

ANALISIS SEMIOTIK STRATEGI DAKWAH HUMOR AKUN INSTAGRAM NUNUZOO

Saida Nafisah Abdullah^{1,a)}, Yayah Nurhidayah^{2,b)}

^{1,2}Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Jl. Perjuangan By Pass Sunyaragi Cirebon

e-mail: ^{a)}aidapunya14@gmail.com, ^{b)}yayah.nurhidayah@syekh Nurjati.ac.id

ABSTRACT

Besides Nunuzoo's video account, which is fairly young, Nunuzoo uses social media to preach with the characteristics of humor, even though humor itself is often connoted as a form of ridicule. But Nunu proved that innovation in humor could also be combined in da'wah, with the help of the semiotic theory of Ferdinand de Saussure, analyzed signs and markers on the preaching of humor to be understood by the target mad'u, namely teenagers.

This study aims to determine the implementation of da'wah strategies with humor tactics in the Nunuzoo Instagram account, the meaning of da'wah contained in the Nunuzoo Instagram account, and to know the markers and signs in the Nunuzoo Instagram video through semiotic analysis of Ferdinand de Saussure

This research is a type of qualitative research, with a semiotic analysis approach modeled by Ferdinand De Saussure, the object of research is a video that was reported in the period of January 2018. The technique of collecting data using observation and documentation. Data analysis techniques using dynamic models with steps: 1.) determine interesting topics; 2.) formulating problems; 3.) determine analysis theory; 4.) classification of analysis results; 5.) and conclusions. The results show that 1.) the Nunuzoo Instagram implements da'wah strategies sensory strategies (al-manhaj al-hissi), rational strategies (al-manhaj al-'aqli), and sentimental strategies (al-manhaj al-athifi) by packaging the three strategies with humor; 2.) Instagram @nunuzoo videos in the period of January 2018, can have meaning or interpretation of signs of da'wah such as optimism, prayer, effort, slang still in accordance with the Shari'a, and competing in goodness; 3.) markers are sounds, images, and graffiti that form words on a page. Whereas the signs are the concepts and meanings of each verbal and nonverbal form of video on @nunuzoo's Instagram.

Keywords: *Da'wah Strategy, Humor, Video Instagram, Semiotics*

ABSTRAK

Video akun instagram Nunuzoo selain terbilang muda, Nunuzoo memanfaatkan media sosialnya untuk berdakwah dengan karakteristik humor, padahal humor sendiri sering di konotasikan sebagai bentuk dari ejekan. Namun Nunu membuktikan dengan inovasi humor juga bisa digabungkan dalam dakwah, dengan bantuan teori semiotik dari Ferdinand de Saussure, dianalisis tanda dan penanda pada dakwah humor agar dipahami oleh sasaran mad'unya yaitu anak remaja.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi strategi dakwah dengan taktik humor dalam akun instagram Nunuzoo, makna dakwah yang terkandung dalam akun instagram Nunuzoo, dan mengetahui penanda dan pertanda dalam video instagram Nunuzoo melalui analisis semiotik Ferdinand de Saussure

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif, dengan pendekatan analisis semiotika model Ferdinand De Saussure, objek penelitian yaitu video yang di unggah pada periode Januari 2018. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan model dyanic dengan langkah-langkah: 1.) menentukan topik menarik; 2.) merumuskan masalah; 3.) menentukan teori analisa; 4.) klasifikasi hasil analisa; 5.) dan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1.) instagram Nunuzoo mengimplementasikan strategi dakwah Strategi indriawi (al-manhaj al-hissi), Strategi rasional (al-manhaj al-'aqli), dan Strategi sentimental (al-manhaj al-athifi) dengan mengemas ketiga strategi tersebut dengan humor; 2.) video instagram @nunuzoo pada periode Januari 2018, dapat memiliki pemaknaan atau interpretasi terhadap tanda-tanda dakwah seperti optimis, berdoa, usaha, gaul tetap sesuai syariat, dan berlomba dalam kebaikan; 3.) penanda adalah bunyi, gambar, dan coretan yang membentuk kata di suatu halaman. Sedangkan pertanda yaitu konsep dan makna-makna dari setiap bentuk verbal dan nonverbal video di instagram @nunuzoo.

