

**ANALISIS PENGGUNAAN BAHASA SARKASME DALAM
KONTEN DAKWAH PADA CHANNEL YOUTUBE**

@HAWARIYYUN

Skripsi

Disusun Oleh :

Dara Julana

NIM. 200401008



**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY**

BANDA ACEH, 2023

ANALISIS PENGGUNAAN BAHASA SARKASME DALAM KONTEN

DAKWAH PADA CHANNEL YOUTUBE @HAWARIYYUN

SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda
Aceh Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana S-1 Sosial
Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam**

DARA JULANA

NIM. 200401008

Pembimbing I

AR - RANIR Pembimbing II


Zainuddin T, M. Si.

NIP. 197011042000031002



Fitri Meliya Sari S.I.Kom.M.I.Kom

NIP. 196503011995031002

SKRIPSI
Telah Dinilai oleh Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi Fakultas
Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Dinyatakan Lulus serta
Disahkan sebagai
Tugas Akhir untuk Memperoleh Gelar Sarjana S-1 Ilmu dakwah
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam

Diajukan Oleh

DARA JULANA
NIM. 200401008

Pada Hari/ Tanggal

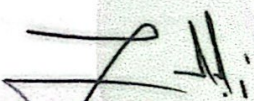
Jumat, 15 Desember 2023 M
2 Jumadil Akhir 1445 H

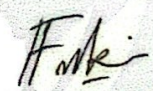
di
Darussalam, Banda Aceh

Panitia Sidang Munaqasyah

Ketua,


Sekretaris,

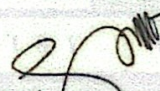

Zainuddin T. M. Si.
 NIP. 197011042000031002


Fitri Meliva Sari, M. I. Kom
 NIP. 1990066112020122015

Anggota I

Anggota II


Fairus, S. Ag., M. A
 197405042000031002


Azman, S.Sos. I., M.I.Kom
 198307132015031004

Mengetahui

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry




Prof. Dr. Kusnawati Hatta, M.Pd
 NIP. 196412201984122001

PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya :

Nama : Dara Julana

NIM : 200401008

Jenjang : Strata Satu (S-1)

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa karya tulis dengan judul **Analisis Penggunaan Bahasa Sarkasme Dalam Konten Dakwah Pada Channel Youtube @Hawariyyun** ini berserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri, dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam dunia akademis. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko dan sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya ini, atau adanya kritikan terhadap keasliannya, maka saya siap menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Banda Aceh, 01 Desember 2023

Yang Menyatakan,



Dara Julana

NIM. 200401008

KATA PENGANTAR

Puji beserta syukur penulis panjatkan kehadiran Allah Swt, atas rahmat dan pertolongan-Nya sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul “**Analisis Penggunaan Bahasa Sarkasme Dalam Konten Dakwah Pada Channel Youtube @Hawariyyun**”. Sholawat dan salam semoga selau tercurahkan kepada Nabi Muhammad Saw, yang telah menjadi teladan bagi umat Islam dan rahmat bagi seluruh alam.

Penulis menyusun skripsi ini dengan maksud dan tujuan untuk memenuhi tugas akhir dan melengkapi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bantuan, arahan, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, Penulis mengharapkan masukan berupa kritikan dan saran yang bersifat membangun untuk penyempurnannya. Selama proses penyusunan skripsi ini, penulis telah banyak menerima bimbingan, arahan, dan bantuan dari berbagai pihak, terutama kepada Ibunda dan Ayahanda tercinta, Zamzami dan Tihajar yang sudah memberikan kasih sayang, do'a serta dorongan moral maupun materil yang tak terhingga dan kepada Saudara kandung, Aidil Wahyudi, Mulia Rahmad, sehingga penulis memperoleh hasil yang terbaik dan mampu menyelesaikan studi dengan tepat waktu hingga tahap akhir.

Dengan kerendahan hati penulis juga mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada :

1. Prof.Dr.Kusmawati Hatta, selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Syahril Furqany, M.I.Kom dan Hanifah S.Sos., M.Ag. selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
3. Zainuddin T, M.Si dan Fitri Meliya Sari, S. I. Kom., M.I.Kom selaku pembimbing I dan pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu dan pikiran dalam memberikan masukan dan arahan dalam pembuatan serta penyelesaian skripsi ini.
4. Azman, S.Sos.I., M.I.Kom dan Fairus, S.Ag., M.A selaku penguji I dan penguji II yang telah bersedia meluangkan waktu dan pikiran dalam memberi masukan dan arahan dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Seluruh dosen dan civitas akademika Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
6. Sahabat seperjuangan Wirdatul Jannah, Elsa Audry Luis, Yursila Ruhaini, Cut Dara Faulina, Siti Sarah, Rosa Fitria, Fitri Marniza, Belli Bel Fatjeri, dan teman teman seperjuangan lainnya pada Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam angkatan 2020 Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh yang telah memberikan semangat dan membantu penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.

Kepada semua pihak yang telah terlibat, saya ucapkan terimakasih serta saya doakan kebaikan dan limpahan berkah dari Allah Swt.

Banda Aceh, 20 Desember 2023

Dara Julana

NIM.200401008



ABSTRAK

Sarkasme merupakan sebuah bentuk komunikasi yang dapat menjadi bentuk humor atau cara untuk menyampaikan suatu pendapat dengan cara yang tidak terlalu formal atau kaku. Penggunaan sarkasme dapat menambah dimensi kecerdasan verbal dan memperkaya komunikasi, jika digunakan dengan bijaksana dan memperhatikan konteks serta pendengar yang sedang diajak berkomunikasi.. Sarkasme tidak hanya digunakan dalam kehidupan sehari – hari namun bisa ditemukan di platform media sosial salah satunya Youtube dan juga oleh berbagai bidang dan profesi diantaranya adalah dalam konten dakwah yang dimiliki oleh Alfa Abdurrahman dalam channel Youtubanya @hawariyyun. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui frekuensi serta jenis penggunaan bahasa sarkasme dalam konten dakwah yang disajikan oleh Alfa Abdurrahman. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis isi kuantitatif dengan proses pengumpulan data menggunakan teknik *purposive sampling* pada konten hawariyyun periode 29 Juli – 23 September 2023. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Alfa Abdurrahman pada periode tersebut hawariyyun menghasilkan 12 dari 15 konten dakwah yang mengandung bahasa sarkasme dengan total populasi 32 Sampel. Terdapat dua jenis sarkas yang digunakan oleh Alfa Abdurrahman dalam channel youtubanya, hawariyyun dominan menggunakan jenis *Dirty Sarkasme* dengan jumlah 19 sampel (59,4%) dibandingkan dengan *Smart Sarkasme* yang berjumlah 13 sampel (40,6%). Saran dari peneliti untuk penelitian ini sebagai berikut: agar tetap memperhatikan penggunaan elemen sarkasme khususnya bagi seluruh mahasiswa yang berada dalam fakultas dakwah dan komunikasi dapat berkontribusi pada pemahaman strategi komunikasi dakwah di era digital, khususnya dalam menggunakan elemen sarkasme. Selain itu dapat memberikan wawasan bagi para da'i dan produsen konten dakwah mengenai efektivitas penggunaan sarkasme dalam menyampaikan pesan keagamaan pada platform youtube.

Kata kunci : *Analisi Isi, Sarkasme, Konten Dakwah*

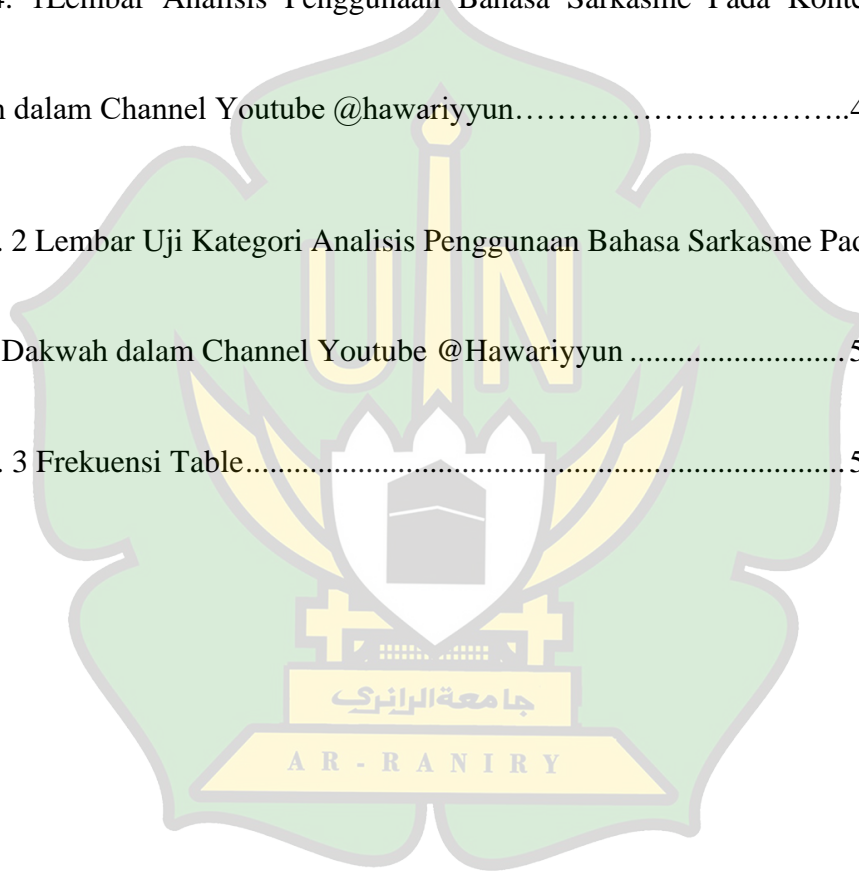
DAFTAR ISI

ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Fokus dan Rumusan Masalah	8
Berdasarkan dari latar belakang masalah, rumusan masalah penelitian ini sebagai berikut:.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
a. Manfaat Akademis	9
b. Manfaat Teoritis	9
c. Manfaat Praktis	10
E. Definisi Konsep	10
F. Sistematika Pembahasan.....	12
BAB II	14
KAJIAN KEPUSTAKAAN.....	14
A. Kajian Terdahulu yang Relevan	14
B. Analisis Isi.....	17
C. Kata Sarkame.....	18
D. Konten.....	23
E. Dakwah	24
F. YouTube	26
a. Karakteristik YouTube :	28
b. Teori Pragmatik.....	28
c. Batasan – batasan Pragmatik.....	30
d. Prinsip – prinsip Pragmatik.....	31
BAB III.....	33

METODE PENELITIAN	33
A. Metode Penelitian	33
a. Waktu dan Tempat Penelitian	33
b. Subjek dan Objek Penelitian	33
c. Pendekatan Penelitian	33
d. Unit Analisis	34
e. Jenis dan Sumber Data	35
f. Teknik Pengumpulan Data	36
g. Teknik Analisis Data	38
BAB IV	40
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	40
B. Analisis Penggunaan Bahasa Sarkasme Pada Konten Dakwah Dalam Channel Youtube @Hawariyyun.	41
C. Frekuensi Penggunaan Kata Sarkasme Pada Konten Dakwah dalam Channel Youtube @hawariyyun.....	45
BAB V.....	58
KESIMPULAN DAN SARAN	58
A. Kesimpulan.....	58
B. Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	60

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Unit Analisis	35
Tabel 3. 2 Uji Validitas	37
Tabel 4. 1 Lembar Analisis Penggunaan Bahasa Sarkasme Pada Konten Dakwah dalam Channel Youtube @hawariyyun.....	47
Tabel 4. 2 Lembar Uji Kategori Analisis Penggunaan Bahasa Sarkasme Pada Konten Dakwah dalam Channel Youtube @Hawariyyun	50
Tabel 4. 3 Frekuensi Table.....	52



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Profil Channel Youtube Hawariyyun41



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada zaman milenial seperti saat sekarang ini pemahaman masyarakat terhadap dakwah semakin berkembang dan adanya kemajuan, dakwah tidak hanya identik dengan usaha atau upaya dalam menyampaikan ajaran Islam melalui pengajian maupun di atas mimbar ataupun khutbah jumat. Dakwah juga tidak hanya pada kalangan ulama saja, dakwah harus dibiasakan pada semua kaum umat Islam, majunya perkembangan teknologi komunikasi dan informasi memiliki peluang yang besar untuk memberikan pergerakan strategis dalam menyebarkan agama Islam melalui metode dakwah. Dengan adanya berbagai produk teknologi yang berkembang pesat seperti handphone, komputer, berbagai jaringan dunia maya yang semuanya terkoneksi dengan internet, sudah memberikan jalan yang praktis dan mudah demi mengupayakan ajaran Islam.¹

الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر , merupakan dasar dalam melaksanakan dakwah dalam agama Islam , bertujuan untuk membimbing dan mengajak masyarakat.

