengumpulan data melalui pengisian kuisisioner yang menghasilkan beberapa responden. Subjek dari penelitian ini yaitu semua kalangan yang beragama islam yang aktif dalam media sosial. Dalam survei ini mengambil beberapa sampel dari populasi dengan menggunakan angket. Pengumpulan data ini dilakukan secara natural dan apa adanya sesuai kejujuran dan pengalaman pribadi dari masing-masing responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan pada informasi dari Al-Quran dan As-Sunnah ditemukan bahwa definisi komunikasi Islam merupakan suatu komunikasi yang bisa berupaya untuk membangun hubungan lebih dekat dengan Allah SWT, diri sendiri, serta dengan sesama untuk menghadirkan kedamaian, keselamatan, dan keramahan untuk diri sendiri dan lingkungan sekitar dengan cara tunduk kepada perintah Allah dan Rasul-Nya. Adanya ilmu komunikasi Islam ini bertujuan untuk membimbing umat kaum

Muslimin secara khusus juga manusia umumnya agar bisa membangun suatu komunikasi kepada Allah SWT, diri sendiri, dan kepada sesama berdasarkan prinsip Islam. Dengan adanya paduan agama, maka suatu ilmu komunikasi akan berjalan sesuai bersamaan dengan alur yang ditentukan oleh Allah.

Dapat disimpulkan bahwa dakwah adalah aktivitas yang dilakukan oleh seseorang kaum muslim atau muslimat sesuai dengan kemampuan yang dimilikinya dengan mempunyai suatu tujuan untuk menjadikan umat manusia memiliki kehendak untuk memeluk serta menerima agama Islam dengan baik dengan bertujuan yang utamanya supaya mereka bisa memperoleh kesejahteraan di dunia pun kebahagiaan di akhirat.

Dakwah dalam Islam mempunyai tujuan yang paling utama yaitu menegakkan amar makruf nahi mungkar agar manusia bisa berada di jalan yang benar dan dapat diridhoi oleh Allah. Dakwah Islamiyah yang artinya sebagai upaya mengajak, menggiring, mengamalkan, dan meyakini aqidah dan syariat Islam. Wujudnya tujuan dakwah Islamiyah adalah agar terciptanya kebahagiaan sekaligus kesejahteraan hidup bagi umat manusia baik di dunia akhirat.

Dakwah memiliki banyak manfaat, diantaranya dakwah dapat meningkatkan kemajuan ilmu pengetahuan dan keterampilan para jamaahnya, serta mampu memberantas kebodohan agar umat manusia dapat memperoleh kehidupan yang lebih bahagia dan sejahtera yang diridhai oleh Allah.

Menurut Ridwan (2010:921-56), konsep kepatutan humor yang dapat diselipkan dalam sebuah dakwah adalah humor yang memiliki dua standar yakni etis dan estetis. Terdapat kriteria yang harus dimiliki dalam standar etis:

1. Edukasi humor yang di dalamnya berisi pesan yang mendidik dan membawa perubahan baik bagi umat. Humor ini tidak hanya menunjukkan sisi rekreatif tetapi juga bertujuan untuk mencerdaskan masyarakat. Humor edukatif sebagai kekuatan halus tetapi memiliki efek yang dalam menanamkan dimensi kognitif pendengar untuk melakukan adanya perubahan cara berfikir masyarakat ke arah yang lebih baik. Humor edukatif ini memenuhi persyaratan atas dasar kesadaran yang artinya humor ini benar-benar diketahui dan dapat dipahami secara keseluruhan oleh pendakwah dan pendengarnya, bertujuan untuk membangun persaudaraan dan keakraban antara satu sama lain, humor yang mengarahkan orang lain menuju hal-hal

yang positif baik melalui perspektif norma sosial maupun perspektif norma agama, serta memberikan efek manfaat kepada pendengarnya yang memiliki nilai tambah bagi kehidupan manusia dalam kehidupan sehari-hari.

2. Kritis dalam humor artinya dapat menstimulus pendakwah untuk melakukan analisis terhadap sejumlah ketidakseimbangan dalam kehidupan nyata, dengan begitu selain menjadi responden yang pasif yang hanya tertawa atau bahkan menertawakan, tapi juga bisa menjadi responden yang aktif yang mengetahui pemecahan masalah dari hal yang terjadi. Intinya walaupun isi dari humornya berupa kritikan tajam, tetapi tidak menghilangkan karakter dasar dari humornya sendiri yang bersifat halus dan tidak memprovokasi.
3. Tidak bersifat rasis dan di dalamnya tidak berisi hinaan, stigma negatif, ras atau golongan, kepada agama lain.
4. Tidak bersifat pornografi, humor yang tidak mengeksploitasi tubuh dan sensasional melalui pembicaraan jorok yang tidak etis.