Kata Kunci: Strategi Dakwah, Humor, Video Instagram, Semiotika

1. Pendahuluan

Humor merupakan ikhtiar dakwah agar manusia, sebagai penerima dakwah atau yang didakwahi, tidak merasa tegang, marah, jenuh, dan sebagainya. Dengan bakat atau keunggulan pendakwah, tampilan dakwah dikemas sedemikian rupa, seperti menyisipkan humor, syair, atau pantun, dan mungkin juga lagu-lagu yang bersifat menghibur dan menggembarakan. (Tajiri. 2015: 116)

Namun demikian, humor dalam dakwah tidak hanya harus dipahami sebagai seni, melainkan pendakwah harus memperhatikan substansi dakwah menuju kebaikan, sehingga humor tidak menggeser hakikat tabligh sebagai kegiatan normatif semacam dagelan dan guyonan belaka. Humor yang *'berlebihan'* juga dapat membuat mad'ua merasa terganggu, apalagi isi humor tersebut sudah mengarah kepada sesuatu yang dilarang oleh Allah SWT,

seperti humor yang rasis, berisi hinaan, penodaan, dan citra stigmatis terhadap seseorang, lembaga, agama ras atau golongan. Menurut Aang Ridwan (2010) Humor seperti ini masuk kekategori humor fasid, karena humor ini tidak berisi *ibrah*. (Tajiri, 2015: 131). Allah SWT juga akan memberikan hukuman seperti yang terdapat dalam Qur'an surat Lukman ayat 6, yaitu berbicara yang tidak berguna, atau mengolok-olok suatu golongan.

Dewasa ini, Media yang semakin beragam jenis dan karakternya, dengan jangkauan yang semakin mudah dan luas, umat islam dan masyarakat umum dunia pada umumnya, kini semakin memiliki banyak alternatif dalam mengakses berbagai informasi tanpa hambatan. Melalui fasilitas internet umat islam kini semakin mudah membuka semua pintu informasi tanpa kecuali. Pada sisi lain ketika kekuatan media itu mulai menyentuh wilayah-wilayah yang dinilai bersebrangan dengan norma-norma yang berlaku, media pun tak jarang menuai kritik bahkan penolakan. (Asep, 2012: 58).

Menurut hasil *survei WeAreSocial.net dan Hootsuite*, Instagram merupakan *platform* media sosial dengan jumlah pengguna terbanyak ke tujuh di dunia. Selain sebagai jejaring sosial untuk berbagi foto, Instagram digunakan untuk memasarkan produk bisnis. Total pengguna Instagram di dunia mencapai angka 800 juta pada Januari 2018. Dan Indonesia menempati peringkat ke-3 terbesar di dunia.¹

Ada beberapa da'i yang juga aktif menggunakan instagram sebagai media *dakwah* seperti pasangan suami istri ustadz Hanan Attaki dengan username @hanan_attaki dan ustadzah Haneen Akira @haneenakira, ustadz Adi Hidayat

@ustadzadhidayat, ustadz Khalid Basalamah @ustadz.khalidbasalamah, sampai pada yang sering menuai kontroversi ustadz Abdul Somad @ustadzabdulsomad.

Salah satu da'i sekaligus selebgram yang sering membuat video lucu adalah dengan username @nunuzoo dengan nama asli Nurul Azka adalah salah satu mahasiswi di Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. Berbeda dengan da'i lainnya nunu terbilang masih muda dan selalu menyiarkan pesan agama dengan menggunkan video-video dakwahnya. Unsur humor menjadi karakteristik utama video Nunu, gaya penyampaiannya yang khas dengan sinkronisasi antara musik, mimik wajah, dan pesan yang ingin disampaikan tak jarang menjadi hiburan yang bermakna. Nunu bahkan menjadikan kedua orangtua, teman dan neneknya untuk ikut memerankan video dakwahnya.

