

Jurnal Trie Marchenggar Putra .docx *by*

Submission date: 08-Apr-2022 02:06PM (UTC+0700)

Submission ID: 1805075478

File name: Jurnal Trie Marchenggar Putra .docx (58.6K)

Word count: 3660

Character count: 22603

Mc.V Umsida Organization Student Perceptions About Comedy Da'wah on Instagram (Account Analysis Study @Nunuzoo). Persepsi Mahasiswa Organisasi Mc.V Umsida Tentang Dakwah Komedi di Instagram (Studi Analisis Akun @Nunuzoo)

Trie Marchenggar Putra¹⁾, Poppy Febriana, S.Sos. M.Med.Kom^{*2)}

¹⁾ Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

²⁾ Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

*Email Penulis Korespondensi: triemarchenggarputra6@gmail.com, poppyfebriana@umsida.ac.id

Abstract. *This study examines how the Mc.V Umsida Organization Student Perceptions About Comedy Da'wah on Instagram (ACCOUNT ANALYSIS STUDY @NUNUZOO). This research uses perceptual analysis theory. The purpose of this study was to describe the perceptions of MC.V Umsida Organization Students about comedy propaganda videos on the @nunuzoo Instagram account using perception analysis. The research method used is qualitative. By using Perception analysis according to Miles and Huberman from this research. The results showed that by using an analysis of the perceptions of Mc.V Umsida Organization Student, it was found that Nurul Azka's comedy da'wah is effective to be applied nowadays as a da'wah endeavor, comedy da'wah videos that are right on target on the object of da'wah, namely teenagers or among students, the media. What he uses is social media. Social media can be accessed by everyone from children to adults, but it is teenagers who have more dominance. Preaching as communicating utilizes various technologies, in order to make it easier to convey da'wah messages through the media. It can be seen in terms of the advantages and disadvantages of Nurul Azka's comedy propaganda videos according to Organizational Student MC.V Umsida, the advantages of Nurul Azka's comedy propaganda videos are funny, entertaining, can insert da'wah messages in videos that are so short, easy to understand and not monotonous*

Keywords - PERCEPTION THEORY, ANALYSIS THEORY, DA'WAH, COMEDY

Abstrak. *Penelitian ini mengkaji tentang bagaimana Persepsi Mahasiswa Organisasi Mc.V Umsida Tentang Dakwah Komedi di Instagram (STUDI ANALISIS AKUN @NUNUZOO). Penelitian ini menggunakan teori analisis persepsi. Tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan persepsi Mahasiswa Organisasi MC.V Umsida tentang video dakwah komedi dalam akun Instagram @nunuzoo dengan menggunakan Analisis persepsi. Metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif. Dengan menggunakan Persepsi analisis menurut Miles dan Huberman dari penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan menggunakan analisis persepsi mahasiswa ukm Mc.V, di dapat bahwa dakwah komedi Nurul Azka ini efektif untuk diaplikasikan di zaman now sebagai ikhtiar dakwah, video dakwah komedi yang tepat sasaran pada objek dakwah yaitu kalangan remaja atau di kalangan mahasiswa, media yang dia gunakan tepat yakni Media Sosial. Media sosial dapat diakses semua orang dari anak-anak hingga dewasa, tetapi remaja lah yang mempunyai dominasi lebih banyak. Berdakwah sebagaimana berkomunikasi memanfaatkan bermacam-macam teknologi, agar memudahkan dalam menyampaikan pesan-pesan dakwahnya melalui media. Dapat dilihat dari segi kelebihan dan kekurangan video dakwah komedi Nurul Azka menurut Mahasiswa Organisasi MC.V Umsida kelebihan video dakwah komedi Nurul Azka bersifat lucu, menghibur, dapat menyisipkan pesan dakwah pada video yang begitu singkat, mudah dipahami dan tidak monoton*