Kelebihan dan Kekurangan Strategi Humor yaitu:

Kelebihannya banyak sekali diantaranya untuk membuat pendengar gembira, senang dan tidak merasa bosan. Namun posisinya didalam dakwah itu hanya sisipan, tidak terlalu dominan sehingga tidak menghilangkan kaidah dari dakwah yang sebenarnya harus menjadi perhatian para mad'u.

Oleh karena itu dapat diketahui adab humor supaya dalam penyajiannya humor tidak keluar atau melenceng dari segala hal yang bertentangan dengan ajaran agama Islam. Berikut ini beberapa adab-adab humor menurut Iwan Marwan yaitu:

1. Candaan dalam humor tidak boleh mengandung kedustaan.
2. Tidak boleh ada unsur penghinaan atau pelecehan terhadap agama Islam.
3. Tidak boleh ada unsur ghibah dan meremehkan seseorang, ras, suku atau bangsa tertentu.
4. Tidak boleh mengambil barang orang lain, meskipun hanya bercanda.
5. Tidak boleh menimbulkan rasa takut bagi orang lain.
6. Bercanda sewajarnya dan tidak mmebuang-buang waktu hanya untuk bercanda.

7. Tidak boleh melanggar syariat dalam berbicara atau hal-hal lainnya seperti: menyebutkan ciri-ciri wanita yang tidak halal baginya kepada orang lain, menipu, melaknat dll.
8. Sebaiknya tidak hanya berfokus canda dan menjadikannya tabiat, karena akan menjatuhkan wibawa dan akibatnya dipermainkan oleh orang lain.

Jadi, terdapat kekurangan dan kelebihan dalam strategi humor ini. Ketika menggunakan humor dalam berdakwah ini harus memperhatikan kaidah-kaidah atau adab yang berlaku, jangan sampai menghilangkan esensi dari materi dakwah tersebut dan juga tidak menyinggung perasaan orang lain.

Penelitian ini menggunakan metode survey, dimana kami membuat kuesioner berisi pertanyaan-pertanyaan yang berhubungan dengan penggunaan strategi dakwah ini. Kuesioner ini diisi oleh responden yang dimana menjadi sampel penelitian dari beberapa populasi. Setelah kami menganalisis dan mengolah data yang masuk, kami sudah membuat rekapitulasi sebagai berikut:



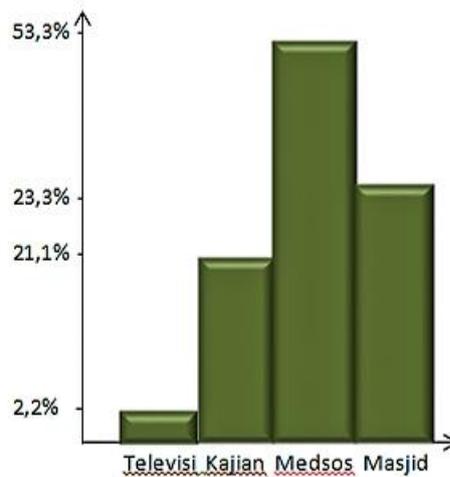
Gambar 1 responden survei

Pertama, Mayoritas responden dalam survei ini diisi oleh perempuan dengan presentase yang cukup besar yaitu 71,2% dan responden laki-laki menunjukkan presentase sebesar 28,8%. Lalu pengisian angket ini mayoritas diisi oleh bidang pendidikan yaitu 72,9% oleh mahasiswa, 11,8% pelajar dan 1,7% Pekerja dan bidang lainnya sebanyak 13,6%. Jadi, hampir mayoritas responden yang mengisi adalah mahasiswa.