Strategi dakwah yang digunakan oleh @nunuzoo selalu mempunyai unsur humor yang dikemas @nunuzoo dengan jenaka, namun dibalik itu semua terdapat juga bebberapa tanda-tanda yang dapat diidentifikasi untuk melihat berbagai motif dari isi video-video instagram @nunuzoo, baik dari bahasa/verbal maupun nonverbal.

Penulis tertarik dengan menggunakan pisau analisa dengan analisis semiotik dari Ferdinand de Saussure karena semiotika ini adalah semiotika strukturalis dan bagi penulis Semiotika Saussure pun cocok untuk menganalisa bahasa dan gerak tawa Nunu dalam penyajian video-video nya, penekanan bahasa dalam video dakwah dengan humor juga sangat dominan.

Hal tersebut mungkin bisa menjadi perhatian khusus bagi Mahasiswa KPI (Komunikasi dan Penyiaran Islam) mengingat sebagai sebuah kajian keilmuan yang sedang di tempuh, menjadi seorang da'i pun adalah sebuah prospek keahlian yang bisa saja terjadi dimasa mendatang, dengan

¹<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/09/berapa-pengguna-instagram-dari-indonesia> (diakses pada 12/14/1018 pada pukul 22:36)

berbagai inovasi dengan gaya remaja masa kini dalam menyampaikan dakwah yang lebih menarik dan membahagiakan. Hal tersebut bisa dibangun sejak duduk dibangku kuliah agar lebih terciptanya kepercayaan diri dalam beragama sebagai generasi penerus pegiat dakwah.

1.1 Rumusan masalah

Adapun rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Bagaimana implementasi strategi dakwah dengan taktik humor dalam akun instagram Nunuzoo?
- b. Makna dakwah apa saja yang terdapat pada akun instagram Nunuzoo?
- c. Bagaimana penanda dan pertanda dalam video instagram Nunuzoo melalui analisis semiotik Ferdinand de Saussure?

1.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan deskripsi latar belakang yang telah dipaparkan diatas maka tujuan penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui implementasi strategi dakwah dengan metode humor dalam akun instagram Nunuzoo.
- b. Untuk mengetahui makna dakwah yang terdapat dalam akun instagram Nunuzoo.
- c. Untuk mengetahui penanda dan pertanda dalam video instagram Nunuzoo melalui analisis semiotik Ferdinand de Saussure.

1.3 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan yang dihasilkan dengan adanya penelitian ini adalah:

- a. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa memperkaya khasanah ilmu komunikasi dan dakwah melalui media sosial khususnya instagram dalam menyajikan konten dakwah yang menarik perhatian kalangan anak muda masa kini khususnya mahasiswa KPI IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

- b. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan kontribusi positif bagi para pegiat dakwah di media sosial dan sebagai persyaratan akademisi penulis untuk bisa meraih kelulusan strata 1.

1.4 Semiotika Ferdinand de Saussure

Secara etimologis, istilah semiotik berasal dari kata Yunani *semeion* yang berarti “tanda”. Tanda itu sendiri didefinisikan sebagai sesuatu yang atas dasar konvensi sosial yang terbangun sebelumnya, dapat dianggap mewakili sesuatuyang lain.

Secara terminologis, semiotik deapat didefinisikan sebagai ilmu yang mempelajari sederetan luas objek-objek, peristiwa-peristiwa, seluruh kebudayaan sebagai tanda. Van Zoest (199:5) mengartikan *semiotik* sebagai “ilmu tanda (*sign*) dan segala yang berhubungan dengannya: cara berfungsinya, hubungannya, dengan kata lain, pengirimannya, penerimaannya, oleh mereka yang mempergunakannya” (Sobur, 2009: 95-96).