Kata Kunci - Teori Persepsi, Teori Analisis, Dakwah, Komedi

I. PENDAHULUAN

Perkembangan media informasi mengalami kemajuan yang sangat pesat di abad 21 ini. Teknologi sudah menjadi sesuatu yang dibutuhkan untuk mempermudah setiap pekerjaan manusia. Salah satunya menyangkut komunikasi. Memudahkan setiap orang untuk berkomunikasi kapan saja, di mana saja memiliki dampak besar pada kehidupan. Keberadaan Internet telah membuka jalan bagi keberadaan media di masyarakat, yang dalam interaksi dan komunikasi dengan pengguna lain, memberikan layanan sederhana, berdampak besar, dan kemudian menciptakan budaya komunikasi baru. Dalam konteks komunikasi, media adalah alat atau alat yang digunakan untuk menyampaikan, mengirimkan dan menerima pesan. Dalam beberapa tahun terakhir, dunia media telah muncul dengan adanya media baru atau media baru. Banyak perubahan yang disebabkan oleh media baru dan perkembangan yang terjadi sangat cepat membentuk budaya populer. Dengan menjamurnya pengguna media sosial, media sosial yang dulu hanya ada di Facebook dan Twitter kini hadir di smartphone, sedangkan pengguna media sosial kini mengebrak media sosial

Instagram yang berdiri sejak 2010. Jejaring sosial telah menikmati popularitas besar sejauh ini. tinggi, sampai sekarang terkenal dari remaja hingga dewasa.

Anda telah berbicara banyak akhir-akhir ini tentang kehidupan orang-orang di seluruh dunia karena mereka adalah bagian integral dari kehidupan mereka. Muslim tidak tertinggal. Ajakan merupakan kegiatan yang sangat penting dalam Islam. Islam yang diterima masyarakat dengan ajakan dapat menyebar. Kemudian, millet dihapus dari muka bumi oleh para wanita di sisi lain, dan tanpa diundang, Islam secara bertahap menghilang dari masyarakat. Dalam kehidupan bermasyarakat, dakwah berupaya menata kehidupan beragama agar tercapai kebahagiaan masyarakat yang harmonis. Menyebarkan ajaran Islam dapat melindungi masyarakat dari hal-hal yang dapat membawa kehancuran bagi manusia. Heimatzeit adalah identitas di kalangan anak muda yang sangat mereka banggakan. Seorang remaja mengalir dari kesombongan ke keyakinan dalam hidup ketika mereka sudah punya pacar. PERSEPSI MAHASISWA KPI TERHADAP KOMEDI DAKWAH DI INSTAGRAM (Nailussa'adah, 2018) Pada saat yang sama, Buddha-Buddha yang tidak melalui rangkaian tertentu sering melakukan apa yang disebut dalih. Contoh: Mereka bisa pacaran, berzina, sekedar menangkap maksiat, membuka jagung orang tua, mengamalkan kaligrafi sesuka hati, memfitnah kaligrafi sesuka hati, bergosip sesuka hati, bergosip sesuka hati. Mereka bisa bertepuk tangan semauanya, kaligrafi bisa bertepuk tangan semauanya, itulah mereka. UPLOAD KPI PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP DAKWAH KOMEDI DI INSTAGRAM (Nailussa'adah, 2018) Fakta bahwa flirting tidak sepenuhnya tabu, misalnya di lingkungan universitas yang didominasi oleh mahasiswa. Para siswa dalam kelompok usia ini biasanya berusia antara 18 dan 24 tahun. Karena itulah, menurut Nurul Azka atau @nuzunoo (menurut Nurul Azka atau @nuzunoo, dia hadir untuk membawa suasana baru ke media sosial dan menggunakan cara untuk menambahkan komedi dalam khotbahnya. Video yang diposting oleh Nurul Azka "Kencan" Nurul Azka Packs adalah skenario cerita dengan tema hal ini dengan kecerdasan terdengar untuk membawa suasana baru. Ia aktif di media sosial dengan membagikan video pengkhotbah komedi. Video lanjutan Nurul Azka adalah tentang "Kencan", Nurul Azka mengemas skenario cerita tentang subjek dengan lelucon. Di sisi lain, video propaganda komedi ini hanya lelucon, humornya jelas, dan kami tertawa bahagia. Ada banyak bidang dan genre seni, dari musik, tanah liat, patung atau ukiran hingga kecerdasan. Seni dan humor adalah bagian dari upaya ajakan agar orang yang menerima ajakan atau dipromosikan cenderung gugup, cemas, marah, dll. mereka tidak merasa. Kehadiran humor dalam kegiatan tabu berhasil menambah warna tersendiri. Ada banyak selingan lucu, lucu dan memotivasi, bacaan islami. Adapun kedudukan komedi dalam perspektif Islam, menurut Aang Ridwan (2010), komedi dapat dianggap sebagai pewaris Turat Islam.