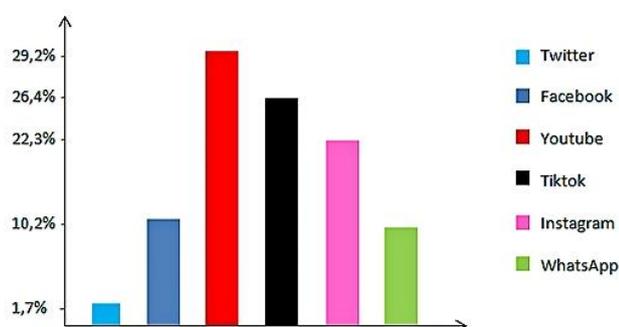
Gambar 2 minat mendengarkan dakwah

Kedua, dalam angket ini masih terdapat kurangnya minat dan kesadaran masyarakat dalam mendengarkan dakwah ditunjukkan dalam presentase yaitu 55,9% jarang, 40,7% sering dan 3,4% tidak pernah. Jadi, hampir setengah dari responden menyatakan bahwa mereka kurang dan jarang mendengarkan dakwah didalam kehidupannya. Hal ini sungguh memprihatinkan mengingat Indonesia adalah negara dengan mayoritas islam terbanyak di dunia. Sedangkan dakwah itu mempunyai manfaat dalam meningkatkan kesejahteraan umat muslim.



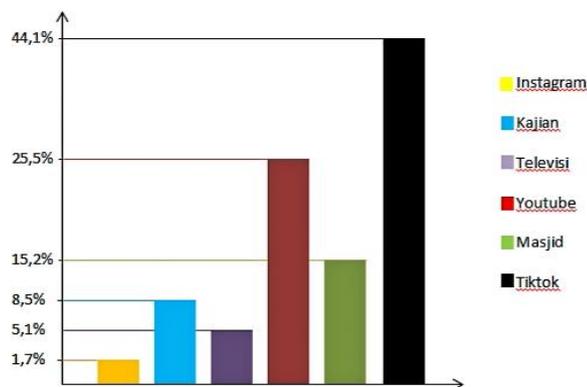
Gambar 3 tempat mendengarkan dakwah

Ketiga, karena kemajuan teknologi yang semakin canggih dan banyaknya bermunculan beberapa digital platform yang memudahkan mad'u dalam mendengarkan dakwah secara online. Hal ini menjadikan responden saat ini lebih banyak yang memilih mendengarkan dan memonton dakwah melalui media sosial dan platform digital lainnya. Dapat dilihat dari presentase berikut : 53,3% melalui media sosial, 23,3% masjid, 21,1% kajian dan 2,2% melalui televisi. Dengan jumlah presentase dari media sosial yang menunjukkan angka paling banyak dibandingkan pilihan lainnya ini membuktikan bahwa masyarakat merasa terbantu dan lebih mudah diakses dalam media sosial ini.



Gambar 4 platfrom media sosial untuk mendengarkan dakwah

Keempat, dari banyaknya media sosial yang digunakan berdakwah, yang paling banyak diakses oleh masyarakat di antaranya yaitu : Youtube dengan presentase 29,2% disusul oleh aplikasi TikTok 26,4% lalu Instagram 22,3%, Facebook dan Whatsapp 10,2% dan Twitter 1,7%. Dengan ini menunjukkan bahwa penggunaan Youtube masih menjadi pilihan utama masyarakat dalam mendengarkan dakwah. Meskipun aplikasi yang lain memiliki perbandingan yang tidak jauh.



Gambar 5 media dakwah dengan humor

Kelima, semua responden menyatakan bahwa mereka pernah mendengarkan dakwah yang diselipi candaan. Mereka paling sering menemukan dakwah tersebut di platform digital Tiktok dengan presentase 44,1% dimana aplikasi ini merupakan aplikasi yang sedang ramai pula di gunakan. Disusul dengan Youtube 25,5% lalu 15,2% secara langsung di masjid, 8,5% dikajian, 5,1 % di televisi dan paling sedikit di Instagram dengan presentase 1,7%.

Keenam, sebagian besar responden menyukai dakwah dengan strategi humor ini dengan alasan yang berbeda. Namun alasan paling umum yaitu dakwah dengan strategi ini membuat mad'u tidak mudah merasa bosan, tetapi di satu sisi dalam berdakwah menggunakan strategi humor ini jangan sampai menghilangkan esensi dari materi dakwah itu sendiri. Dengan kata lain dapat diselipi dengan humor namun harus sesuai dengan kode etik berlaku.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa Penggunaan strategi humor dalam dakwah ini lebih disukai dan lebih efektif. Para pendakwah menyadari hal ini dan memanfaatkan canggihnya teknologi untuk terus inovasi dan terobosan baru dalam berdakwah. Penggunaan strategi ini pun lebih banyak disukai oleh masyarakat terutama kaum muda. Semakin banyak media untuk berdakwah maupun mendengarkan dakwah contohnya yang sebelumnya dakwah hanya dapat dilakukan secara tatap muka namun saat ini dapat dilakukan melalui media sosial salah satunya

yang banyak digunakan yaitu Tiktok dan Youtube karena mudah diakses dan juga sangat praktis.

Dakwah dengan strategi humor ini sangat menarik perhatian responden karena dianggap lebih menyenangkan dapat mencairkan suasana dan tentunya mad'u tidak akan merasa bosan. Dengan hati yang senang pendengar pun menjadi fokus terhadap apa yang disampaikan oleh dai.

Sarannya, walaupun strategi ini sangat efektif akan tetapi apabila dilakukan secara berlebihan dan tidak mengikuti kode etik yang berlaku ini dapat menghilangkan esensi dari dakwah itu sendiri. Oleh karena itu tetap saja harus memperhatikan syarat dan ketentuan yang berlaku dalam pelaksanaan dakwah dengan strategi humor ini. Dengan adanya kemajuan teknologi maka dari itu para dai harus menciptakan inovasi-inovasi dalam berdakwah agar bisa menarik dan mengajak masyarakat untuk mendengarkan dakwah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, S., & Nurhidayah, Y. (2019). Analisis Semiotik Strategi Dakwah Humor Akun Instagram Nunuzoo. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 10(1), 114-122. <http://doi.org/10.24235/orasi.v10i1.5145>
- Cangara, H. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada.
- Fatihah, S. R. (2018). Konsep Etika dalam Dakwah. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 28(2), 241-249. <http://doi.org/10.21580/jid.v38.2.3886>
- Fatoni, U., & Hartati, S. F. (2017). Dakwah dan Humor: Sisipan Pesan Dakwah dalam Program Siaran Humor Radio. *Prosiding Konferensi Nasional Komunikasi*, 1(1). <http://doi.org/10.25008/pknk.v1i1.135>
- Hayati, U. (2017). Nilai-nilai Dakwah Aktivitas Ibadah dan Perilaku Sosial. *Interdisciplinary Journal of Communication*, 2(2), 175-192. <https://doi.org/10.18326/inject.v2i2.175-192>
- Hefni, H. (2015). *Komunikasi Islam* (1 ed.). Jakarta: Prenadamedia Group.
- Hilmi, M. (2019). Humor dalam Pesan Dakwah. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 38(1), 87-110. <http://doi.org/10.21580/jid.v38.1.3972>
- Islamy, A. (2021). Menggagas Etika Dakwah di Ruang Media Sosial. *Journal of Islamic Communication & Broadcasting*, 1(1).
- Marwan, I. (2013). Rasa Humor dalam Perspektif Agama. *Buletin Al-Turas*, 19(2), 267-278. <http://doi.org/10.15408/bat.v19i2.3720>

- Masyhur, A. (1997). *Dakwah Islam dan Pesan Moral*. Yogyakarta: Al-Amin.
- Muniruddin, M. (2019). Humor Dan Komunikasi Dakwah Pengembangan Masyarakat Islam. *Jurnal Komunika Islamika: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Kajian Islam*, 5(2). <http://doi.org/10.37064/jki.v5i2.3998>
- Nugroho, I. (2019). *Humor Sebagai Komunikasi Dakwah (Studi Kasus Humor Kyai di Pondok Pesantren Hudatul Muna 1)*. Ponorogo: Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
- Pirol, A. (2018). *Komunikasi dan Dakwah Islam* (1 ed.). (S. Jajuli, Ed.) Yogyakarta: Deepublish. <http://doi.org/10.24014/idarotuna.v4i1.16877>
- Ridwan, & Aang. (2010). Humor dalam Tabligh Sisipan yang Sarat Estetika. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 5(15), 921-56.
- Syaf'i, I. (n.d.). *Modul Komunikasi Dakwah*. Mojokerto: Institut Pesantren KH Abdul Chalim.
- Wandi, W. (2020). Penggunaan humor dalam dakwah komunikasi Islam. *Al-Din: Jurnal Dakwah dan Sosial Keagamaan*, 5(1), 84-100. <http://doi.org/10.35673/ajdsk.v5i1.573>