Prinsip dari teori Saussure ini mengatakan bahwa bahasa adalah sebuah sistem tanda, dan setiap tanda itu tersusun dari dua bagian, yakni *signifier* (penanda) dan *signified* (pertanda). Tanda adalah kesatuan dari suatu bentuk penanda (*signifier*) dengan sebuah ide atau pertanda (*signified*). Tanda adalah seluruh yang dihasilkan dari asosiasi penanda dengan pertanda. Hubungan antara *signifier* dan *signified* disebut sebagai ‘signifikasi’, dan ini diwakili dalam diagram Saussurean (Vera, 2014: 19).

1.5 Strategi dakwah

Strategi dakwah adalah perencanaan yang brisi rangkaian kegiatan yang didesain untuk mencapai tujuan dakwah tertentu. Ada tiga macam strategi dakwah menurut Al-Bayununi dalam (Aziz, 2014):

- a. Srtategi Sentimentil (*al-manhaj al-’athifi*) adalah dakwah yang memnfokuskan aspek hati dan

menggerakkan perasaan dan batin mitra dakwah.

- b. Strategi Rasiomal (*al-manhaj al-'aqli*) adalah dakwah dengan berapa metode yang memfokuskan pada aspek akal pikiran. Strategi ini mendorong mitra dakwah untuk berpikir, merenungkan, dan mengambil pelajaran. Penggunaan hukum logika, diskusi, atau penampilan.
- c. Strategi Indriawi (*al-mahaj al-hissi*) juga dapat dinamakan dengan strategi eksperimen atau strategi ilmiah. Ia didefinisikan sebagai sistem dakwah atau kumpulan metode dakwah berorientasi pada panca indra dan berpegang teguh pada hasil penelitian dan percobaan.

1.6 Humor

Banyak teoretisi Sekologi berpendapat bahwa humor adalah mekanisme untuk beradaptasi. Menurut Thorson, dalam Mulyana (2008) humor dapat digunakan sebagai pertahanan melawan rasa takut, dan memungkinkan orang memperoleh kendali atas peristiwa yang tak dapat mereka kontrol. Sedangkan McDougall berpendapat, salah satu peran humor adalah membantu pertahanan melawan realitas kehidupan yang suram; sementara Leiber berkilah bahwa lelucon sering dibuat mengenai hal-hal paling ditakuti, dan bahwa ketawa memungkinkan penjagaan jarak, melepaskan ketegangan dan sekaligus kelegaan.

Nasihat melalui humor, bukan hanya membuat suasana menjadi segar dan tidak tegang, tetapi bisa menerima pesan dari nasihat tersebut dengan rasa senang. Dengan demikian, humor dalam konteks menyampaikan kebaikan merupakan salah satu media untuk membuka hati dan pikiran seseorang. Dengan humor, seseorang dibuat luluh hatinya, sehingga hati yang asalnya keras bagaikan batu dan suasana yang asalnya tegang dan kaku bisa menjadi cair yang memudahkan seseorang untuk

memrima nasihat atau petuah. (Muhibbuddin, 2018: 11)

1.7 Media Sosial (Instagram)

media sosial adalah “medium internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual” (Rulli, 2017: 11).

Instagram merupakan salah satu dari media dakwah yang menjadi pilihan para pegiat dakwah masa kini, selain memiliki daya pengirim informasi kepada khalayak dengan cepat, dakwah melalui instagrampun menjadi menarik dengan komunikasi yang tidak hanya satu arah, bahkan semua penggunapun bisa langsung berinteraksi dengan da'i melalui kolom komentar, atau pada fitur *live* di instagram.

2. Metodologi Penelitian

Dalam penelitian menggunakan kualitatif, yaitu jenis penelitian yang temuan temuannya tidak diperoleh melalui prosedur kuantifikasi, perhitungan statistik atau bentuk cara-cara lainnya menggunakan ukuran angka. Kualitatif berarti sesuatu yang berkaitan dengan aspek kualitas, nilai atau makna yang terdapat dibalik fakta. Kualitas, nilai atau makna hanya dapat diungkapkan dan dijelaskan melalui linguistik, kata-kata, atau bahasa. (Gunawan, 2015:82)

Pendekatan pada penelitian ini adalah semiotika deskriptif yaitu semiotik yang memperhatikan sistem tanda yang dapat dialami oleh setiap orang, misal sistem tanda tertentu atau cara tertentu yang dijelaskan secara deskriptif. Charles Sanders Peirce mendefinisikan semiotika sebagai studi tentang tanda dan segala sesuatu yang berhubungan dengannya, yakni cara berfungsinya hubungannya dengan tanda-tanda lain, pengirimannya, dan penerimanya

oleh mereka yang mempergunakannya. (Vera, 2014: 2).