Dan juga dibuktikan dalam Al-Quran dalam surah Ali Imran, ayat 110 :

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ

Artinya : Kamu (wahai umat Muhammad) adalah sebaik baiknya umat yang dilahirkan bagi (faedah) umat manusia (karena) kamu menyuruh berbuat

¹ Jasafat, *Konvergensi Media Dakwah*, (Banda Aceh : Ar-Raniry Press, 2019).

segala masalah yang baik dan melarang segala masalah yang salah (buruk dan keji) serta kamu beriman kepada Allah (dengan sebenar - benar iman).²

Dari Abdullah bin Amru, dia berkata Rasulullah saw bersabda :

بَلِّغُوا عَنِّي وَلَوْ آيَةً

Artinya : “Sampaikanlah dariku walau hanya satu ayat.” (HR.Bukhari)

Islam merupakan agama maupun keyakinan yang bersumber dari Allah s.w.t yang dapat diketahui melalui metode dakwah , targetnya ialah seluruh umat manusia tanpa terkecuali dan dari masa ke masa sampai dengan sekarang. *Dakwah Islamiyyah* ialah tugas utama para rasul dan nabi yang wajib dilakukan dan diteruskan oleh segenap umat muslim pada generasi dan masa apapun. ³

Rasulullah saw menerima wahyu di Makkah yang dinamakan surah *al-Muddhatsir* (yang berselimut), dalam surah ini Allah perintahkan Nabi Muhammad s.a.w yang ketika itu sedang menggigil dan berselimut usai mendapatkan wahyu pertama di Gua Hira' agar bergerak dan bangkit untuk menyiarkan Islam dalam masyarakatnya dengan memberikan peringatan. Demikianlah perintah Allah agar rasulullah memikul tugas dakwah yang amat besar dan berat, yaitu tugas mengingat dan menyadarkan manusia serta menyelamatkan mereka dari kemungkaran dunia dan kesengsaraan hari akhir, dan menuntun mereka ke jalan yang penuh dengan keselamatan. ⁴

² Jasafat, *Konvergensi Media Dakwah*, (Banda Aceh : Ar-Raniry Press, 2019).

Dapat di artikan bahwa dakwah dapat menciptakan hubungan yang baik dengan Allah s.w.t, dari tulisan di atas maka sangat jelas bahwa dakwah merupakan sebuah kewajiban bagi para umat muslim tanpa membeda beda kan seperti wanita dan laki -laki, warna kulit yang berbeda dan bangsa yang berbeda, dan zaman yang berbeda semua memiliki kewajiban berdakwah. Oleh karena itu, pemuda di era saat ini justru harus menjadi sumber kekuatan sebagai penggerak perubahan sosial secara tepat dan baik. Dalam berdakwah tentunya tidak dapat dipisahkan dengan berkomunikasi, Sehingga khalayak dapat memahami pesan dan kemudian mendapatkan manfaat dari pesan.⁵ Teknologi yang semakin berkembang merupakan sebuah hal keharusan yang tidak bisa disingkirkan, namun sebaliknya dipergunakan untuk kemaslahatan umat. Perekembangan teknologi memiliki peran yang sangat besar dalam kehidupan seperti istilah McLuhan, kemajuan teknologi telah menjadikan manusia hidup dalam sebuah desa global (*global village*).⁶

Di era globalisasi seperti saat ini, berdakwah tidak cukup dengan melakukan kegiatan dakwah seperti biasanya yang bersifat secara umum, reaktif, tetapi harus lebih strategis dengan melihat kemajuan zaman salah satunya dengan memanfaatkan kemajuan teknologi dalam bidang informasi dan komunikasi untuk menyiarkan ajaran Islam. Kemajuan teknologi tersebut harus dimanfaatkan oleh seluruh umat muslim untuk dijadikan sebagai media dalam

⁵ Surur, A. M. (2018). Peningkatan Kemampuan Khatabah (Public Speaking Skill) Santri Ma'had Darul Hikmah IAIN Kediri. *Ijaz Arabi Journal of Arabic Learning*, 1(2).

⁶ Jasafat, *Konvergensi Media Dakwah*, (Banda Aceh : Ar-Raniry Press, 2019).

berdakwah. Dengan begitu ajaran agama Islam secara signifikan akan diterima oleh mad'u dalam kurun waktu yang terbilang singkat.

Banyak media baru atau biasa disebut dengan media sosial saat ini yang banyak diminati oleh berbagai usia, misalnya seperti ; Instagram, Facebook, Youtube, WhatsApp, Twitter, dan Podcast. Hampir semua media yang disebutkan tersebut sudah digunakan oleh semua kalangan yang bertujuan untuk mendapatkan hiburan. Sehingga para penggerak dakwah bisa memanfaatkan peluang tersebut untuk mengikuti perkembangan zaman dan menyesuaikan situasi dalam berdakwah, dengan memanfaatkan media tersebut dakwah akan jauh lebih mudah diakses dan tersiar dengan cepat. Berbagai konten dakwah yang diminati, salah satunya konten audio visual dakwah yaitu Youtube.

Youtube, merupakan platform media yang bisa digunakan untuk berdakwah, proses belajar dan menggali informasi dengan praktis sehingga media dan strategi untuk berdakwah mengalami kemajuan, Youtube sendiri menjadi sarana dakwah dikarenakan penyampaian dakwah yang mudah diakses dan dipahami oleh masyarakat luas.⁷ Salah satunya adalah Alfa Abdurrahman yang memanfaatkan platform Youtube sebagai media untuk berdakwah dengan nama aku Hawariyyun yang telah mengupload video sebanyak 75 video dengan jumlah tontonan 6.885.513 kali ditonton dan memiliki 286 *subscribers* terhitung sejak 10 Agustus 2023 lalu.

⁷ Nazar, N., & Sadida, Q. (2022). Penerapan Prinsip Komunikasi Qaulan Sadida Dalam Dakwah Ustadz Adi Hidayat Di Channel Youtube Adi Hidayat Official.

Di era digital seperti saat ini tersedia banyak platform yang mudah diakses oleh para pendengar untuk mendengar bahkan mengunduh podcast yang disenangi, salah satunya platform *Youtube*. *Youtube* menjadi media dalam berdakwah seperti yang dilakukan oleh salah satu *influencer* di Indonesia yaitu Hawariyyun. Hawariyyun merupakan nama pena yang terkenal dan sukses membuat Channel *Youtube* yang di isi mengenai dakwah yang sarat akan makna tetapi mudah dipahami oleh kaum milenial saat ini, dengan menggunakan Bahasa yang terdengar mudah dipahami dan penuh dengan ajakan-ajakan kebaikan untuk menuju jalan Allah.

Hawariyyun sudah cukup dikenal dengan banyaknya konten dakwah di beberapa platform seperti media Instagram Hawariyyun yang kerap menjadi sorotan dengan jumlah pengikut 1,1 juta *followers* pada akun pribadi Hawariyyun dan juga pada *platform* media lainnya seperti Podcast Hawariyyun juga turut berpartisipasi dengan menyuguhkan berbagai konten dakwah.

Pada era globalisasi saat ini, terlihat bahwa generasi milenial lebih cenderung mengutamakan interaksi melalui media sosial daripada berinteraksi secara langsung dalam kehidupan sehari-hari. Mereka lebih mudah menerima berbagai informasi melalui platform media sosial yang mereka gunakan. Oleh karena itu, langkah yang diambil oleh Hawariyyun dalam menciptakan channel *Youtube* dapat dianggap sebagai langkah yang tepat untuk memastikan bahwa media sosial tidak hanya diisi dengan konten hiburan semata, tetapi juga dengan konten-konten yang dapat membantu pengguna

media sosial untuk tidak melupakan esensi kehidupan sebagai seorang muslim.⁸

Peneliti tertarik dengan dakwah yang disampaikan oleh Alfa Abdurrahman yang memiliki nama pena sebagai “Hawariyyun”, yang memiliki arti sebagai penolong Allah, namun peneliti menyoroiti beberapa aspek dalam konten dakwah tersebut yang memerlukan perhatian lebih lanjut. Hawariyyun memberikan penjelasan yang bagus tentang dakwah, tetapi ada penggunaan thumbnail dan juga judul konten, serta kata-kata secara verbal digunakan oleh Alfa Abdurrahman yang cenderung sarkas dan ambigu, seperti salah satu kontennya yang berjudul **Oversharing = Telanjang Depan Umum** yang di Upload pada 10 Agustus 2023 dan sudah di tonton 1,7 ribu kali ditonton. Sebagai seorang pendakwah seharusnya penggunaan bahasa yang harus diperhatikan dan dapat menerapkan bahasa yang lebih baik dan lemah lembut . Hal tersebut dibuktikan dengan firman Allah swt pada **Q.S Thaha ayat 44** :

فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَّيِّنًا لَّعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَىٰ⁹

Artinya : “Maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut, mudah-mudahan ia ingat atau takut” . (Q.S Thaha : 44)

Mengenai ayat terebut memiliki tafsir menurut Tafsir Al- Wajiz oleh Prof. Dr. Wahbah. Az-Zuhaili (Pakar fiqih dan tafsir di Suriah), Dan berucaplah kalian berdua dengan ucapan yang tidak kasar, dengan mengajaknya untuk beriman

⁸ Hazar Islamy. *Dakwah Melalui Media Podcast (Analisis Isi Pesan Dakwah Pada Spotify Dalam Kanal Podcast “Pengen Bahagia” Hawariyyun_Periode Bulan Januari 2021)*, Bandung, 2021.

⁹ <https://quran.nu.or.id>

secara ramah bukan secara keras, barangkali dia mau mengambil pelajaran dan merenung, lalu beriman atau takut dengan azab Allah, lalu menghentikan kesewenang-wenangannya.¹⁰

Berdasarkan ayat tersebut semakin memperkuat bahwa menjadi seorang pendakwah atau biasa disebut dengan Da'i maka harus menggunakan bahasa-bahasa yang lemah lembut tidak mengandung makna ambigu serta tidak cenderung sarkas. Dalam konten dakwah hawariyyun dengan judul konten **Anak Setan, Ga Guna, Sampah !** dengan jumlah tontonan sudah sebanyak 1.080 kali ditonton juga menggunakan bahasa yang kurang etis digunakan dalam berdakwah seperti kata 'sampah', 'jijik', dan juga menggunakan potongan video reaction salah satunya public figure seperti salah satunya Deddy Corbuzier yang mengatakan sampah digunakan dalam video tersebut dan lain sebagainya. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk menganalisis penggunaan kata sarkasme dalam konten dakwah dalam saluran Youtube Hawariyyun.

Dikarenakan adanya faktor-faktor pendukung yang signifikan, penulis memilih Channel Youtube Hawariyyun yang dikembangkan oleh Alfa Abdurrahman sebagai objek penelitian dan menjadi penelitian lanjutan. Penelitian ini berjudul "Analisis Penggunaan Kata Sarkasme dalam Dakwah pada Channel Youtube @hawariyyun".

¹⁰ <https://tafsirweb.com/5286-surat-thaha-ayat-44.html>

Penggunaan bahasa sarkasme dalam konten dakwah menjadi topik penelitian yang penting karena melibatkan dimensi sensitif dalam penyampaian pesan agama. Fenomena ini kompleks karena dapat memengaruhi cara pesan agama diterima oleh umat, menimbulkan tafsiran ganda, dan memunculkan risiko kontroversi. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap dampak penggunaan sarkasme terhadap penerimaan pesan agama, memahami sejauh mana kesesuaian dengan etika dakwah, dan mengidentifikasi risiko-risiko yang mungkin timbul. Selain itu, penelitian ini juga akan mengeksplorasi bagaimana dinamika komunikasi digital memengaruhi efektivitas penggunaan sarkasme dalam konten dakwah, terutama dalam era media sosial. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan panduan bagi penceramah khususnya mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi atau penyampai pesan dakwah untuk lebih bijaksana dalam memilih bahasa serta menyesuaikannya dengan konteks keagamaan dan etika yang berlaku. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya akan memperkaya pemahaman kita tentang dinamika komunikasi dakwah, tetapi juga memberikan wawasan praktis untuk meningkatkan efektivitas dakwah dalam berbagai platform komunikasi, termasuk online.

B. Fokus dan Rumusan Masalah

Rumusan masalah penelitian ini sebagai berikut:

- a. Bagaimana frekuensi penggunaan kata sarkasme dalam konten dakwah yang dihasilkan oleh hawariyyun?

- b. Apa jenis – jenis kata sarkasme yang sering muncul dalam konten dakwah hawariyyun?

C. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah diatas, penelitian ini bertujuan sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui bagaimana frekuensi penggunaan kata sarkasme dalam konten dakwah yang dihasilkan oleh hawariyyun
- b. Untuk mengetahui jenis – jenis kata sarkasme yang sering digunakan dalam konten dakwah pada channel youtube @hawariyyun

D. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Akademis

Secara bidang akademik, penelitian ini diharapkan dapat menambah dan mengembangkan khasanah penelitian komunikasi, khususnya penelitian komunikasi mengenai analisis penggunaan bahasa sarkasme dalam konten dakwah pada channel youtube serta diharapkan dapat menjadi referensi tambahan untuk peneliti selanjutnya, khususnya mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

b. Manfaat Teoritis

Bermanfaat bagi peneliti agar dapat menerapkan dan mengimplementasikan ilmu yang diperoleh selama menjadi mahasiswi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry

Banda Aceh, dan menambah wawasan peneliti mengenai analisis penggunaan kata sarkasme dalam dakwah pada channel youtube @hawariyyun.

c. Manfaat Praktis

Secara praktis, kajian dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan penjelasan kepada para pembaca maupun peneliti selanjutnya mengenai analisis penggunaan kata sarkasme dalam dakwah pada channel youtube @hawariyyun. Dan hasil dari penelitian ini diharapkan agar dapat menjadi bahan acuan bagi mahasiswa untuk penelitian selanjutnya terkait dengan Analisis Penggunaan Kata Sarkasme.