Kepentingan utama peneliti untuk memeriksa video komedi dakwah Nurul Azka, karena video Dakwah Komedi adalah bagian dari dakwah atau mengundang jenis penggunaan layar yang tidak pantas, bukan contoh yang biasa kita lihat. Sehingga peneliti mencoba menyelidiki dengan menggunakan metode yang ingin memahami pandangan mahasiswa Organisasi MC.V Umsida (Universitas Muhammadiyah Sidoarjo) tentang video Dakwah Komedi. Persepsi merupakan sebuah penafsiran seorang mengenai suatu pengalaman tentang objek atau insiden yang ditinjau secara inderawi dan menafsirkan sinkron dalam taraf pemahaman masing masing yang terlepas menurut rangsangan yang tiba menurut luar (External Perception) dan rangsangan menurut pada individu (Self Perception) PERSEPSI MAHASISWA KPI TENTANG DAKWAH KOMEDI DI INSTAGRAM (Nailussa'adah, 2018). Tetapi perlu dicatat topik bahwa ini hanya video dakwah yang sedang diselidiki. Peneliti hanya ingin tahu apa yang mahasiswa Organisasi MCV Umsida mengenai video dakwah komedi pada akun Instagram @nunuzoo (Urgensi dari penelitian ini. Karena minimnya pengetahuan para remaja menjerai pacaran dan dampak dari pacaran yang terlalu mengarah negatif menyebabkan banyak dari remaja yang terjerumus ke perbuatan zina maka dari itu Nurul Azka/@nunuzoo dalam akun sosial mediana instagram memanfaatkan untuk membuat video dakwah komedi dalam videonya dikemas dengan lelucon sehingga mudah diterima oleh khalayak.

II. METODE

Persepsi Mahasiswa tentang Dakwah Komedi di Instagram oleh MC.V Organisasi Umsida, Trie Marchenggar Putra, Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, yaitu menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis dan lisan dari individu dan aktor yang diamati. Pendekatan penelitian ini adalah penelitian deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan peristiwa dan situasi, tidak mencari dan tidak menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis dan tidak membuat prediksi. Penelitian kualitatif ini bertujuan untuk menjelaskan persepsi mahasiswa terhadap propaganda komedi di Instagram. Penelitian ini tidak memprioritaskan ukuran populasi. Subjek penelitian ini adalah akun Instagram @nuzunoo atau Nurul Azka, subjek penelitian ini adalah analisis propaganda komedi. Sumber informasi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah 4 anggota mc.v. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan sumber data primer. Ada tiga metode pengumpulan data: wawancara, observasi partisipan, dan telaah catatan institusional. Teknisi analisis data menggunakan teknik deskripsi kualitatif..

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

2 Kumpulan datanya berupa sampel video komedi pada akun @nunuzoo, teknik pengambilan gambar yang ada di dalam isi video dan dialog yang ada di dalam isi video tersebut dan yang menjadi sampel atas populasi humor dalam dakwah selama bulan Januari 2019 hingga bulan Maret 2019. Sebanyak enam video komedi yang mewakili populasi dipilih melalui teknik sampling yang sudah dijelaskan pada bab sebelumnya.