Metode Semiotika ini bertujuan membongkar makna konotatif yang tersembunyi dalam teks media secara menyeluruh, metode ini juga menganalisis data audit, teks, audiovisual baik yang berbentuk verbal maupun nonverbal.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah observasi dan dokumentasi. Tahapan observasi menurut Miles dan Haberman yaitu: reduksi data, display data, dan penarikan kesimpulan. Sedangkan dokumentasi berupa gambar pada 3 video pada periode Januari 2018, yang penulis bagi dalam scene per scene sebanyak 21 scene.

3. Hasil dan Pembahasan

Dari kedua puluh satu scene tersebut, terdapat teks atau kata-kata di bawah frame, yaitu:

- a. Video pertama : *Instagram: @Nunuzoo*, “*kita memasuki tahun 2018*”, “*resolusi kalian di tahun ini apa?*”, “*OMONG KOSONG BUK!*”, “*kalo ujung-ujungnya gak tercapai*”, “*Skenario hidup yang terbaik datangnya hanya dari ALLAH*”, “*resolusi saya tahun ini Cuma satu bu*”, “*jadi anak yang sopan*”, “*#kentut sembarangan*”, dan “*TAG SAHABAT KALIAN YANG KENTUT SEMBARANGAN*”.
- b. Video kedua: *Instagram: @Nunuzoo*, “*hah apaan nih? Kids zaman now! wah lagi ngetren nih, gue harus ikutan gak boleh ketinggalan jaman!*”, “*hah kids zaman now apaan tuh?*”, “*ini loh nu, kelakuan anak jaman sekarang, nongs di kafe-kafe mahal sambil main mobile legend, baju kudu fashionable. Gaul lah pokoknya mah*”, “*gaul? Bukan berarti harus meninggalkan perintah Allah kan?.. coy boleh ngikutin jaman, boleh jadi anak gaul, tapi jangan sampai kita menyalahi syariah dan melupakan akhirat. Tetap taat meski jadi anak gaul sob!*”, “*allahumma shalli wasalim ala*”, dan “*#mama jama now*” dan “*#kena sembrutan maut*”
- c. Video ketiga: *Instagram: @Nunuzoo*, *Sahabat Cuma satu, sahabat gerombolan, sabar ya eka ya, gue JANJI kok, eh eh, lu tau gak sih?!*, *Instagram si Eka!, di hack MIMI PERI!*, *SAHABAT CEPU JANGAN DITIRU!*, *Sahabat jadi Cinta, Napa jadi emak bapaknya yang jatuh cinta : (, Sahabat terbaik ialah.., Sahabat yang selalu mengajak kita dalam hal kebaikan.., Sahabat Lillahi ta’ala, tag sahabat lu cuy*, dan beberapa scene tanpa teks seperti ilustrasi kesenangan bersama teman, kemudian teman *cepu*, pertemanan antara lawan jenis yang dapat menyebabkan jatuh cinta, dan sholat serta tadarus berjamaah.

Unsur verbal dan nonverbal dalam setiap video tersebut saling berkaitan satu sama lain sehingga membentuk satu kesatuan skenario dalam video yang menjadi konten andalan Nunuzoo dalam berdakwah dengan metode humor melalui instagram. Dalam hal ini video pertama, kedua, dan ketiga mewakili isi dari dari instagram @nunuzoo. Ketiga video tersebut mempunyai tema yang berkaitan dari scene per scene, yang dimana latar yang digunakan oleh Nunu sangat sederhana dengan peralatan seadanya seperti pada video pertama dan kedua yang hanya berlatar halaman rumah dan video yang ketiga di halaman kampus.