E. Definisi Konsep

1. Analisis

Menurut Wiradi, analisis merupakan kegiatan yang meliputi beberapa elemen yaitu memilah, mengurai, serta membandingkan juga mencari perbedaan suatu hal untuk digolongkan dan dikelompokkan sesuai dengan ciri – ciri tertentu kemudian dicari taksiran makna dan korelasinya.

Menurut Dwi Prastowo , analisis adalah penjabaran suatu hal atas berbagai bagiannya dan penelaahan bagian itu sendiri , dan hubungan antar bagian yang bertujuan memperoleh pengertian yang benar dan pemahaman arti secara menyeluruh.

Dari beberapa definisi para ahli diatas dapat dikonklusikan bahwa analisis merupakan penggalian maupun pendalaman pada suatu hal untuk mengetahui

fakta maupun keadaan sebenarnya, bukan hanya semata – mata penelusuran dan penyelidikan , namun merupakan agenda yang sistematis dilakukan secara maksimal dengan menggunakan pemikiran yang kritis demi memperoleh kesimpulan dari apa yang di taksir.¹¹

2. Kata Sarkasme

Sarkasme merupakan kata yang berasal dari bahasa Yunani “Sarkasmos” yang memiliki makna acuan kasar dari ironi dan sinisme yang menginterpretasikan kepahitan dan kepedihan yang menyakitkan. Sarkasme ialah sebuah acuan yang lebih cenderung kasar dari ironi dan sinisme , yaitu acuan yang berisi kepahitan dan celaan yang menyakitkan. Sarkasme bisa bersifat ironis dan bisa jadi tidak , namun yang pasti bahwa gaya penyampaian terkait dengan sarkasme ini akan selalu menyakiti hati dan kurang enak untuk di dengar.¹²

3. Konten Dakwah

Dakwah adalah sebuah Kegiatan dan usaha mengajak, menyeru, dan memanggil manusia kepada hal-hal baik dan sesuai dengan ajaran Islam yang sesuai dengan petunjuk Allah swt dan mengerjakan seluruh perintah Allah dan Rasul-Nya agar mendapatkan syafaat dan juga keselamatan di dunia dan akhirat.¹³

¹¹ Moh Barirul Umam, U. (2023). *Strategi Penyampaian Pendidikan Agama Islam dan Budi Pekerti untuk Menanamkan Nilai Nilai Karakter Pada Siswa di Sekolah Menengah Pertama Negeri 2 Mayang-Jember* (Doctoral dissertation, Pascasarjana UIN Khas Jember).

¹² Heru, A. (2018). Gaya bahasa sindiran ironi, sinisme dan sarkasme dalam berita utama harian kompas. *Jurnal pembahsi (pembelajaran bahasa dan sastra indonesia)*, 8(2).

¹³ Aidah, N., Fachruddin, T., & Rahman, E. T. (2019). Respon Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam Angkatan 2014 terhadap Dakwah Ustad Evie Effendi. *Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 4(1).

Konten dakwah yang dimaksud dalam penelitian ini merupakan bobot atau ide yang kreatif disajikan dalam bentuk video dakwah singkat dengan tujuan berdakwah untuk mengajak umat muslim menuju jalan kebenaran.

4. Channel Youtube

Pada November 2006, Youtube, LLC dibeli oleh Google dengan nilai US\$ 1,65 miliar dan resmi beroperasi sebagai anak perusahaan Google. YouTube merupakan salah satu media sosial berbagi video guna menyebarkan berbagai informasi serta hiburan. Youtube sendiri merupakan bentuk dari Revolusi 4.0 yang memberikan dampak digitalisasi pada beberapa lini kehidupan, mulai merubah cara dan gaya dalam menyampaikan pesan sekaligus menerima pesan hal tersebut juga berlaku bagi para pendakwah juga pada proses belajar mengajar.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan ini harus diatur sedemikian rupa sehingga mampu mengungkapkan hasil penelitian dengan jelas dan mudah dipahami, penulis selanjutnya akan membahas tentang sistematika pembahasan sebagai berikut :

Bab I berisi tentang latar belakang yang menjadi dasar penulis dan memandu pembaca untuk mengetahui proses menentukan apa yang sedang diselidiki, untuk tujuan apa, dan mengapa penelitian dilakukan.

Adapun pada bab II yang merupakan kajian kepustakaan, Bab ini mengkaji berbagai pemikiran dan referensi yang mendasari penelitian ini, meliputi analisis penggunaan kata sarkasme dalam konten dakwah pada channel youtube @hawariyyun.

Pada bab III lebih lanjut membahas tentang prosedur dan tahapan penelitian, meliputi metodologi dan jenis penelitian, kehadiran penelitian, setting penelitian, sumber data, pengumpulan data, analisis data, analisis data, validasi data, dan tahapan penelitian.

Selanjutnya bab IV, pada bab ini membahas temuan penelitian, meliputi penyajian data dan temuan. Meliputi gambaran lokasi yang akan diteliti, kemudian jawaban dari rumusan masalah. Sehingga mendapatkan hasil atau jawaban dari penelitian yang dilakukan, dan pembahasan yang didapatkan saat meneliti ke lapangan.



BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Kajian Terdahulu yang Relevan

1. Penelitian oleh Muhammad David Fadilah dengan mengangkat judul “Sarkasme Agama dalam Channel YouTube Majelis Lucu Indonesia Analisis Wacana Van Dijk” , simpulan dari penelitian ini adalah dari segi penggunaan bahasa dalam agama seperti al- kufar, mualaf, neraka. Dan permainan kata yang cenderung ironi juga melanggar makna seperti kurma yang ke arab-araban, cacing pita mualaf sehingga menunjukkan bahawa humor tersebut mengandung sarkasme agama karena membenturkan sindiran – sindiran mengenai isu agama yang sensitif di kondisi maraknya intoleran di Indonesia.

Fokus penelitian oleh Muhammad David yang meenyamakan dengan yang akan dilakukan oleh peneliti adalah Muhammad David fokus pada wujud humor, dan menemukan wacana sarkasme agama pada video pudding babi saus kurma, sedangkan pada penelitian ini juga memfokuskan pada penggunaan kata sarkasme namun berbeda chanel youtube yang dijadikan objek penelitian.

Pada penelitian oleh Muhammad David memiliki perbedaan dengan penelitian ini dalam hal metode penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian kuantitatif yang menjelaskan penggunaan gaya bahasa sarkasme dalam beberapa unggahan video. Sementara penelitian ini menggunakan metode Analisis Isi kuantitatif.

2. Penelitian yang berjudul “Analisis Isi Penggunaan Bahasa Sarkasme Pada Rubrik Esai Media Daring MOJOK.CO” oleh Fatimah Nurul Subhana yang menyimpulkan bahwa adanya tiga bentuk penggunaan bahasa sarkasme pada daring Mojok.co yaitu Humor, Sindiran dan Kritik sehingga ditemukan presentasinya kemudian ditemukan frekuensi penggunaan bahasa sarkasme pada rubrik esai Mojok.co dengan jumlah 363 paragraf berupa potongan kalimat dan kata yang berisikan penggunaan bahasa sarkasme.

Perbedaan dengan penelitian oleh Fatimah Nurul Subhana terletak pada objek penelitian yaitu Media Daring Mojok.co sedangkan penelitian ini pada platform youtube.

Sedangkan persamaan pada penelitian ini terletak pada subjek yaitu sama sama memfokuskan pada penggunaan bahasa sarkasme pada media sosial dan juga metode penelitian yang sama yaitu analisis isi deskriptif kuantitatif sehingga mengetahui bentuk dan frekuensi dari bahasa, kata, kalimat sarkasme yang digunakan.

3. Penelitian oleh Fadly Winata Rachmat dengan judul “Penggunaan Sarkasme Dalam Pergaulan Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar”, simpulan pada penelitian ini adalah mengetahui perolehan bahasa sarkasme yang dilontarkan oleh mahasiswa dengan hasil penelitian bahwa bahasa pelontaran bahasa sarkasme tersebut disebabkan oleh pengaruh lingkungan pertemanan yang diawali dengan rangsangan pendengaran kemudian diaplikasikan serta juga dipengaruhi oleh peran media sosial.

Penelitian oleh Fatimah berfokus pada sehingga menimbulkan persamaan dengan penelitian yang ingin dilakukan oleh peneliti adalah sama sama memfokuskan pada bahasa sarkasme yang digunakan serta mencari tahu faktor apa yang mempengaruhi.

Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Fatimah terletak pada objek penelitian yaitu mahasiswa, sementara peneliti pada channel youtube @hawariyyun , serta yang membedakannya pada metode penelitian yang digunakan ialah metode penelitian kualitatif sedangkan penelitian ini menggunakan metode penelitian analisis isi kuantitatif.

4. Penelitian oleh Ahmad Muallif Mumtaz dengan judul “Kalimat – Kalimat Sarkastik Dalam Akun Dakwah Instagram @Hawariyyun Pada Postingan Kontroversi Oleh Tretan Muslim Dan Coki Pardede Pada Tanggal 21 Oktober 2018”, simpulan dari penelitian ini adalah menunjukkan kalimat sarkastik dalam akun dakwah di akun Instagram @hawariyyun dengan cara mengkategorisasi dan bentuk kalimat sarkastik yang ada dalam komentar @hawariyyun dan melihat bagaimana media sosial Instagram bisa memberikan peluang untuk orang memberikan kalimat sarkastik di media sosial.

Fokus penelitian oleh Ahmad Muallif Mumtaz sehingga membedakan dengan penelitian ini adalah ingin melihat tanggapan masyarakat berupa kalimat sarkastik yang terdapat pada akun Instagram @hawariyyun (komentar), sementara penelitian ini ingin melihat frekuensi penggunaan kata sarkasme yang dilontarkan oleh Alfa Abdurrahman pada konten

dakwahnya pada *platform* youtube, dan terdapat perbedaan pada metode penelitian yaitu menggunakan metode penelitian Studi Resepsi dengan pendekatan kualitatif.

Persamaan pada penelitian ini terdapat pada subjek penelitian yaitu penggunaan kata sarkasme yang terdapat pada media sosial @hawariyyun namun berbeda *platform* nya saja.

B. Analisis Isi

1. Pengertian Analisis Isi

Analisis isi ialah suatu metode untuk menganalisis keseluruhan permasalahan komunikasi. Seperti halnya menganalisis media sosial dan lain sebagainya. Dengan menggunakan analisis isi peneliti mampu mengetahui mulai dari isi pesan, frekuensi, serta karakteristik isi pesan. Melalui proses mengetahui gambaran dari ciri-ciri isi data yang akan dianalisis sehingga dapat diidentifikasi secara teratur dan dilakukan secara subjektif, berdasarkan fakta dan reliabel, dengan tujuan untuk mengetahui frekuensi suatu hal, seperti dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti mengetahui frekuensi penggunaan kata sarkasme pada konten dakwah dalam saluran youtube yang dikemukakan oleh Alfa Abdurrahman.¹⁴

Analisis isi (*content analysis*) telah digunakan sejak masa romawi kuno, retorika yang merupakan konsep Aristoteles ialah bukti salah satu penggunaan analisis isi, pesan dibentuk dan menyesuaikan dengan kondisi

¹⁴ Surya, R., & Wirawan, N. A. (2023). ANALISIS SARKASME PADA RUBRIK ESAI MOJOK. CO. *Law Journal of Mai Wandeu*, 3(2).

khalayak. Analisis isi mengalami perkembangan yang cukup signifikan saat sudah ada studi mengenai jurnalisme dan surat kabar di Amerika, wartawan mulai muncul dengan menimbulkan kebutuhan penelitian empiris pada surat kabar hingga timbul analisis isi pada surat kabar. Secara spesifik Krippendorff mengatakan analisis isi terjadi pada tahun 1920-an pada saat ilmuwan sosial dari berbagai bidang secara tidak langsung menaikkan posisi analisis isi sebagai metode ilmiah.

2. Jenis Analisis Isi

Analisis terbagi menjadi dua jenis pendekatan yaitu analisis isi kuantitatif (*quantitative content analysis*) dan analisis isi kualitatif (*qualitative content analysis*). Dalam sudut pandang metode kuantitatif, analisis isi ialah suatu pengukuran variabel, sementara dalam sudut pandang kualitatif analisis isi erat ikatannya dengan metode analisis data dan metode tafsir teks. Dimana para peneliti sosial yang positivisme banyak menggunakan analisis isi kuantitatif, dibandingkan dengan analisis isi kualitatif banyak digunakan oleh peneliti yang anti positivisme.¹⁵

C. Kata Sarkasme

1. Pengertian Kata Sarkasme

Menurut Salvatore Attardo, seorang ahli linguistik, sarkasme dapat didefinisikan sebagai suatu bentuk ilmu linguistik yang berkaitan dengan penggunaan bahasa yang bertujuan untuk menyampaikan suatu makna yang

¹⁵ Ahmad, J. (2018). Desain penelitian analisis isi (Content analysis). *Research Gate*, 5(9).

kontrastif dengan makna literalnya. Dalam pandangan Attardo, sarkasme bisa bersifat positif atau netral tergantung pada konteks penggunaannya.¹⁶ Sarkasme dapat dianggap sebagai suatu bentuk ekspresi linguistik yang seringkali melibatkan manipulasi bahasa atau kata-kata dengan tujuan menyampaikan pesan secara terbalik, di mana maknanya seolah-olah ditampilkan sebagai serius atau positif, tetapi sebenarnya menyimpan sindiran atau makna yang bertentangan dengan yang seharusnya. Meskipun secara umum sarkasme cenderung diidentifikasi dengan nuansa negatif, ahli linguistik dan psikologi telah memberikan pengakuan bahwa penggunaannya tidak selalu berkaitan dengan sikap atau perilaku yang merendahkan. Meskipun sarkasme bisa memiliki dimensi positif, penting untuk diingat bahwa pemahaman konteks, sikap, dan sensitivitas terhadap audiens tetap menjadi faktor utama dalam menilai apakah penggunaannya akan efektif atau justru dapat menyinggung perasaan orang lain. Dengan demikian, sarkasme, dalam kerangka yang tepat, dapat menjadi bentuk ekspresi yang kreatif dan kompleks dalam komunikasi sehari-hari.