1 Tabel 4.1 Penyajian Data 35

1 Hasil wawancara mahasiswa Mc.V tentang dakwah komedi dalam akun instagram @nunuzoo

No	Pertanyaan	Jawaban
1.	1 Bagaimana tanggapanmu tentang video dakwah komedi nurul azka (@nunuzoo)	a) Informan Bahrul Alam : menurut saya komedinya kurang, yg dimaksudnya kurang itu punchline komedinya, untuk dakwah pointnya bagus sih menunjukkan bahwa pada dasarnya derajat manusia lebih tinggi daripada syaitan b) Informan Putri Rochmatul Ummah : menurutku bagus bagus aja soalnya pengemasannya gak monoton dakwah yg kyk ceramah biasanya, ini lebih ke anak muda sasarannya tepat c) Informan Leny Fitria Andriani : sangat terinspirasi karena membuat video dari yang paling sepele dikaitkan dengan ajaran agama d) 1 Informan Vebyanti Mavicha Sari : menarik, dakwah nya kreatif . dia berhasil menciptakan hiburan yang positif.
2.	1 Apakah video dakwah komedi nurul azka menarik?	a) Informan Bahrul Alam: untuk saya pribadi tidak, namun untuk dibagikan kepada orang lain misal teman cukup menarik karena masih banyak yg takut akan hal seperti itu b) Informan Putri Rochmatul Ummah : menarik dong c) Informasi Leny Fitria Andriani : menarik, karena terdapat point yang bermanfaat untuk diri kita sendiri, dikemas menekankan efek saat editing video. d) Informan Vebyanti Mavicha Sari : menarik, karena tema sesuai dengan masa kini.
3.	Bagaimana perasaannya setelah melihat video dakwah komedi tersebut	a) Informan Bahrul Alam : biasa ajaa b) Informan Putri Rochmatul Ummah : perasaannya biasa saja, sedikit terhibur tp gak yang sampe ngakak gitu cuma pesannya yang penting nyampai ke aku c) Informan Leny Fitria Andriani : senang, karena video tersebut dapat dipahami d) Informan Vebyanti Mavicha Sari : senang, menghibur dan sesuai dengan kehidupan sekarang.
4.	1 Dakwah Komedi seperti apa yang saudara pahami ?	a) Informan Bahrul Alam : seperti dakwah komedi yg dibawakan nurul azka itu sudah termasuk dakwah yang mudah dipahami, mungkin untuk dakwah komedi yang lain ada di youtube channelnya majelis lucu indonesia b) Informan Putri Rochmatul Ummah : yg penggunaan bahasanya tepat di usia sasaran dakwah, misal sasarannya anak muda ya pake bahasa anak muda gausa tinggi2 bicaranya malah gak masuk di anak muda apalagi yang modelnya keras/bandel ya

		<p>c) Informan Leny Fitria Andriani : penyampaian dengan santai, humoris. Dari hal kecil kita dapat sadar bahwa terkadang kita memang seperti itu</p> <p>d) Informan Vebyanti Mavicha Sari : pesan dakwah yang disepadankan dengan 50 komedi sehingga khalayak terhibur, dan mempunyai sisi positif yang dapat diambil.</p>
5.	Efektifkah Video Dakwah Komedi Nurul Azka	<p>a) Informan Bahrul Alam : efektif</p> <p>b) Informan Putri Rochmatul Ummah : efektif menurut ku tapi lebih ke anak muda se usia dia. mungkin kalau yang melihat orang dewasa atau yang sudah berkeluarga kurang masuk karena ada unsur komedinya yang kurang tepat disajikan di usia ibu-ibu dan bapak-bapak</p> <p>c) Informan Leny Fitria Andriani : efektif tergantung pada orangnya, jika orangnya humoris juga itu bagus</p> <p>d) Informan Vebyanti Mavicha Sari : cukup efektif karena ia menyampaikan yang sifatnya hanya mengajak walaupun tidak diulas secara lebih dalam.</p>
6.	Apakah ada dalam Video Dakwah Komedi Nurul Azka mengandung isi pesan dakwah ?	<p>a) Informan Bahrul Alam : kita sebagai manusia jangan takut dengan hal hal gaib, karena pada dasarnya derajat kita sebagai manusia itu tinggi daripada syaitann</p> <p>b) Informan Putri Rochmatul Ummah: setiap video nya terdapat pesan dakwah.</p> <p>c) Informan Leny Fitria Andriani : ada dengan sangat jelas</p> <p>d) Informan Vebyanti Mavicha Sari : ada, walaupun komedi mendominasi.</p>
7.	Apakah pesan Video Dakwah Komedi yang disampaikan Nurul Azka dapat diterima ?	<p>a) Informan Bahrul Alam : Ada tentang derajat manusia dengan syaitan</p> <p>b) Informan Putri Rochmatul Ummah : menurutku iya</p> <p>c) Informan Leny Fitria Andriani : pasti dapat diterima.</p> <p>d) Informan Vebyanti Mavicha Sari : pasti dapat diterima.</p>
8.	Setelah melihat Video Dakwah Komedi Nurul Azka. Apa Kelebihan dan Kekurangan dalam video Dakwah Komedi tersebut ?	<p>a) Informan Bahrul Alam : untuk kelebihan dan kekurangan menurut saya untuk video pendek horror dakwah komedi seperti itu sudah cukup baik</p> <p>b) Informan Putri Rochmatul Ummah : kelebihan, pesan dakwahnya mudah dipahami bahasa yg digunakan sederhana fenomena yg digunakan sbg materi dakwah sering trjadi di usia muda konten video nya bagus ada subtitel nya utk yg maaf "tuli"</p> <p>c) Informan Leny Fitria Andriani : kelebihan nya mudah dimengerti, kekurangannya berdakwahnya tidak secara langsung.</p> <p>d) Informan Vebyanti Mavicha Sari : pasti mempunyai kelebihan terlebih dakwah ini mad'u yang menerima adalah remaja. Mungkin durasi video terbatas.</p>

9.	Video Dakwah Komedi tersebut, apakah mengandung pesan mendidik dan membawa misi pencerahan ?	<p>a) Informan Bahrul Alam : menurut saya tidak ada</p> <p>b) Informan Putri Rochmatul Ummah: ya, mempunyai nilai edukasi seperti menghormati orang tua.</p> <p>c) Informan Leny Fitria Andriani : iya, tetapi juga kadang kita tidak dapat memahami pesan dakwahnya. Informan Vebyanti Mavicha Sari : iya, tetapi juga kadang kita tidak dapat memahami pesan dakwahnya.</p>
10.	Bagaimana sikap saudara tentang Video Dakwah Komedi Nurul Azka di Instagram ?	<p>a) Informan Bahrul Alam : biasa aja</p> <p>b) Informan Putri Rochmatul Ummah : sikap saya karena saya terinspirasi dan saya juga ingin membuat video seperti itu, tetapi mungkin dengan cara yang berbeda</p> <p>c) Informan Leny Fitria Andriani: bagus karena unsur dakwah dan komedi digabungkan</p> <p>d) Informan Vebyanti Mavicha Sari : konten kreator dakwah muda yang patut ditiru, penuh semangat dalam berdakwah.</p>

Tabel 4.2. Hasil Wawancara

Bisa merasakan pesan dakwah di akun Instagram @Nuzunoo. Peneliti mengamati video dakwah yang diunggah ke akun Instagram @Nuzunoo. Peneliti menggunakan teknik analisis isi media untuk mengolah data sambil mengamati. Selanjutnya, peneliti menganalisis video dengan memilih topik undangan yang relevan. Peneliti menggunakan teori Jalaluddin Rakhmat sebagai kerangka dalam menganalisis video undangan. Teori Jalaluddin Rakhmat terdiri dari lima kategori: daya tarik pesan rasional, daya tarik pesan emosional, daya tarik pesan horor, daya tarik pesan hadiah, dan daya tarik pesan motivasi.

Nurul Azka adalah salah satu penggemar Instagram berikut yang berani menampilkan gaya dakwah khasnya sebagai da'i muda. Model undangan Nunu diwujudkan dengan menyampaikan isu undangan yang ramai diperbincangkan di dunia maya maupun dunia nyata. Karena gaya pembawa acaranya yang bercampur dengan komedi, pola ajakan Nunu tidak terlalu serius. Penyampaian video dakwah Nunu sering terjadi di awal video. Nunu menggambarkannya dengan dialog antar karakter, biasanya di tengah video masalah inti mulai muncul, lalu Nunu Da' mengutip dan menawarkan solusi. . Wow, pesannya sesuai dengan masalahnya. Dan di akhir video, Nunu kembali tidak terlalu serius dalam menyampaikan pesan dakwah, biasanya dengan gaya komedi Nunu.

Nunu selalu berusaha untuk melibatkan orang tua dan teman-temannya ketika membuat video dakwahnya. Bakat yang dipilih Nunu dalam karakternya selalu dibenarkan agar pesan ajakan yang disampaikan dapat diterima dengan baik. Dengan waktu yang terbatas, Nunu berhasil membungkus pesan undangan dengan baik. Tujuan pembuatan video undangan dapat tersampaikan. Materi dakwah selalu update dan gaya ajakan yang tidak serius cocok untuk diajarkan di kalangan anak muda. Remaja lebih mudah menerima laporan yang tidak jelas dan tidak mudah menyembunyikan kesalahannya, namun Nunu mendorong mereka untuk waspada terhadap hal-hal yang dapat membawa mereka pada hal-hal yang buruk.

Sebagai manusia, ia terkadang memiliki kekurangan dan jauh dari kesempurnaan, sehingga kasus Nunu juga memiliki kekurangan. Misalnya dalam video undangan terdapat interaksi fisik yang berlebihan antar individu, misalnya dalam salah satu video undangan berjudul "Cek Ramadhan" yang diunggah oleh @Nuzunoo ada yang melempar kertas, tidak ada indikasi. Mungkin disalahartikan bahwa itu berbahaya, tetapi interaksinya adalah kekerasan verbal dalam berdakwah. Khotbah yang baik adalah pertanda baik bahwa ada terlalu banyak interaksi fisik.

V. KESIMPULAN

Hasil penelitian ini adalah sebagai berikut: Berkenaan dengan komponen kognitif Humor (humor), dijelaskan bahwa ajakan mengandung humor kritis, yang dapat mendorong khatib untuk menganalisis berbagai ketidakimbangan dan ketidakseimbangan dalam realitas kehidupan. Humor yang inovatif, up-to-date dan baru, artinya humor yang membantu menginterpretasikan pesan, penjelasan yang aplikatif, ringan dan mudah dicerna. Ketiga kriteria tersebut dapat menentukan aspek kognitif. Dari sudut pandang Himpunan Mahasiswa MC.V Umsida, video propaganda komedi Nurul Azka saat ini efektif untuk diimplementasikan sebagai upaya sebab, video propaganda komedi ditujukan tepat sasaran yaitu objek. 'Wah dari remaja atau mahasiswa, media yang dia gunakan benar yaitu media sosial. Semua orang bisa mengakses media sosial, dari anak-anak hingga orang dewasa, namun remaja lebih dominan. Undangan menggunakan berbagai teknologi untuk memfasilitasi komunikasi pesan undangan melalui media. Menurut salah seorang mahasiswa MC.V Umsida, hal itu terlihat dari pro kontra video dakwah komedi Nurul Azka. Kelebihan dari video dakwah komedi Nurul Azka adalah lucu, menghibur dan dapat menerima pesan undangan. Sertakan video yang pendek, mudah dipahami, dan tidak monoton. Namun kekurangan dari video propaganda komedi Nurul Azka adalah komedinya lebih dominan. Persepsi siswa terkait dengan pertanyaan selanjutnya apakah video propaganda komedi Nurul Azka berimbang. 4 wartawan menjawab bahwa video propaganda komedi Nurul Azka tidak proporsional, dengan sisi komedi lebih dominan daripada aspek dakwah. Oleh karena itu, beberapa pihak khawatir hal itu akan mengubah sifat litigasi sebagai aktivitas normatif yang melampaui porsi humor dan penguasaan yang wajar. Jadi, ketika humor atau komedi diposisikan sebagai inti pesan utama dan bukan sebagai jeda sekunder dalam undangan, perubahan gaya kepemimpinan menjadi tontonan yang ditakuti banyak orang. Aspek Emosional Salah satu komponen kasus adalah objek kasus. Orang dengan perasaan adalah objek dari kasus ini

Emosi ini menentukan sikap seseorang terhadap stimulus yang dihadapinya. Emosi dan sikap saling berhubungan, bagian dari aspek afektif kognisi. Perasaan senang dapat dikembangkan melalui komunikasi atau humor. Humor didefinisikan sebagai kemampuan untuk memahami atau menceritakan lelucon, kualitas humor yang dapat memancing tawa. Menurut organisasi kemahasiswaan Umsida MC.V, 88,3% adalah perasaan senang dan bermanfaat. Secara teoritis, kemudian dengan standar estetika. Video dakwah Nurul Azka tentang perasaan bahagia dan berguna memiliki kriteria sebagai berikut: Santai. Mahasiswa Umsida MC.V tampil beda usai menonton video dakwah bersama Nurul Azka. Tentu saja, di antara berbagai setting yang dijelaskan oleh mahasiswa ini, MC.V Umsida mengapresiasi video dakwah Nurul Azka, seorang anak muda yang ingin membuat video kreatif di antara banyak video bermanfaat. Penggunaan media sosial, d. H. Instagram sebagai media undangan sosial yang paling efektif, menjadi cara baru untuk berkreasi di tengah keinginan masyarakat untuk mencari informasi secara cepat dan segera, serta mengkaji dan mengembangkannya secara positif. Arah. . Setiap reaksi penonton pasti ada sisi positif dan negatifnya, kami selalu terbuka untuk kritik dan saran. Aspek Adaptif Aspek adaptif meliputi tindakan dan kebiasaan yang berhubungan dengan perilaku yang dapat diamati atau perilaku yang melibatkan pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan perilaku.

Menurut arah ini. Beberapa mahasiswa MC.V Organisasi Umsida mengatakan bahwa video propaganda komedi Nurul Azka telah berlalu dalam hidup mereka, baik yang sedang berlangsung atau yang sudah selesai. Hal ini menunjukkan bahwa saat menonton video tersebut, mahasiswa organisasi Umsida MC.V merasa melakukan tindakan dan kebiasaan tersebut. Dengan demikian, kasus komedi Nurul Azka sesuai dengan tujuan kasus tersebut. Sesuatu tentang dai pribadi merupakan unsur estetika litigasi, sedangkan prinsip litigasi disebut etika litigasi. Dengan demikian, subjek litigasi seperti orang pada umumnya dalam ucapan, tindakan, dan penampilan, yang selalu digunakan sebagai subjek standar kasus. Dinamakan demikian karena bukan saja tidak melibatkan Muballigh, sang dermawan Ibrahim, tetapi juga karena kriteria humor terbukti memicu konflik. Memang, meski jenis humor ini kaya akan konten komedi dan unsur lucu lainnya yang bisa mengundang gelak tawa, namun sebenarnya tidak mengandung konten yang positif dan membangun. Ketika humor rasis dimasukkan ke dalam khotbah. Litigasi berarti penerapan perkara sesuai dengan keyakinan, tuntutan, aturan, dan kepekaan terhadap prasangka dalam penilaian baik subjek maupun objek perkara. Menekankan keberadaan ajakan sebagai kegiatan yang memperhatikan tumbuh dan berkembangnya aspek masyarakat, termasuk budaya masyarakat, sehingga ajakan beradaptasi dengan budaya dan bermanfaat bagi masyarakat. yang bisa menggunakan 'wah. Di sisi lain, undangan menawarkan penegasan dan penguatan budaya yang diterima dengan baik dan harus didukung. Litigasi berarti penerapan perkara sesuai dengan keyakinan, tuntutan, aturan, dan kepekaan terhadap prasangka dalam penilaian baik subjek maupun objek perkara. Menegaskan keberadaan ajakan sebagai suatu kegiatan yang memperhatikan tumbuh dan berkembangnya aspek masyarakat, termasuk budayanya, sehingga ajakan beradaptasi dengan budaya dan mengarah pada kebaikan. mereka yang bisa menggunakannya, 'wow. Di sisi lain, undangan menawarkan penegasan dan penguatan budaya yang diterima dengan baik dan harus didukung.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan selesainya penelitian ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Allah Subhanahu wa Ta'ala atas segala rahmat dan hidayahnya hingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan sebaik-baiknya.
2. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, khususnya program studi Ilmu Komunikasi yang telah memberi wawasan, edukasi terkait keilmuan.
3. Keluarga tercinta, penulis yang menemani dan mendukung penulis hingga penelitian ini selesai.
4. Teman-teman yang berarti untuk penulis atas pemberian dukungan terbaik selama ini.

REFERENSI

- [1] Akdon, & Ridwan. (2010). Rumus dan Data dalam Analisis Statistika Cetakan kedua. Alfabeta.
- [2] Aziz, Moh. Ali, 2004, Ilmu Dakwah Edisi Revisi, Jakarta, Kencana
- [3] Bungin Burhan, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif*: Komunikasi, Ekonomi Dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya, Jakarta : Kencana Prenada Media Grup, 2005
- [4] Danim, Sudarwan. 2002. *Menjadi Peneliti Kualitatif*, Bandung: Pustaka Setia
- [5] Fakhruroji, Moch, (2017) *Dakwah di Era Media Baru: Teori dan Aktivisme Dakwah di Internet*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- [6] Fifi, Difika (2016). *Dakwah Melalui Instagram* (Studi Analisis materi Dakwah Dalam Instagram Yusuf Mansur, Felix Siau, Aa Gym, Arifin)
- [7] Kriyantono, Rahmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : PT. Kencana Perdana
- [8] Muhtadi, Asep Saeful, (2012) *Komunikasi Dakwah: Teori, Pendekatan, dan Aplikasi*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- [9] Moleong, Lexy. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif* Edisi Revisi. Jakarta: Remaja Rosdakarya
- [10] Miles, B. Mathew dan Michael Huberman. 1992. *Analisis Data Kualitatif* (Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru). Jakarta: UIP.
- [11] Rahmat, J. 2009. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- [12] Rakhmat, J. 2011. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- [13] Shaqr. (2006). *Wanita - Wanita Pilihan*. Jakarta: Qisthi Press
- [14] Sugiyono. (2005). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV Alfa Beta
- [15] Instagram. (2020). Akun Instagram @nunuzoo . Retrieved from www.instagram.com/nunuzoo

Jurnal Trie Marchenggar Putra .docx

ORIGINALITY REPORT

23%

SIMILARITY INDEX

23%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

eprints.walisongo.ac.id

Internet Source

21%

2

digilib.uinsby.ac.id

Internet Source

2%

Exclude quotes On

Exclude matches < 2%

Exclude bibliography On