Unsur humor juga terdapat dari beberapa setiap scene tetapi ada beberapa scene yang paling menonjol yaitu scene keenam, kesebelas, keduabelas, pada video satu dan dua, kemudian pada video ketiga yang diawali dengan scene humor dari scene ketigabelas sampai ketujuh belas. Sedangkan unsur dakwah paling terlihat berdasarkan

temuan penulis dalam adegan dan tulisan yaitu pada scene ketiga, keempat, kelima, kesepuluh, keenambelas, kedelapanbelas, kesembilanbelas, dan kedua puluh. Dan selebihnya adalah intro cerita.

Hasilnya unsur humor juga melekat pada unsur dakwah yang seimbang yaitu 8 scene humor dan 8 scene dakwah, makna dari apa yang ingin Nunu sampaikan bukan terdapat pada Unsur dakwahnya saja, tetapi terdapat pada unsur humor dengan mengemas beberapa strategi dakwah. Seperti beberapa makna pesan mulai dari video pertama (menjadi orang yang selalu mempunyai mimpi, berusaha, terus berharap skenario terbaik dari Allah, serta berperilaku sopan), video kedua (menjadi anak yang mengikuti perkembangan zaman tetapi tidak lupa akan syariat dan akhirat serta keakraban dan kasih sayang bersama orang tua), dan video ketiga (berteman dengan siapapun tapi harus memprioritaskan teman yang selalu mengajak dalam hal kebaikan). Yang semuanya dikemas dengan beberapa tingkah laku Nunu dan teman-temannya dalam berakting seperti bertingkah aneh disertai musik yang mendukung adegan scene tersebut.

Strategi indriawi (*al-manhaj al-hissi*): Nunu memberi warna baru dengan memanfaatkan media sosial seperti instagram, Nunu menggunakan strategi ini dengan pembuatan video dakwah singkat dalam akun instagramnya. Dalam sample video tersebut penulis menemukan beberapa hasil dari fenomena sosial yang coba Nunu hadirkan dalam bentuk skenario pembuat video, seperti Nunu fenomena resolusi awal tahun, fenomena anak zaman sekarang, dan relasi pertemanan anak muda. Yang kesemuanya selalu terdapat makna dakwah.

Strategi rasional (*al-manhaj al-'aqli*): dalam instagram Nunuzoo unsur humor memang menjadi karakteristik dalam setiap videonya. Artinya Nunu tetap

mengundang pengikutnya untuk menggunakan aspek pikiran tetapi bukan dengan cara penggunaan hukum logika atau dengan berdiskusi (yang harus dilakukan secara mendalam dan serius), namun dengan cara memberikan hiburan agar tetap bisa menjadi ranangan dan menjadi pelajaran untuk para pengikutnya. Seperti dalam sample video tersebut, Nunu terlebih dahulu menyajikan berbagai macam fakta tentang pesimistik, ikut-ikutan trend kehidupan anak muda, dan beberapa tipe sahabat yang disertai dengan beberapa adegan gurauan yang dapat mengundang tawa orang yang menonton, namun Nunu tidak memberikan pembenaran namun nunu memberikan anjuran untuk lebih mendekatkan diri pada Allah.

Strategi sentimental (*al-manhaj al-athifi*): dalam strategi ini digunakan untuk memfokuskan aspek hati dan menggerakkan perasaan serta batin mitra dakwah dengan memberi nasihat yang berkesan dan penuh kelembutan. Dalam kacamata humor memang strategi ini dirasa kurang menjadi pertimbangan yang paling signifikan, karena konotasinya adalah seakan mengejek/mengolok. Dalam video instargam Nunu, banyak video yang dibuat berupa parodi atau fenomena sosial, namun Nunu tetap selalu mengedepankan aspek kemanusiaan. Semua adegan humor hanya dibuat secara berlebihan untuk mengundang tawa, setelah itu nunu selalu hadir dan memberikan pesan-pesan bermakna yang humanis untuk mengajak pengikutnya dalam melaksanakan ibadah dan berbagi kebaikan kepada orang lain. Seperti dalam sample pada ketiga video tersebut semuanya selalu mempunyai anjuran untk selalu berdasarkan Allah seperti dalam scene keempat, kesepuluh, dan kedelapanbelas.