Sarkasme juga dapat terjadi dengan adanya penggunaan unsur bahasa yang melanggar teori kesantunan, dimana teori kesantunan yang paling berpengaruh yang dikemukakan oleh Brown dan Levinson dengan sebutan “Konsep Muka” (face). Istilah ‘muka’ memiliki arti “citra” atau “nama baik”. Pada teori ini “wajah” dapat dipahami sebagai salah satu cara

¹⁶ Surya, R., & Wirawan, N. A. (2023). ANALISIS SARKASME PADA RUBRIK ESAI MOJOK. CO. *Law Journal of Mai Wandeu*, 3(2).

mengekspresikan perasaan diri individu. Muka memiliki dua aspek yaitu positif dan negatif.

Konsep "muka" dalam konteks komunikasi dan interaksi sosial merujuk pada citra diri atau reputasi seseorang yang dibentuk oleh respons dan penilaian orang lain terhadap tindakan dan perilakunya. Erving Goffman, seorang sosiolog, memperkenalkan istilah "muka" atau "face" dalam teorinya mengenai interaksi sosial. Goffman membagi konsep muka menjadi dua bagian, yaitu "muka positif" dan "muka negatif".

Muka positif mencerminkan keinginan individu untuk dihormati, diakui, dan diterima oleh orang lain. Orang dengan muka positif ingin mempertahankan citra diri yang baik dan dilihat sebagai individu yang dapat diandalkan, disetujui, dan disukai. Kegiatan yang disetujui dan dihargai oleh orang lain dapat membantu membangun muka positif.

Sebaliknya, muka negatif berkaitan dengan keinginan individu untuk tidak diberi beban atau diganggu. Individu dengan muka negatif cenderung memiliki prinsip kebebasan bertindak dan menginginkan kebebasan untuk membuat pilihan tanpa adanya gangguan atau tekanan dari orang lain. Mereka ingin menjaga diri agar tidak terbebani atau terganggu dalam menjalani hidupnya. Dalam konteks sarkasme yang mencerminkan keterancaman terhadap muka, pertimbangan muka positif dan muka negatif dapat dilihat pada Contoh Sarkasme:

"Malam minggu punya acara apa?"

"Mari nonton film malam minggu ini."

Dalam percakapan ini, terdapat elemen sarkasme di mana pertanyaan awal seolah-olah bertujuan untuk mengetahui kegiatan yang menyenangkan atau istimewa yang dilakukan pada malam minggu. Namun, jawaban sarkastik menunjukkan bahwa sebenarnya tidak ada kegiatan khusus atau istimewa yang dilakukan. Penggunaan sarkasme dalam konteks ini dapat diinterpretasikan sebagai upaya untuk menjaga muka positif dengan menyajikan diri sebagai individu yang memiliki kegiatan menarik pada malam minggu.

Percakapan antara perempuan dan laki-laki yang disukai sebagai salah satu strategi untuk melindungi muka mencerminkan prinsip kebebasan bertindak. Jika perempuan menolak ajakan atau tawaran laki-laki, laki-laki tetap merasa "biasa saja" dan tidak merasa malu. Ini mencerminkan prinsip kebebasan bertindak tanpa tekanan atau beban yang dapat merugikan muka positif. Dalam kedua contoh tersebut, sarkasme digunakan sebagai strategi untuk mengelola muka positif dan menghindari potensi ancaman terhadap citra diri. Dengan memahami konsep muka dalam konteks komunikasi, kita dapat melihat bagaimana individu secara sadar atau tidak sadar menggunakan berbagai strategi, termasuk sarkasme, untuk menjaga dan membentuk citra diri mereka dalam interaksi sosial.¹⁷

2. Ciri Ciri Bahasa Sarkasme

- 1) Mempunyai arti olok – olok, ejekan serta mengandung sindiran

¹⁷ Heru, A. (2018). Gaya bahasa sindiran ironi, sinisme dan sarkasme dalam berita utama harian kompas. *Jurnal pembahsi (pembelajaran bahasa dan sastra indonesia)*, 8(2).

- 2) Biasanya memiliki arti yang bertentangan
- 3) Cenderung menyakitkan, penuh dengan kepedihan dan kepahitan dan kurang enak didengar.
- 4) Memiliki tingkat kekasaran yang tinggi dibandingkan Ironi dan Sinisme.

3. Bentuk – bentuk Kata Sarkasme

- 1) Ejekan , ialah perbuatan mengejek, mengolok-olok yang ditujukan kepada orang lain secara terang-terangan (langsung).
- 2) Sindiran, perkataan atau gambaran dimaksudkan untuk menyindir orang, celaan atau ejekan sebagainya yang dilakukan secara tidak langsung.

4. Jenis – jenis Sarkasme

Sarkasme terbagi dalam dua jenis yaitu sarkasme jenis kasar dan sarkasme jenius (cerdas) yang dapat dibedakan melalui beberapa perbedaan seperti dibawah ini :

- 1) *Dirty Sarkasme* (Sarkasme Kasar), adalah jenis sarkasme yang mudah dikenali dan diartikan mulai dari berbagai kalangan usia anak – anak sampai dewasa. Seperti halnya umpatan kasar, kalimat menyakitkan yang dilontarkan secara terus terang, dapat disimpulkan bahwa sarkasme kasar itu secara langsung tanpa berpikir Panjang.
- 2) *Smart Sarkasm* (Sarkasme Jenius), merupakan sarkasme yang sering digunakan untuk mengolok – olok, yang hanya dapat dimengerti dan dimaknai oleh orang-orang tertentu dikarenakan jenis sarkasme ini disampaikan secara tidak langsung kepada yang dituju dan tidak

menggunakan kata kasar yang menohok namun lebih menggunakan kode-kode sebagai bahan olok – olok. Jika seseorang kurang cerdas untuk memahami maksud dari olok-olok yang disampaikan maka pesan tidak tersampaikan dengan baik. ¹⁸

5. Contoh kalimat sarkasme :

1. "Oh, kau memang sangat terampil dalam mengelak tanggung jawab."
2. "Tentu saja, hidup ini hanya seindah dalam dongeng."
3. "Wah, kecerdasanmu memang luar biasa, setengah matematika pun bisa"
4. "Pasti, kamu adalah pakar dalam membuat keputusan terburu-buru."

D. Konten

1. Pengertian Konten

Konten merupakan pokok, tipe atau unit dari pemberitahuan secara digital yang berupa teks, citra, grafis, video, suara, dokumen, laporan – laporan, dan lain-lain. Semua hal yang dikelola dalam format elektronik atau juga merupakan artikel atau bagian yang ada dalam majalah atau buku. Pengertian konten yaitu berbagai jenis format dan informasi yang tersedia di media, khususnya new media, dalam bentuk tulisan, gambar, suara (audio), atau video.¹⁹

¹⁸ Surya, R., & Wirawan, N. A. (2023). ANALISIS SARKASME PADA RUBRIK ESAI MOJOK. CO. *Law Journal of Mai Wandeu*, 3(2).

¹⁹ Mahmudah, S. M., & Rahayu, M. (2020). Pengelolaan konten media sosial korporat pada instagram sebuah pusat perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(1), 1-9.

E. Dakwah

a. Pengertian Dakwah

Menurut Amrullah Ahmad, dakwah merupakan kegiatan yang dilakukan Bersama muslim (Lembaga – Lembaga muslim) untuk menyeru umat manusia menuju ke jalan Allah (ajaran Islam) dalam semua lini kehidupan sehingga Islam terwujud dalam kehidupan fardiyah, usrah, jamah, dan ummah hingga terwujudnya khaira ummah.

Menurut Prof. Toha Yahya Oemar, dakwah Islam sebagai bentuk usaha mengajak umat dengan cara yang bijaksana kepada jalan yang lurus sesuai dengan perintah Allah demi kemaslahatan di dunia dan akhirat.²⁰ Adapun tujuan dari dakwah ialah untuk menumbuhkan kesadaran, penghayatan, serta pengenalan kepada ajaran agama Islam, juga mempertemukan kembali fitrah manusia dengan agama, atau menyadarkan manusia mengenai perlunya mempelajari ilmu tauhid serta mengamalkan ajaran Islam dan berperilaku baik.

b. Media Dakwah

Hamzah Ya'qub membagi media dakwah menjadi 5 golongan besar, diantaranya :

- 1) Lisan, yang termasuk dalam golongan ini seperti khutbah,ceramah, pidato, diskusi, seminar, musyawarah yang semuanya dilakukan dengan lidah dan bersuara.

²⁰ Al Kusani, M. (2019). Analisis Konten Dakwah Remaja Dalam Akun Instagram @hanan_attaki. *Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto*.

- 2) Tulisan, melakukan dakwah dengan tulisan seperti buku, kitab, surat kabar, spanduk dan lain sebagainya dalam format tertulis.
- 3) Audio Visual, penyampaian yang menggunakan suara sekaligus tampilan yang merangsang pendengaran dan penglihatan secara bersamaan.
- 4) Lukisan, dakwah yang dilakukan melalui seni Lukis, foto, film cerita, dan lain sebagainya.
- 5) Akhlak, berdakwah dengan memulainya dari dai terlebih dahulu dengan menunjukkan perbuatan yang nyata, seperti sopan santu, silaturahmi, kebersihan dan lain sebagainya.

Di era modern saat ini, masyarakat kerap menggunakan internet, media internet sudah digunakan oleh miliaran masyarakat dunia, mulai dari kalangan akademisi, birokrat dan akademisi sekalipun, internet menjadi bagian yang bereperan penting dalam kehidupan manusia. Seiring bertambahnya waktu maka pengguna internet semakin meningkat dan hal tersebut menjadi peluang bagi para pendakwah dalam memanfaatkan perkembangan teknologi. Internet merupakan jaringan yang dapat menghubungkan setiap perangkat komputer yang tersedia dibelahan dunia sehingga terbentuk komunitas maya dengan sebutan *global village* (desa global).

Beberapa alasan menurut Bambang S.Ma'arif internet bisa bermanfaat sebagai media komunikasi :

1. Efisien secara waktu dan dengan biaya terjangkau

2. Jumlah pengguna semakin meningkat, sehingga semakin banyak target mad'u.
3. Pakar dan ulama yang berkecimpung pada dunia internet bisa concern untuk menyikapi setiap isu dan peristiwa yang menuntut hukum syar'i.
4. Pengguna internet bebas memilih materi dakwah yang disenangi.
5. Dapat memanfaatkan teknologi untuk kepentingan bisnis Islami, silaturahmi dan lain-lain.

Dapat disimpulkan internet sebagai media massa dinilai sangat mumpuni dan memiliki potensial sebagai media komunikasi dakwah dengan berbagai kelebihan.²¹

F. YouTube

Youtube merupakan sebuah layanan berbagi video di dunia maya yang paling populer saat ini. Youtube berfungsi sebagai situs web berbagi video dimana menyediakan fitur untuk pengguna mulai dari mengupload, mencari video, menonton, diskusi / tanya jawab dan berbagi klip video secara gratis. Unggahan pada youtube bisa berupa video klip, film, TV, serta video pribadi karya para pengguna, Youtube menjadi situs online video provider paling dominan di dunia yang tidak membatasi durasi video / konten yang akan diunggah. Banyak keunggulan lain yang diberikan oleh youtube terhadap penggunaannya mulai dari layanan gratis khususnya untuk menikmati dan mengakses video yang masuk dalam sistemnya, untuk mencari dan menemukan video pengguna tidak dibutuhkan akun premium atau membayar

²¹ Zaini, A. (2013). Dakwah melalui internet. *AT-TABSYIR STAIN Kudus*, 1(1).

sejumlah uang dalam skala waktu tertentu. Pengguna dapat mengakses video-video tersebut secara gratis. Pengguna Youtube dapat mengunduh beberapa konten, setelah berhasil dapat disimpan diperangkat telekomunikasi masing-masing untuk dinikmati kapan saja tanpa terkoneksi dengan internet.²²

Platform Youtube menjadi situs online video provider paling dominan di Amerika Serikat, bahkan dunia mampu menguasai pasar hingga hitungan 43% dengan perkiraan 20 jam video di upload ke YouTube setiap menitnya dengan 6 miliar views perhari, dan menghadirkan beberapa kanal yang telah ikut mempengaruhi hal tersebut, hadirnya media sosial Youtube tidak hanya semata – mata sebagai media hiburan namun Youtube sudah banyak sebagai media belajar dan alat komunikasi dakwah. Dan tersedianya fitur – fitur dengan pilihan kemajuan teknologi YouTube yang sangat membantu dari berbagai bidang untuk memenuhi kebutuhan si pengguna.

Pengguna Youtube semakin bertambah seiring berjalannya waktu, Indonesia memiliki 50 juta pengguna aktif Youtube perbulanya dari 146 juta pengakses, yang mana hal tersebut membuktikan bahwa Youtube merupakan media yang digunakan oleh mayoritas masyarakat. Media sosial youtube juga memberikan akses kepada pengguna yang tak terdaftar, sedangkan pengguna dapat mengunggah video dalam jumlah yang tak terbatas. Video – video yang di anggap sebagai konten dewasa hanya bisa ditonton oleh pengguna terdaftar berusia 18 tahun atau lebih.

²² Pratiwi, B., & Hapsari, K. P. (2020). Kemampuan berpikir tingkat tinggi dalam pemanfaatan youtube sebagai media pembelajaran bahasa Indonesia. *Jurnal Ilmiah Sekolah Dasar*, 4(2).

a. Karakteristik YouTube :

- Durasi mengunggah video tidak terbatas, merupakan salah satu hal yang membedakan aplikasi YouTube dengan platform lain yang memiliki batas waktu minimal hingga maksimal
- Keamanan system yang terpercaya, platform ini membatasi keamanannya dengan tidak membebaskan video yang mengandung unsur sara, illegal sekaligus memberikan beberapa pertanyaan verifikasi sebelum pengunggahan video dilakukan.
- Berbayar, youtub memberikan pilihan bagi pengguna yang ingin mengunggah video dan mendapatkan minimal 1.000 viewers atau penonton maka akan diberikan honorarium.
- Sistem *Offline*, mempunyai fitur baru bagi para pengguna untuk menonton video saat sedang tidak terhubung ke internet, dengan melalui proses pengunduhan video terlebih dahulu.
- Memiliki editor sederhana, sebelum mengupload video pengguna akan ditawarkan untuk mencoba fitur yang mengarahkan untuk mengedit video terlebih dahulu, dengan beberapa pilihan menu di antaranya, memotong video, memfilter warna, atau menambah efek perpindahan video.²³

b. Teori Pragmatik

Setiap penelitian membutuhkan teori penelitian, yang merupakan konsep, definisi, dan proposisi yang bertujuan untuk melihat sebuah peristiwa secara

²³ Cahyono, G., & Hassani, N. (2019). Youtube seni komunikasi dakwah dan media pembelajaran. *Jurnal Dakwah*, 23.

teratur, dengan spesifik hubungan antar variable yang bertujuan untuk menjelaskan dan meramalkan sebuah peristiwa.²⁴

Penelitian ini menggunakan teori pragmatik, yang akan dihubungkan untuk menjawab rumusan masalah pada penelitian ini. Seperti yang dikemukakan oleh Chaer dan Agustina bahwa pragmatik ialah tindak tutur yang menjadi salah satu fenomena dalam masalah yang lebih luas. Pragmatik kerap kaitannya dengan aspek-aspek informasi yang disampaikan melalui penggunaan bahasa yang tidak dikodekan oleh konvensi kemudian diterima secara umum dalam bentuk – bentuk linguistic yang digunakan, akan tetapi dilakukan secara alamiah dan tergantung pada makna-makna yang dikodekan secara ortodoks dengan konteks tempat penggunaan bentuk bentuk tersebut.

Banyak pendapat mengenai pragmatik salah satunya oleh Subroto bahwa pragmatik mengkaji dan menganalisis makna yang dikehendaki oleh yang menuturkan. Dapat disimpulkan bahwa teori pragmatik ialah kata dan bahasa yang diungkapkan oleh setiap manusia dengan menggunakan bahasa yang baik sehingga komunikator dan komunikan dapat membentuk suatu konteks pada saat manusia sedang berkomunikasi sehingga pesan tersampaikan secara baik pada komunikan.²⁵

Dalam bahasa Arab pragmatik disebut dengan *Madkhal* ialah seperangkat pendapat beraitan dengan hakikat bahasa dan hakikat belajar mengajar bahasa. Pendekatan pada teori pragmatik ini bersifat filosofis yang berorientasi pada

²⁴ Surya, R., & Wirawan, N. A. (2023). ANALISIS SARKASME PADA RUBRIK ESAI MOJOK. CO. *Law Journal of Mai Wandeu*, 3(2).

²⁵ Saifudin, A. (2019). Teori tindak tutur dalam studi linguistik pragmatik. *Lite: Jurnal Bahasa, Sastra, dan Budaya*, 15(1).

pendirian, filsafat, dan keyakinan yaitu keyakinan yang diyakini namun tidak dapat dibuktikan, asumsi dalam pragmatic adalah bahasa merupakan alat komunikasi dimana penutur memahami gesture (gerak tubuh), konteks, tujuan komunikasi, peran komunikator, norma serta sosiokultural, hubungan antar-persona, juga pilihan ragam yang diterima.

Menurut peneliti teori pragmatik cukup relevan dengan penelitian ini dikarenakan peneliti menganggap bahwa teori ini dapat memeriksa bagaimana konsep, tujuan komunikasi dan unsur – unsur non-literal lainnya memengaruhi makna bahasa. Pada penelitian ini teori pragmatik dapat membantu dalam :

- 1) Memahami makna sarkasme dalam konteks dakwah, seperti bagaimana audiens mengartikan sarkasme dalam konten dakwah yang dapat memberi impact pada efektivitas pesan yang disampaikan.
- 2) Memahami tujuan komunikasi, dengan menggunakan teori pragmatik peneliti dapat mengetahui tujuan komunikasi oleh kreator, penggunaan kata sarkas bertujuan untuk menghibur, menyindir atau memberikan pesan tertentu dalam dakwah.
- 3) Mengetahui variasai bahasa dalam dakwah, teori pragmatik dapat membantu peneliti mengidentifikasi berbagai variasi konteks bahasa yang diimplementasikan dalam dakwah, termasuk sarkasme yang digunakan oleh penceramah.

c. Batasan – batasan Pragmatik

Pengertian Pragmatik mencakup studi tentang cara penggunaan kata-kata dalam konteks komunikasi khusus dan bagaimana bahasa berperan dalam interaksi sosial. Ini melibatkan pemahaman konvensi sosial, pengaruh performansi bahasa, dan hubungan antara bahasa dengan konteks yang tergramatisasi. Pragmatik menjelaskan bagaimana bahasa digunakan dalam berbagai situasi konversasi dan bagaimana konteks sosial dan sosieta memengaruhi makna komunikasi. Menurut Stephen C. Levinson, pragmatik adalah studi tentang hubungan antara tanda-tanda bahasa dan para penafsir, serta cara pemikiran pembicara dan pendengar memengaruhi pemahaman pesan komunikasi. Dari berbagai batasan ini, dapat disimpulkan bahwa pragmatik merupakan ilmu bahasa yang mempertimbangkan penggunaan bahasa manusia, yang sangat dipengaruhi oleh konteks sosial dan sosieta yang melingkupi komunikasi tersebut. Konteks ini mencakup interaksi sosial dalam masyarakat serta peran institusi sosial dalam membentuk makna komunikasi.

d. Prinsip – prinsip Pragmatik

2. Tindak Tuter Terikat Konteks: Prinsip ini menekankan bahwa setiap tuturan terkait dengan konteks, termasuk peran partisipan yang berperan dalam percakapan. Setiap tindak tutur memiliki muatan awal, isi, dan akhir yang membentuk suatu episode komunikasi.
3. Prinsip Kerja Sama Grice: Katakan Secukupnya: Prinsip ini berfokus pada pentingnya menjaga kerja sama antara penutur dan pendengar. Penutur memiliki kewajiban untuk membuat tuturannya mudah

dimengerti, lugas, jelas, dan relevan, sementara pendengar harus tanggap terhadap tuturan.

4. Prinsip Tata Krama: Bertutur harus sesuai dengan norma sosial dan etika yang berlaku di masyarakat. Ini mencakup menjaga kesopanan dan tidak menyerang dengan muatan linguistik yang tidak pantas sebelum mendapat reaksi dari pendengar.
5. Prinsip Interpretasi Pragmatika:
 - Interpretasi Lokal: Pendengar diwajibkan untuk menginterpretasi tuturan pembicara sejauh makna yang dinyatakan oleh pembicara.
 - Prinsip Analogi : Pendengar tidak boleh mengubah makna topik atau proposisi yang disampaikan oleh pembicara, kecuali jika pembicara sendiri mengizinkannya.
6. Prinsip Kewacanaan: Tuturan harus sesuai dengan konteks dan situasi komunikasi yang berlaku.
7. Pragmatik Sosialisasi: Prinsip ini mencakup aspek santun bahasa, mematuhi norma lokal dan norma interlokal dalam berkomunikasi.²⁶

²⁶ Kuswoyo, K. (2015). Pendekatan Pragmatik Dalam Pembelajaran Bahasa. *El-Wasathiya: Jurnal Studi Agama*, 3(2).

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

a. Waktu dan Tempat Penelitian

Waktu pada penelitian ini saat adanya konten dakwah yang di upload oleh Alfa Abdurrahman dalam channel youtube nya @hawariyyun pada masa 29 Juli sampai dengan 23 september 2023.

b. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek pada penelitian ini adalah penggunaan bahasa sarkasme oleh Alfa Abdurrahman dalam konten dakwah periode 29 Juli – 23 September 2023 di channel youtube @hawariyyun. Objek pada penelitian ini adalah konten – konten dakwah yang diunggah pada channel youtube @hawariyyun.

c. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode analisis isi kuantitatif deskriptif, menggunakan data yang relevan untuk menjawab rumusan masalah yang telah dirumuskan pada latar belakang masalah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang memaparkan suatu masalah dengan hasil yang dapat digeneralisasikan untuk mengetahui gambaran karakteristik isi sehingga dapat menarik infrensi dari isi agar dapat mengidentifikasi secara sistematis komunikasi yang terlihat (*manifest*), secara objektif reliabel sehingga dapat direplikasi. Dan pengukuran data sehingga menentukan frekuensi dan presentasi. Desain analisis yang digunakan tidak untuk menguji

sebuah hipotesis atau menguji hubungan variable namun untuk mendeskripsikan penggunaan bahasa sarkasme dalam konten dakwah pada channel youtube @hawariyyun dengan menggunakan angka statistik.

d. Unit Analisis

Tindakan awal yang dilakukan dalam analisis isi yaitu menentukan unit analisis. Menurut Krippendorf, unit analisis dapat diidentifikasi melalui observasi, dicatat, dianggap sebagai data, memisahkan seluruh batasnya serta mengidentifikasi untuk analisis berikutnya.

Adapun unit analisis yang dijadikan dalam penelitian ini adalah ungkapan, serta penggunaan kata sarkasme pada konten dakwah termasuk thumbnail pada media sosial youtube dengan nama channel @hawariyyun, yang dimaksud dengan ungkapan atau kata adalah penggunaan kata sarkasme yang akan dianalisis.

Jadi, unit analisis yang digunakan oleh peneliti berupa pengungkapan kata sarkasme untuk di analisis dalam media sosial youtube pada channel youtube hawariyyun dengan tema penggunaan kata sarkasme pada channel youtube @hawariyyun periode 29 Juli – 23 September 2023.

Tabel 3. 1 Unit Analisis

NO.	UNIT ANALISIS	PERIODE	KATEGORI	INDIKATOR
1.	Penggunaan Kata dan Bahasa Sarkasme pada konten di channel youtube @hawariyyun	29 Juli – 23 September 2023	Berdasarkan jenis – jenis sarcasme	Berdasarkan prinsip – prinsip pada teori pragmatik.

e. Jenis dan Sumber Data

a) Data primer

Data utama pada penelitian ini adalah ungkapan Alfa Abdurrahman dalam konten dakwahnya pada channel youtube @hawariyyun yang berupa penggunaan kata sarkasme pada ungkapan kata dalam berdakwah, dan data – data yang memiliki hubungan dengan objek penelitian.

b) Data Sekunder

Data yang dibutuhkan sebagai pendukung data primer yang diperoleh dari berbagai literatur buku Pustaka dan situs internet yang berisi hal hal yang berkaitan dengan objek penelitian.

f. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada penelitian dengan cara observasi non partisipan dengan hanya mengamati objek yang diteliti tanpa harus terlibat langsung di lapangan dengan cara mendengarkan serta mencatat penggunaan kata sarkasme baik halus maupun kasar dalam konten dakwah pada channel youtube @hawariyyun periode 29 Juli – 23 September 2023, untuk mendapatkan data tersebut peneliti melakukan beberapa teknik pengumpulan data diantaranya, mendengarkan, serta mencatat juga *screenshot* penggunaan kata sarkasme dalam video. *Sampling* yang dilakukan pada penelitian ini adalah *purposive sampling*, peneliti akan memilih kata sarkasme yang digunakan dalam setiap konten dakwah oleh hawariyyun kemudian menganalisis serta dikategorisasikan berdasarkan jenis – jenis *sarcasme* dan indikator yang berupa prinsip dari teori pragmatik yaitu teori yang digunakan pada penelitian ini.

Unit analisis data yang digunakan pada penelitian ini ialah kata-kata ataupun ungkapan sarkasme yang ada pada dalam tiap konten dakwah pada channel youtube @hawariyyun periode 29 Juli – 23 September 2023, adapun penentuan unit analisis pada penelitian ini ialah penggunaan kata mengandung makna sarkasme baik secara halus maupun kasar.

Dalam konteks penelitian ini juga terdapat uji reliabilitas yang mengindikasikan bahwa suatu metode atau instrumen memiliki kualitas kepercayaan yang dapat diandalkan dengan menggunakan rumus R. Holsty (Domminick dalam Krisyantono : 2006)²⁷

$$CR = \frac{2M}{N1 + N2}$$

Keterangan :

CR = Coefficient Reliability

M = Jumlah pernyataan yang disetujui oleh pengkoding (hakim) dan periset

N1, N2 = Jumlah pernyataan yang diberi kode oleh pengkoding (hakim) dan periset

Dari data yang dihasilkan, akan diidentifikasi tingkat kesepakatan yang diamati yang diperoleh dari penelitian tersebut.

Adapun interpretasi dan nilai dari *cronbach* adalah sebagai berikut :

Tabel 3. 2 Uji Validitas

Interval <i>Cronbach's Alpha</i>	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,20	Tidak Reliabel
0,21 – 0,40	Kurang Reliabel
0,41 – 0,60	Cukup Reliabel
0,61 – 0,80	Reliabel
0,81 – 1,00	Sangat Reliabel

²⁷ Sari, F. M. (2014). Analisis Penerapan Kode Etik Jurnalistik pada Harian Serambi Indonesia. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2).

g. Teknik Analisis Data

Untuk menjawab rumusan masalah maka dilakukan analisis data sehingga memberikan hasil yang dapat diinterpretasikan yang dapat disimpulkan. Dengan menggunakan Teknik analisis isi kuantitatif, yang digunakan guna mengkaji variable yang ada pada penelitian yaitu variable tunggal yaitu penggunaan kata sarkasme dalam konten dakwah pada channel youtube @hawariyyun dengan menggunakan table distribusi frekuensi. Data yang awalnya masih mentah, disusun dalam kelompok-kelompok data atau kelas-kelas data tertentu. Setelah mengetahui maka data akan diolah guna mengetahui frekuensi kata sarkasme yang digunakan dalam konten dakwah periode 29 Juli – 23 September 2023.

Adapun tahap – tahap analisis data yang dilakukan pada penelitian ini :

1. Mengidentifikasi video yang menggunakan kata sarkasme sesuai dengan ketentuan metode *purposive sampling* pada channel youtube @hawariyyun periode 29 Juli – 23 September 2023.
2. Dari keseluruhan populasi di ambil beberapa konten untuk dilakukan uji validitas dengan Wirdatul Jannah sebagai penghakim pada ketentuan nilai uji reliable.
3. Data yang diperoleh dimasukkan kedalam tabel menyesuaikan dengan kategori dan indikator yang telah ditentukan oleh peneliti untuk menghasilkan frekuensi dan jenis penggunaan kata sarkasme oleh hawariyyun.

4. Mendeskripsikan data pada tabel frekuensi dan di analisis sehingga sejalan dengan tujuan penelitian.
5. Menarik kesimpulan.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Profil Youtube Hawariyyun

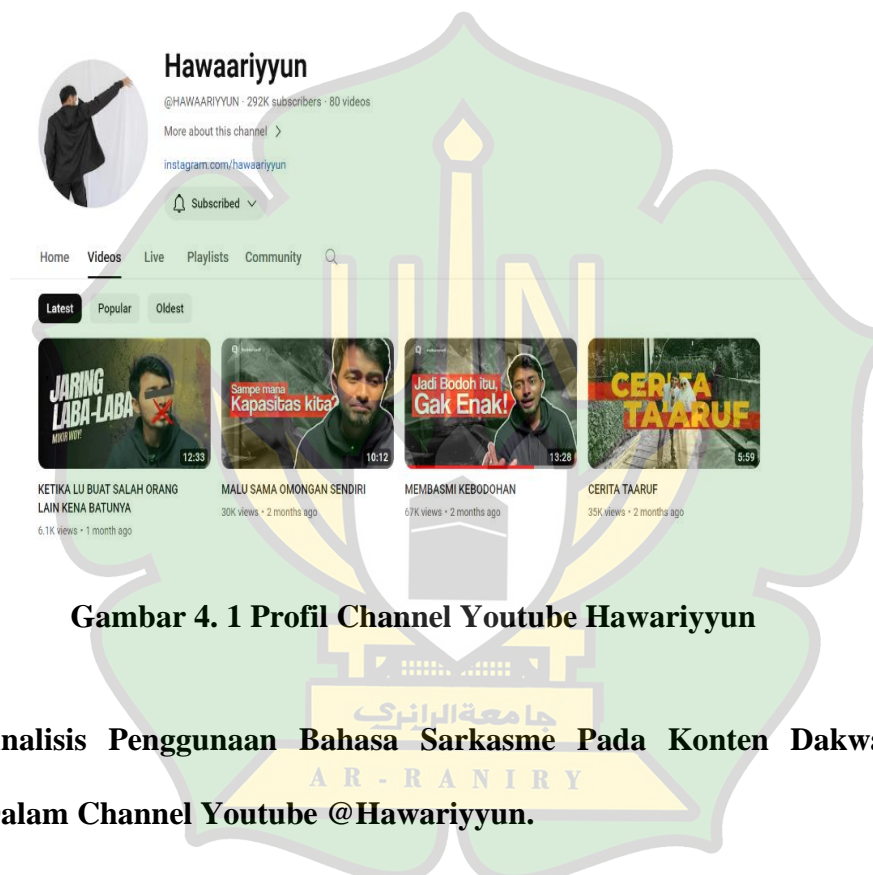
Hawariyyun merupakan seorang konten kreator yang berkecimpung dalam media sosial salah satunya platform youtube yang membahas mengenai dakwah Islam dengan berbagai tema mulai dari short movie, klip pendek, hingga tips Islami, *short movie*, *vlog*, *travelling* Islami dan cerita motivasi. Hawariyyun bergabung dengan youtube pada tanggal 13 Februari 2018 dan memulai unggahan pertama kalinya pada tanggal 23 Maret 2018, saat sekarang memiliki jumlah *subscribers* sebanyak 292 *subscribers* dengan jumlah 82 video dan penonton sebanyak 10.000 ribu sampai dengan 1.000.000 (1 juta) *viewers* dalam setiap konten yang disajikan oleh Muhammad Alfa Abdurrahman.²⁸

Diawali dengan rasa khawatir jika sosial media hanya digunakan untuk hal yang tidak bermanfaat dengan nilai positif yang minim maka hawariyyun memutuskan mengikuti jejak rasulullah dalam menyebarkan Islam dengan memanfaatkan sosial media dengan berbagai *platform* yang tersedia untuk berdakwah karena menurutnya seiring dengan perkembangan zaman orang -

²⁸ Fauzan, F. *Pengaruh Vlog Dakwah Hawariyyun Terhadap Peningkatan Pengetahuan Agama Islam Pada Subscriber Hawariyyun di Youtube* (Bachelor's thesis, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).

orang ramai menggunakan sosial media sehingga hawariyyun menargetkan pengguna sosial media sebagai mad'u.

Hawariyyun mengawali berdakwah pada sosial media melalui *platform* media sosial Instagram dan mendapatkan respon dan jangkauan yang terbilang semakin luas sehingga berkembang membuka *channel* youtube untuk menyebarkan ajaran Islam.²⁹



Gambar 4. 1 Profil Channel Youtube Hawariyyun

B. Analisis Penggunaan Bahasa Sarkasme Pada Konten Dakwah Dalam Channel Youtube @Hawariyyun.

Pada era globalisasi seperti saat ini, berdakwah tidak cukup dengan melakukan kegiatan dakwah seperti biasanya yang bersifat umum, reaktif, namun harus lebih strategis menyesuaikan dengan perkembangan zaman

²⁹ Fauzan, F. *Pengaruh Vlog Dakwah Hawariyyun Terhadap Peningkatan Pengetahuan Agama Islam Pada Subscriber Hawariyyun di Youtube* (Bachelor's thesis, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).

salah satunya memanfaatkan sosial media dengan begitu ajaran agama Islam secara signifikan akan diterima oleh masyarakat jauh lebih efisien.

Tersedianya banyak media sosial saat ini yang diminati mulai dari berbagai kalangan usia, jenis kelamin, dan profesi. Salah satunya *platform* media sosial Youtube yang merupakan sarana hiburan bagi semua kalangan, sehingga para pendakwah dapat memanfaatkan peluang tersebut untuk menyesuaikan situasi dalam menyiarkan agama Islam. Salah satunya adalah Alfa Abdurrahman yang memanfaatkan *platform* Youtube sebagai media dalam berdakwah dengan nama akun @hawariyyun mengupload video sebanyak 75 Video dengan jumlah *viewers* (tontonan) 6.885.513 kali ditonton dan 286 *subscribers*.

Dakwah yang disampaikan oleh Alfa Abdurrahman yang memiliki nama pena Hawariyyun tersebut pada youtubanya dinilai cenderung sarkas dan ambigu dengan pengungkapan dan pengucapan kata kata secara verbal , pada penelitian ini peneliti menganalisis penggunaan bahasa sarkasme yang digunakan dalam konten dakwahnya hawariyyun periode 29 Juli sampai dengan 23 September 2023. Adapun alasan konten dakwah pada periode tersebut terpilih terdapat pada penjelasan analisis data dibawah ini.

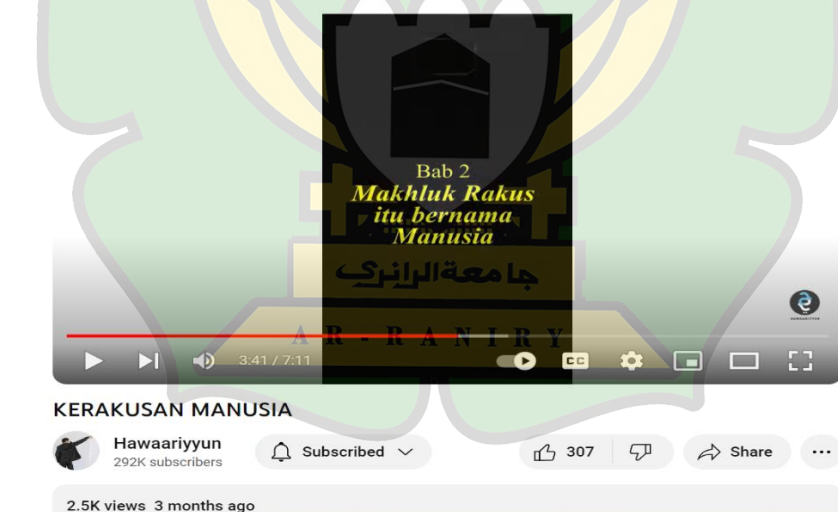
1. Analisis Data

Konten dakwah pada periode 29 Juli – 23 September 2023 pada channel youtube @hawariyyun dipilih, karena peneliti ingin mengetahui lebih lanjut mengenai frekuensi bahasa yang mengandung sarkasme pada video dakwah yang diupload oleh Alfa Abdurrahman dalam channel youtube pribadinya.

Selain itu peneliti juga ingin mengetahui jenis kata sarkasme seperti apa yang digunakan oleh Alfa Abdurrahman dalam akun youtube pribadinya.



Gambar 4. 2 Contoh Penggunaan Bahasa Sarkasme



Gambar 4. 3 Contoh Penggunaan Bahasa Sarkasme

³⁰ UCW_PaCOt3kyMlfGaI1Vv7Lw



31

Gambar 4. 4 Contoh Penggunaan Bahasa Sarkasme



Gambar 4. 5 Contoh Penggunaan Bahasa Sarkasme



Gambar 4. 6 Contoh Penggunaan Bahasa Sarkasme

C. Frekuensi Penggunaan Kata Sarkasme Pada Konten Dakwah dalam Channel Youtube @hawariyyun

Hasil pada penelitian ini diperoleh dengan melakukan analisis isi dengan pendekatan kuantitatif pada konten dakwah dalam channel youtube @hawariyyun periode 29 Juli – 23 September 2023 berdasarkan kategori yang telah dikategorisasikan oleh peneliti berdasarkan jenis – jenis sarcasme yaitu *Smart Sarcasme* dan *Dirty Sarcasme*, untuk menganalisis setiap bahasa sarkasme yang diungkapkan oleh hawariyyun pada konten di periode tersebut peneliti menggunakan uji reliabilitas kategori berdasarkan rumus R. Holsty.

Pada konten dakwah yang diupload oleh Alfa Abdurrahman dalam kanal youtube nya yang bernama @hawariyyun tersebut di periode 29 Juli – 23 September 2023 menghasilkan 15 video yang diunggah dengan durasi yang berbeda – beda, dan dari 15(100%) unggahan konten dakwah tersebut

³² UCW_PaCOt3kyMlfGa1Vv7Lw

terdapat 12 (80%) video yang menggunakan bahasa sarkasme dengan durasi yang berbeda – beda , dan 3 (20%) video yang tidak mengandung bahasa sarkasme.

Peneliti mengkategorisasikan sarkasme yang digunakan oleh Alfa Abdurrahman dalam kanal youtube @hawariyyun adalah sebagai berikut :

- I. Kategori *Smart Sarcasme* (kalimat sarkasme jenius yang digunakan untuk menyindir dan hanya dimengerti oleh orang tertentu disampaikan seperti tersirat tidak menggunakan kata kasar yang menohok) . Peneliti menggunakan prinsip teori pragmatik yang dikemukakan oleh Chaer dan Agustina sebagai indikator dalam kategori *smart sarcasme*.

Indikatornya :

- a) **Tindak tutur terikat konteks** (setiap ungkapan tidak keluar dari konteks, termasuk peran yang terlibat dalam dialog, dan setiap ungkapan memiliki muatan awal, isi dan akhir yang sistematis)
 - b) **Prinsip kerja sama Grice** (berbicara secukupnya, kualitas, kuantitas, akurat, jelas, relevan dan menjaga kerja sama antara penutur dan pendengar)
 - c) **Prinsip interpretasi pragmatika** (audiens diharuskan untuk mencerna tuturan pembicara, analogi, audiens tidak boleh mengubah makna topik sembarangan)
 - d) **Prinsip kewacanaan** (sesuai dengan kondisi dan situasi)
- II. Kategori *Dirty Sarcasme* (kalimat sarkasme kasar, sarkas yang mudah dikenali oleh berbagai kalangan usia seperti umpatan kasar, kalimat yang menyakitkan diungkapkan secara terus terang tanpa berpikir

panjang). Pada kategori ini peneliti juga menggunakan prinsip teori pragmatik yang dikemukakan oleh Chaer dan Agustina sebagai indikator dalam kategori *Dirty sarcasme*.

Indikatornya :

- a) **Prinsip tata krama** (sesuai dengan norma sosial, tidak menyerang dengan muatan bahasa yang tidak pantas)
- b) **Pragmatik Sosialisasi** (santun bahasa, mematuhi norma setempat dan interlokal dalam berdakwah)

Tabel 4.1

Tabel 4. 1 Lembar Analisis Penggunaan Bahasa Sarkasme Pada Konten Dakwah dalam Channel Youtube @hawariyyun

Tg l	Judul	Durasi	Unit Analisis	Waktu	Sumber	S / D	Indikator
29/07/23	Kerakusan Manusia	07:11	"Aku ga suka orang yang ngejilat"	01:51	https://youtu.be/cS6C_dK7eWQ?si=95fvnqtjEstnYLec	S	C
			"Kita belajar Ilmu Ekonomi "Law Of Dimnish"	02:10	https://youtu.be/cS6C_dK7eWQ?si=95fvnqtjEstnYLec	S	B
			"Makhluk rakus itu bernama manusia"	03:40	https://youtu.be/cS6C_dK7eWQ?si=95fvnqtjEstnYLec	D	A
			"Manusia itu rakus"	00:11	https://youtu.be/cS6C_dK7eWQ?si=95fvnqtjEstnYLec	D	A
30/07/23	Kunci Perubahan	03:49	"jijik"	00:04	https://youtu.be/3rl0VlqEq1A?si=I6tR5ABTwQitMHgW	D	A
			"sampah"	00:05	https://youtu.be/3rl0VlqEq1A?si=I6tR5ABTwQitMHgW	D	A
			"binatang"	00:06	https://youtu.be/3rl0VlqEq1A?si=I6tR5ABTwQitMHgW	D	A

			"biadab, gapunya nurani"	00:12	https://youtu.be/3rl0VlqEqlA?si=I6tR5ABTwQitMHgW	D	A
			"sebelum sok-sok an pinter"	03:34	https://youtu.be/3rl0VlqEqlA?si=I6tR5ABTwQitMHgW	S	B
31/07/23	Cewe Matre	05:30	"cewe matre"	00:01	https://youtu.be/iU5xole84Vg?si=Rv6RT6bgRWdBbLYY	D	B
			"wanita seperti apa yang bisa setenang dan seteduh ini?"	02:21	https://youtu.be/iU5xole84Vg?si=Rv6RT6bgRWdBbLYY	S	D
			"aku mau makan, aku lagi bm nih, mau ini, dst"	02:23	https://youtu.be/iU5xole84Vg?si=Rv6RT6bgRWdBbLYY	S	B
04/08/23	Cewe Itu Perangkap Setan	05:45	"cewe itu najis, cewe itu perangkap setan"	00:02	https://youtu.be/jYcZmLb0S5w?si=Vp8Q1c6enMA-Kk99	D	A
			"cinta memang segala itu ya"	01:55	https://youtu.be/jYcZmLb0S5w?si=Vp8Q1c6enMA-Kk99	S	A
			"cewe itu perangkap setan"	02:13	https://youtu.be/jYcZmLb0S5w?si=Vp8Q1c6enMA-Kk99	D	A
05/08/23	Disaat Semua Ninggalin Kita	02:28	"culas, muka dua, suka nusuk dari belakang"	01:44	https://youtu.be/zc7FUsknURk?si=aDpC9DRQmw57IVgf	D	B
07/08/23	Hal Paling Tolol Dalam Hidup	04:09	"Hal paling tolol yang gua lakuin dalam hidup adalah selingkuh"	04:09	https://youtu.be/jionIEZZHkY?si=fKOeLG4x6jIoFQf7	S	B
08/08/23	Anak Setan Ga Guna Sampah	07:06	"anak setan gaguna sampah"	00:01	https://youtu.be/I2WKVIYCWIQ?si=_6FR23WxDaNQvPTu	D	A
			"iya gua goblok, ga guna"	01:11	https://youtu.be/I2WKVIYCWIQ?si=_6FR23WxDaNQvPTu	D	A
			"gua goblok, ga guna, gua tolol, ga ngerti apa-apa"	04:16	https://youtu.be/I2WKVIYCWIQ?si=_6FR23WxDaNQvPTu	D	A
09/08/23	Over Sharing = Telanjang Depan Umum	06:31	"Overshare itu akan membuat kamu seperti orang yang telanjang"	00:02	https://youtu.be/RJijFS82Xgw?si=_mxhGZGp9Bgdy9su	D	B
			"Overshare itu akan membuat kamu seperti orang yang telanjang"	00:21	https://youtu.be/RJijFS82Xgw?si=_mxhGZGp9Bgdy9su	D	B
			"Visi Rasulullah mungkin terdengar gila"	05:22	https://youtu.be/RJijFS82Xgw?si=_mxhGZGp9Bgdy9su	S	A

17/08/23	Sisi Gelap Couple Goals	08:56	"apa lagi netizen Indonesia itu bar-bar"	04:110	https://youtu.be/-MWPJrjPMSU?si=3B-wa4wY2g2GVKNQ	D	B
06/09/23	Membasmi Kebodohan	13:27	"yang waras yang ngalah"	10:08	https://youtu.be/vUtrvfMQRMI?si=RXVvaGjibG6EhICy	S	A
10/09/23	Malu Sama Omongan Sendiri	10:11	"gausah gaya -gayaan jadi orang suci"	02:44	https://youtu.be/YoP3rmwOJL4?si=v3Hhxx2K4ONuOXoF	S	B
			"jangan jadi manusia sampah "	02:56	https://youtu.be/YoP3rmwOJL4?si=v3Hhxx2K4ONuOXoF	D	A
			jangan jadi pecundang yang cuma ngomong gede"	02:59	https://youtu.be/YoP3rmwOJL4?si=v3Hhxx2K4ONuOXoF	S	B
			"please ngaca"	03:04	https://youtu.be/YoP3rmwOJL4?si=v3Hhxx2K4ONuOXoF	S	D
			"jadi gausah deh banyak gaya"	05:34	https://youtu.be/YoP3rmwOJL4?si=v3Hhxx2K4ONuOXoF	S	B
			"jangan jadi sampah yang gatau diri"	06:24	https://youtu.be/YoP3rmwOJL4?si=v3Hhxx2K4ONuOXoF	D	A
23/09/23	Ketika Lu Buat Salah Orang Lain Kena Batunya	12:33	"maka jangan jadi anak blangsak"	04:24	https://youtu.be/xnAoMSq9lXc?si=SquUDCbQfFmNHYgR	D	A

Dari jumlah konten dakwah yang mengandung sarkasme diatas, peneliti memilih 6 konten dakwah yang dijadikan sebagai sampel untuk uji reliabilitas kategori, uji reabilitas ini dilakukan oleh peneliti dan Wirdatul Jannah yang merupakan mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh sebagai pembanding atau hakim.

Tabel 4. 2 Lembar Uji Kategori Analisis Penggunaan Bahasa Sarkasme Pada Konten Dakwah dalam Channel Youtube @Hawariyyunss

No	Sampel	Koder 1						Koder 2					
		I				II		I				II	
		a	b	c	d	a	b	a	b	c	d	a	b
1	S1			✓						✓			
	S2		✓							✓			
	S3					✓						✓	
	S4					✓						✓	
2	S1					✓						✓	
	S2					✓						✓	
	S3					✓						✓	
	S4					✓						✓	
	S5		✓						✓				
3	S1					✓						✓	
	S2	✓						✓					
	S3					✓						✓	
4	S1					✓						✓	
	S2					✓						✓	
	S3					✓						✓	
5	S1	✓										✓	
6	S1						✓						✓

Sumber : Olah Data

Keterangan :

Koder 1 = Dara Julana (Periset)

Koder 2 = Wirdatul Jannah (PENGHAKIM)

I = *Smart Sarcasme*

II = *Dirty Sarcasme*

S1 – S5 = Sampel satu sampai dengan sampel lima dari setiap konten

Berdasarkan hasil koding pada tabel di atas dapat diketahui bahwa ada 6 konten yang dijadikan uji validitas dengan jumlah sampel penggunaan bahasa sarkasme sebanyak 17 sampel yang dikategorisasikan dan disesuaikan dengan indikator oleh masing – masing kategori yang ditetapkan oleh peneliti.

Hasil tersebut dimasukkan kedalam rumus Holsty :

$$CR = \frac{2M}{N1 + N2}$$

Jadi, pada penelitian menentukan bahwa :

$$M = 14$$

$$N1, N2 = 17 + 16 = 33$$

$$CR = \frac{2(15)}{34}$$

$$CR = \frac{30}{34}$$

$$CR = 0,88$$

Dari hasil diatas maka nilai *CR (coefiseint reliability)* adalah 0,88 batas minimal untuk uji validitas kategori adalah 0,61. Maka hasil dari nilai *coefisient reliability* pada penelitian ini sangat reliable, dari tabel pengkodean di atas dapat dilihat bahwa terdapat 2 perbedaan antara koder satu dan dua.

Berdasarkan kategorisasi diatas peneliti mengetahui bahwa Alfa Abdurrahman yang berperan sebagai pendakwah pada channel youtube @hawariyyun periode 29 Juli – 23 September cenderung menggunakan jenis sarkasme *smart sarcasme* atau *dirty sarcasme*. Jika dilihat dari hasil koding pada Tabel 2, pada periode tersebut hawariyyun menghasilkan 15 konten video dan 12 (80%) konten dengan jumlah populasi sampel sebanyak 32 bahasa sarkasme yang digunakan oleh hawariyyun. Berdasarkan hasil dari data statistik peneliti menemukan frekuensi penggunaan bahasa sarkasme yang diungkapkan oleh hawariyyun berdasarkan indikator, sebagai berikut :

Tabel 4. 3 Frekuensi Table

Smart Sarcasme dengan Indikator (a)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Terdapat	29	90.6	90.6	90.6
Valid Terdapat	3	9.4	9.4	100.0
Total	32	100.0	100.0	

Keterangan :

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa terdapat 3 (9.4%) penggunaan bahasa sarkas yang tergolong ke dalam jenis *smart sarcasme* dengan indikator (a) “**tindak tutur terikat konteks**” yang merupakan salah satu prinsip dari teori pragmatik. Dan tidak terdapat jenis *smart sarcasme* dengan indikator tersebut sebanyak 29 (90.6%) dari jumlah populasi sebanyak 32 (100%) sampel yang terindikasi sebagai bahasa sarkas pada periode 29 Juli – 23 September 2023.

Smart Sarcasme dengan Indikator (b)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Terdapat	25	78.1	78.1	78.1
Valid Terdapat	7	21.9	21.9	100.0
Total	32	100.0	100.0	

Keterangan :

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa terdapat 7 (21.9%) penggunaan bahasa sarkas yang tergolong ke dalam jenis *smart sarcasme* dengan indikator (b) **“prinsip kerja sama Grice”** yang merupakan salah satu prinsip dari teori pragmatik. Dan tidak terdapat jenis *smart sarcasme* dengan indikator tersebut sebanyak 25 (78.1%) dari jumlah populasi sebanyak 32 (100%) sampel yang terindikasi sebagai bahasa sarkas pada periode 29 Juli – 23 September 2023.

Smart Sarcasme dengan Indikator (c)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Terdapat	31	96.9	96.9	96.9
Valid Terdapat	1	3.1	3.1	100.0
Total	32	100.0	100.0	

Keterangan :

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa terdapat 1 (3.1%) penggunaan bahasa sarkas yang tergolong ke dalam jenis *smart sarcasme* dengan indikator (c) **“prinsip interpretasi pragmatika”** yang merupakan salah satu prinsip dari teori pragmatik. Dan tidak terdapat jenis *smart sarcasme* dengan indikator tersebut sebanyak 31 (96.9%) dari jumlah populasi sebanyak 32 (100%) sampel yang terindikasi sebagai bahasa sarkas pada periode 29 Juli – 23 September 2023.

Smart Sarcasme dengan Indikator (d)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Terdapat	30	93.8	93.8	93.8
Valid Terdapat	2	6.3	6.3	100.0
Total	32	100.0	100.0	

Keterangan :

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa terdapat 2 (6.3 %) penggunaan bahasa sarkas yang tergolong ke dalam jenis *smart sarcasme* dengan indikator (**d**) “**prinsip kewacanaan**” yang merupakan salah satu prinsip dari teori pragmatik. Dan tidak terdapat jenis *smart sarcasme* dengan indikator tersebut sebanyak 30 (93.8%) dari jumlah populasi sebanyak 32 (100%) sampel yang terindikasi sebagai bahasa sarkas pada periode 29 Juli – 23 September 2023.

Dirty Sarcasme dengan Indikator (a)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Terdapat	18	56.3	56.3	56.3
Valid Terdapat	14	43.8	43.8	100.0
Total	32	100.0	100.0	

Keterangan :

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa terdapat 14 (43.8%) penggunaan bahasa sarkas yang tergolong ke dalam jenis *dirty sarcasme* dengan indikator

(a) “**prinsip tata krama**” yang merupakan salah satu prinsip dari teori pragmatik. Dan tidak terdapat jenis *dirty sarcasme* dengan indikator tersebut sebanyak 18 (56.3%) dari jumlah populasi sebanyak 32 (100%) sampel yang terindikasi sebagai bahasa sarkas pada periode 29 Juli – 23 September 2023.

Dirty Sarcasme dengan Indikator (b)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Terdapat	27	84.4	84.4	84.4
Valid Terdapat	5	15.6	15.6	100.0
Total	32	100.0	100.0	

Keterangan :

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa terdapat 5 (15.6%) penggunaan bahasa sarkas yang tergolong ke dalam jenis *dirty sarcasme* dengan indikator (b) “**pragmatik sosialisasi**” yang merupakan salah satu prinsip dari teori pragmatik. Dan tidak terdapat jenis *dirty sarcasme* dengan indikator tersebut sebanyak 27 (24.4%) dari jumlah populasi sebanyak 32 (100%) sampel yang terindikasi sebagai bahasa sarkas pada periode 29 Juli – 23 September 2023.

Dari hasil tabel frekuensi diatas, dapat dilihat bahwa Alfa Abdurrahman pada kanal youtubnya @hawariyyun periode 29 Juli – 23 September 2023 lebih dominan menggunakan *Dirty Sarcasme* terdapat 19 sampel yang masuk kedalam kategori *Dirty Sarcasme* dengan jumlah percent 59.4 % dibanding

Smart Sarcasme terdapat 13 sampel yang tergolong kedalam kategori tersebut dengan jumlah percent 40.6% .

2. Jenis Sarkasme yang digunakan

Pada penelitian ini, terdapat dua jenis sarkasme yang digunakan oleh Alfa Abdurrahman pada channel youtube @hawariyyun periode 29 Juli – 23 September 2023 , di antaranya sebagai berikut :

1) *Smart Sarcasme*

Sarkas jenis ini merupakan sarkas dalam bentuk sindiran yang diungkapkan dengan kecerdasan, kehalusan, dan kecermatan. Dengan melibatkan kecerdasan dalam pemilihan kata dan kelancaran dalam mengungkapkan sindiran sehingga kata tersebut dapat diartikan lebih dalam. Juga sering dikaitkan dengan unsur humor, sehingga ejekan tersebut mengundang tawa ataupun audiens mengakui kecerdasan atau kehalusan makna pesan karena jenis sarkas ini tidak terlalu kasar dan merendahkan sehingga dapat lebih diterima oleh audiens dan mampu membawa pesan kritis.³³

Contoh *smart sarcasme* pada penelitian ini terdapat pada konten dakwah oleh Alfa Abdurrahman dalam channel youtube @hawariyyun dengan judul “**Overshare = Telanjang Depan Umum**” yang di upload pada tanggal 09 Agustus 2023 dengan jumlah durasi waktu 06 : 31 menit dan 7.551 tayangan dengan jumlah yang menyukai sebanyak 784. Kalimat jenis *smart sarcas* terdapat pada waktu 05 : 22 yaitu “visi rasulullah mungkin terdengar gila”.

³³ Surya, R., & Wirawan, N. A. (2023). ANALISIS SARKASME PADA RUBRIK ESAI MOJOK. CO. *Law Journal of Mai Wandeu*, 3(2),

Ungkapan sarkas tersebut di anggap sebagai sarkas yang jenius dikarenakan mengandung unsur sindiran yang cermat dan cerdas dalam penyampaian pesan, dimana kata “gila” digunakan untuk menyindir namun lebih terarah dan menciptakan efek yang dramatis, dan kehalusan dalam menyampaikan pesan.

2) *Dirty Sarcasme*

Berbeda dengan *smart sarcasme*, sarkas jenis ini adalah sarkas yang menggunakan bahasa dan eksperesi yang bersifat kasar, merendahkan dan mengolok – olok dan tidak melibatkan kecerdasan didalamnya, penyampaian pada sarkas ini cenderung tidak mengarah pada kehalusan namun diungkapkan secara terang terangan tanpa mencoba menyembunyikan ketajaman atau kekasaran bahasa.

Contoh *dirty sarcasme* pada penelitian ini terdapat pada konten dakwah oleh Alfa Abdurrahman dalam channel youtube @hawariyyun dengan judul “**Kerakusan Manusia**” yang di upload pada tanggal 29 Juli 2023 dengan jumlah durasi waktu 07 : 11 menit dan 2.476 tayangan dengan jumlah yang menyukai sebanyak 306. Kalimat jenis *dirty sarcas* terdapat pada waktu 03:40 yaitu “makhluk rakus itu bernama manusia”. Dianggap sebagai dirty sarcas karena menyajikan kalimat manusia dalam konteks yang sangat negatif dan merendahkan, mengandung sindiran yang kasar dan tidak menghadirkan konteks manusia yang positif didalamnya.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari pembahasan pada bab sebelumnya peneliti dapat menyimpulkan bahwa Alfa Abdurrahman dalam channel youtube pribadinya @hawariyyun berperan sebagai orang yang menyiarkan ajaran Islam melalui media digital salah satunya *platform* youtube. Setelah melakukan analisa data pada bab sebelumnya dengan menggunakan metode penelitian analisis isi melalui pendekatan kuantitatif, maka peneliti mengambil kesimpulan pada bab penutup ini yang menjawab rumusan masalah yang terdapat pada bab pertama. Kesimpulan analisis kuantitatif pada penggunaan bahasa sarkasme pada konten dakwah oleh Alfa Abdurrahman periode 29 Juli – 23 September 2023 dengan judul “Analisis Penggunaan Bahasa Sarkasme Dalam Konten Dakwah Pada Channel Youtube @Hawariyyun” sebagai berikut :

a) Frekuensi Penggunaan Bahasa Sarkasme

Dari pengolahan data dapat diketahui bahwa dalam masa periode 29 Juli – 23 September 2023 hawariyyun menghasilkan 15 konten dakwah dan terdapat 12 konten yang menggunakan bahasa sarkasme. Dan terdapat 32 populasi sampel yang menggunakan bahasa sarkasme selama periode tersebut dengan hasil nilai reliabel 0.88 (sangat reliabel). Dan memperoleh data frekuensi penggunaan bahasa sarkasme dengan jenis *Smart Sarkasme* sebanyak 13 kali ungkapan dengan nilai persen yang berjumlah 40.6 % dan *Dirty Sarkasme*

sebanyak 19 kali dengan nilai persentasi 59. 4% yang menunjukkan bahwa hawariyyun dominan menggunakan *Dirty Sarcasme* pada periode tersebut.

b) Jenis – Jenis Sarkasme yang digunakan

Dari hasil data pada bab bab sebelumnya terdapat 2 jenis sarkas pada konten dakwah yang disajikan oleh hawariyyun pada periode 29 Juli – 23 September 2023 di antaranya :

- 1) *Smart Sarcasme*
- 2) *Dirty Sarcasme*

B. Saran

Dengan penelitian ini, saran saran peneliti adalah sebagai berikut :

1. Untuk meningkatkan efektivitas pesan dakwah, disarankan untuk meninjau kembali penggunaan sarkasme yang digunakan, pertimbangkan untuk mengurangi intensitas sarkasme dengan memilih bahasa yang jauh lebih halus.
2. Memperhatikan etika dakwah yang konsisten dengan nilai nilai agama, dengan menekankan prinsip-prinsip moral dalam berkomunikasi.
3. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi dalam penelitian selanjutnya khususnya penelitian kuantitatif yang membahas penggunaan bahasa.
4. Sebagai mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi besar harapan semakin banyak konten dakwah yang ditemui dimedia sosial khususnya youtube, sehingga masyarakat mudah mendapatkan informasi mengenai pengetahuan agama.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku :

- Jasafat. (2019). *Konvergensi Media Dakwah*. Banda Aceh: Ar-Raniry Press.
- Zuchri Abdussamad, S. M. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar: Syakir Media Press
- Sugyono. 2014. *Metode Penelitian: kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

B. Jurnal :

- Ahmad, J. (2018). Desain penelitian analisis isi (Content analysis). *Research Gate*, 5(9).
- Aidah, N. (2018). *Respon mahasiswa komunikasi penyiaran Islam angkatan 2014 terhadap dakwah Ustad Evie Effendi penelitian pada mahasiswa KPI Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung* (Doctoral dissertation, UIN Sunan Gunung Djati Bandung).
- Al Kusani, M. (2019). Analisis Konten Dakwah Remaja Dalam Akun Instagram@ hanan_attaki. *Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto*.
- Fathoni, T., Asfahani, A., Munazatun, E., & Setiani, L. (2021). Upaya peningkatan kemampuan public speaking pemuda sragi ponorogo. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 2(1).
- Fauzan, F. *Pengaruh Vlog Dakwah Hawaariyyun Terhadap Peningkatan Pengetahuan Agama Islam Pada Subscriber Hawaariyyun di Youtube* (Bachelor's thesis, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Fitriani, A. (2018). *Analisis isi pesan dakwah Ustadz Hanan attaki dalam akun youtube pemuda hijrah* (Bachelor's thesis, Jakarta: Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah).
- Heru, A. (2018). Gaya bahasa sindiran ironi, sinisme dan sarkasme dalam berita utama harian kompas. *Jurnal pembahsi (pembelajaran bahasa dan sastra indonesia)*, 8(2).
- Indriastuti, F., & Saksono, W. T. (2014). Podcast sebagai sumber belajar berbasis audio audio podcasts as audio-based learning resources. *Jurnal Teknodik*.

- Islamy, H. (2021). *Dakwah melalui Podcast: Analisis isi pesan dakwah pada Spotify dalam kanal Podcast Pengen Bahagia Hawaariyyun_Periode Bulan Januari 2021* (Doctoral dissertation, UIN Sunan Gunung Djati Bandung).
- Mahmudah, S. M., & Rahayu, M. (2020). Pengelolaan konten media sosial korporat pada instagram sebuah pusat perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(1).
- Mashud, M. (2019). Konsep dan Ruang Lingkup Sosiologi Komunikasi.
- Moh Barirul Umam, U. (2023). *Strategi Penyampaian Pendidikan Agama Islam dan Budi Pekerti untuk Menanamkan Nilai Nilai Karakter Pada Siswa di Sekolah Menengah Pertama Negeri 2 Mayang-Jember* (Doctoral dissertation, PASCASARJANA UIN KHAS JEMBER).
- Nabilah Nurhikmah, A. (2021). *Upaya Guru Pendidikan Agama Islam dalam Mengurangi Canda Sarkasme di Kalangan Siswa (Studi Kasus di Sekolah Menengah Pertama Negeri 11 Jember)* (Doctoral dissertation, Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan Program Studi Pendidikan Agama Islam).
- Nazar, N., & Sadida, Q. (2022). Penerapan Prinsip Komunikasi Qaulan Sadida Dalam Dakwah Ustadz Adi Hidayat Di Channel Youtube Adi Hidayat Official.
- Pangestu, P. P. (2021). Efektivitas Dakwah Hadis dalam Media Sosial: Analisis atas Teori Framing Robert N. Entman. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 6(1).
- Surur, A. M. (2018). Peningkatan Kemampuan Khatabah (Public Speaking Skill) Santri Ma'had Darul Hikmah IAIN Kediri. *Ijaz Arabi Journal of Arabic Learning*, 1(2).
- Surur, A. M. (2018). Peningkatan Kemampuan Khatabah (Public Speaking Skill) Santri Ma'had Darul Hikmah IAIN Kediri. *Ijaz Arabi Journal of Arabic Learning*, 1(2).
- Surya, R., & Wirawan, N. A. (2023). Analisis Sarkasme Pada Rubrik Esai Mojok.Co.Law *Journal of Mai Wandeu*, 3(2).
- Yanti, R. (2019). *Peningkatan Kemampuan Public Speaking Melalui Metode Pelatihan Kader Pada Organisasi ISKADA* (Doctoral dissertation, UIN Ar-raniry).
- Zaini, A. (2013). Dakwah melalui internet. *AT-TABSYIR STAIN Kudus*, 1(1).

C. Referensi lain :

<https://quran.nu.or.id/thaha/44#:~:text=Berbicaralah%20ka>

<https://tafsirweb.com/5286-surat-thaha-ayat-44.html>

UCW_PaCOt3kyMlfGa1Vv7Lw