Artinya hal itu yang menjadi benang merah video tersebut, namun tetap dikemas dengan unsur humor agar bisa diterima oleh

kalangan anak muda, tanpa harus membenci siapapun, kemudian disertai dengan ajakan Nunu untuk menandai pengguna lain (teman yang juga menggunakan instagram) agar bisa saling mengingatkan satu sama lain dalam hal kebaikan.

Metodenya, Nunuzoo menggunakan pembuatan video instagram sebagai media dakwah dengan fitur *share* video yang berdurasi satu menit, Nunu membuat *scene* yang sederhana namun semua pesan dapat tersampaikan kepada mitra dakwahnya (*follower*), dengan menggunakan teknik pengambilan video

Taktik ini menjadi karakter utama dalam setiap video yang dibuat Nunu, yaitu Humor mulai dari perilaku, mimik wajah, warna *frame*, dan musik. Seperti video yang penulis jadikan sampel dengan judul “Resolusi Omong Kosong” “Kids Zaman Now” dan “Macam-Macam Sahabat” tersebut, dari pembukaan alurnya Nunu sudah menyajikan ilustrasi akting yang bisa membuat mitra dakwahnya tertawa seperti kelakuan bergurau bersama teman (hal *konyol*) dan dengan ibunya. Namun ketika memberikan nasihat Nunuzoo mengurangi unsur Humornya dengan lebih tersenyun dan membuat ilustrasi dakwah yang sebenarnya yaitu mengajak untuk kebaikan seperti berperilaku sopan, gaul tetapi tetap islami, shalat berjamaah, dan tadarus Al-Qur’an bersama.

Daftar Pustaka

- Ali, Moh Aziz. (2004). *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Ardianto, Ervinaro. (2012). *Komunikasi Massa*. Bandung: Simbosa Rekatama Media.
- Bungin, Burhan. (2012). *Penelitian kualitatif*. Jakarta: Kencana
- _____. (2008). *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana
- Danesi, Marcel. (2010). *Pengantar Memahami Semiotika Media*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Effendy, Onong. (2013). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya Offset.
- Gunawan, Imam. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif*, Jakarta: BumiAksara.
- Hefni, Harjani. (2015). *Komunikasi Islam*. Jakarta: Kencana
- Herdiansyah, Haris. (2010). *Metodologi penelitian kualitatif*, Jakarta: Salemba Humanika.
- Liliweri, Alo. (2011). *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana.
- Mihibuddin, Muhammad. *Humor Sufi Para Wali dan Kiai*. Yogyakarta: Araska.
- Mulyana, Deddy. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- _____. (2008). *Komunikasi Humoris*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media
- Moeliono, Anton M. Dkk. (1990). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Nasrullah, Rulli. (2017). *Media Sosial perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.
- Saeful, Asep. (2012). *Komunikasi Dakwah teori, pendekatan, dan aplikasi*. Bandung : Simbiosa Rekatama Media
- Sanjaya, Wina. (2012). *Media Komunikasi Pembelajaran*. Jakarta: Kencana.
- Severin, Werner J & James, W. Tankard, (2011). *Teori Komunikasi Sejarah, Metode, & Terapan di dalam Media Massa*. Jakarta: Kencana Media Group.

- Subandy, Idi. (2004). *Sinarnya “Komunikasi Empatik” Krisis Budaya dalam Masyarakat Kontemporer*. Bandung: Pustaka Bani Quraisy
- Sugiyono. (2008). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sobur, Alex. (2013). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- _____. 2009. *Analisis Teks Media*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Tajiri, Hajir. (2015). *Etika dan Estetika Dakwah perspektif teologis, filosofis, dan praktis*. Bandung: Simbiosis Rekama Media
- Vera, Nawiroh. (2014). *Semiotika Dalam Riset Komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia.