

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Fenomena dakwah yang terjadi pada masyarakat awam Indonesia masih sebatas asumsi bahwa dakwah adalah ceramah, pengajian, atau khutbah. Padahal secara terminologi, dakwah meliputi segala aspek kegiatan manusia yang mengajak pada kebaikan. Termasuk memanfaatkan dunia hiburan atau *entertainment* sebagai media sekaligus metode dalam berdakwah. Seperti melalaui film, musik, pentas seni, serta pertunjukan *stand up comedy* yang akhir-akhir ini banyak diminati oleh masyarakat, khususnya kalangan muda.

Stand up comedy sendiri merupakan seni berkomedi yang lebih mengutamakan bahasa dan teknik bercerita. Karena dalam melakukan pertunjukan *stand up comedy*, seorang komika (sebutan untuk pelaku *stand up comedy*) harus melucu dengan cara monolog dihadapan penontonnya langsung.³ Namun, sumber atau bahan lelucon dalam *stand up comedy* harus berasal dari sebuah keresahan. Baik keresahan pribadi komika itu sendiri atau keresahan suatu kelompok tertentu, yang mana dibutuhkan sebuah riset untuk membuat materi *stand up comedy*.

Sehingga berbeda dengan kebanyakan humor pada seni komedi lain yang hanya berfungsi untuk menghibur penontonnya. Tuturan humor dalam

³ Pandji Nugroho, *Potret Stand Up Comedy: Strategi Menjadi Comedian Handal*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2011), Hml. 1

stand up comedy memiliki beberapa fungsi. Diantaranya adalah sebagai penyalur keinginan dan gagasan, pemahaman diri untuk menghargai orang lain, pemahaman untuk kritis terhadap masalah yang ada, penghibur, penyegaran pikiran, dan peningkatan rasa sosial. Meskipun fungsi utamanya tetaplah sebagai penghibur atau hiburan.⁴

Di negara asalnya, Amerika, *stand up comedy* justru difungsikan sebagai edukasi politik serta media pencerdasan masyarakat. Komika Amerika yang terkenal selalu membawakan materi yang mengandung pengetahuan untuk penontonnya adalah Chris Rock. Salah satu materi *stand up comedy* Chris Rock yang mengandung pengetahuan adalah materinya seputar asuransi kesehatan dan dunia perbankan. Dari materi *stand up* tersebut, penonton Chris Rock bisa pulang dengan membawa pemahaman mengenai perbedaan *rich and wealthy*.⁵

Abdur Arsyad, *runner up* kompetisi *Stand Up Comedy* Indonesia season 4 Kompas TV. Pernah mengatakan bahwa materi *stand up comedy* itu adalah pengetahuan dan kepedulian.⁶ Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa *stand up comedy* sangat mungkin untuk dijadikan sebagai sebuah sarana hiburan yang dapat disisipi dengan berbagai pesan, termasuk pesan dakwah dan edukasi.

⁴ Emy Rizka Fadilah, *Humor Dalam Wacana Stand Up Comedy Indonesia Season 4 Di Kompas TV*, Skripsi Jurusan Bahasa dan Sastra Indonesia, Universitas Negeri Semarang, Hml. 85

⁵ Pandji Nugroho, *Potret Stand Up Comedy: Strategi Menjadi Comedian Handal*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2011), Hml. 3

⁶ Dikutip oleh Dzawin Nur ikram saat menjadi bintang tamu pada konten sharing santai di chanel youtube Ridwan Remin, dalam <https://www.youtube.com/watch?v=N9X9SKhC8Q>, diakses pada 20 Mei 2019

Keberadaan *stand up comedy* di Indonesia sebenarnya sudah sejak tahun 1950-an, namun belum banyak orang yang tahu mengenai seni komedi ini. *Booming*-nya *stand up comedy* terjadi pada pertengahan tahun 2011 saat video *stand up comedy* yang dilakukan oleh Raditya Dika tersebar di sosial media youtube. Kemunculan video *stand up comedy* tersebut mendapat respons yang cukup baik dari masyarakat Indonesia, terbukti dari jumlah viewers yang mencapai angka enam juta lebih, terhitung hingga sekarang.⁷

Melihat banyaknya viewer dari video tersebut, industri perlevisian melihat adanya peluang pasar dari sebuah pertunjukan *stand up comedy*. Sejak saat itu banyak stasiun televisi swasta yang menjadikan *stand up comedy* sebagai salah satu program acara. Pelopor dalam menjadikan *stand up comedy* sebagai salah satu program acara televisi adalah Metro TV dan Kompas TV. Metro TV menayangkan *stand up comedy* dalam bentuk *variety show* dengan judul “*Stand Up Comedy Show*”. Sedangkan Kompas TV menayangkan ajang pencarian bakat ber-*stand up comedy* dengan konsep kompetisi yang diberi judul “*Stand Up Comedy Indonesia (SUCI)*” dan telah memasuki musim ke-8 pada tahun 2018.⁸

Dzawin Nur Ikram, salah satu komika yang namanya mulai dikenal masyarakat melalui program acara kompetisi *stand up comedy Indonesia* season 4 di Kompas TV. Ia merupakan juara 3 dalam kompetisi tersebut,

⁷ Lihat pada chanel youtube Raditya Dika, dalam <https://www.youtube.com/watch?v=VugK05JE7EA&t=36s>, diakses pada 02 November 2019, pukul 20.00 WIB

⁸ Asri Wijayanti, *Presuposisi Dan Implikatur Pada Stand Up Comedy Indonesia*, TRANSFORMATIKA, Vol. 12, No. 2, September 2016, Hlm. 47

sekaligus komika yang materi *stand up comedy*-nya syarat akan pesan ajaran agama Islam. Sebelum akhirnya keluar sebagai juara 3 dalam kompetisi tersebut. Terdapat beberapa tahap yang harus ia lalui. Tahap pertama adalah audisi, yang mana pada musim ke-4 ini diselenggarakan di 7 kota besar, yaitu Surabaya, Yogyakarta, Bandung, Jakarta, Medan, Padang, serta Denpasar. Dzawin Nur Ikram berhasil lolos pada audisi di kota Bandung.

Tahap kedua dalam kompetisi ini adalah *Pre Show*, dimana peserta yang lolos audisi harus kembali melakukan *stand up comedy* dihadapan juri langsung. Pada tahap ini diambil 16 orang yang nantinya akan melakukan kompetisi dan ditayangkan di stasiun televisi Kompas TV. Dari ke-16 orang tersebut Dzawin Nur Ikram adalah salah satunya. Selain menjuarai kompetisi *stand up comedy* Indonesia season 4 Kompas TV. Dzawin Nur Ikram juga pernah menjadi juara 3 di kompetisi komedi terbesar di Malaysia, yakni Maharaja Lawak Mega pada tahun 2017.

Peneliti berasumsi bahwa *stand up comedy* dapat dijadikan sebagai sebuah inovasi baru dalam dakwah Islam, khususnya pada praktik dakwah *bil lisan*. Mengingat bahwa praktik dakwah *bil lisan* merupakan praktik dakwah yang paling banyak digunakan di Indonesia dan cenderung monoton berupa ceramah-ceramah ke-Islaman. Namun, inovasi ini tentunya juga harus disertai dengan pengetahuan mendalam mengenai dunia dakwah Islam, khususnya tentang strategi dakwah sekaligus implementasinya. Sebab strategi dakwah merupakan hal dasar yang menentukan sukses dan tidaknya suatu proses kegiatan dakwah itu sendiri.

Adapun pertimbangan peneliti memilih *stand up comedy* Dzawin Nur Ikram sebagai objek penelitian, antara lain, bahwa peneliti melihat hampir semua materi *stand up comedy* yang dibawakan oleh Dzawin Nur Ikram mengandung pesan dakwah. Bahkan materi *stand up comedy* yang ia bawakan ketika *show* secara *off air*. Karena peneliti pernah beberapa kali menghadiri *show stand up comedy* Dzawin Nur Ikram yang dilakukan secara *off air*, antara lain di Malang dan di Yogyakarta. Selain itu Dzawin Nur Ikram juga sangat ahli dalam menghubungkan suatu tema materi *stand up comedy* dengan wawasan ke-Islaman yang ia miliki.

Saat masih mengikuti kompetisi *stand up comedy* di Kompas TV, ia pernah mengatakan bahwa kekuatannya terletak pada *delivery* yang kuat serta materinya yang mengangkat isu-isu religius atau keagamaan. Hal ini juga diperkuat dengan keahlian Dzawin Nur Ikram dalam memilih diksi yang tepat (cenderung dengan bahasa yang sederhana). Sehingga pesan yang terdapat materi stand up yang ia sampaikan menjadi mudah untuk diterima dan dipahami oleh penonton.

Hal ini terbukti, saat masih mengikuti kompetisi di Kompas TV ia pernah beberapa kali mendapat penilaian “Kompas Gas” (baca: penampilannya bagus sekali) dari Indro Warkop sebagai juri senior dalam dunia komedi. Selain itu juga tidak jarang ide serta gagasan yang ia tuangkan dalam materi *stand up comedy*-nya menjadi pesan yang sangat menarik untuk disimak. Ia mampu mengemas Islam menjadi sesuatu yang menyenangkan, dapat ditertawakan tanpa ada rasa meremehkan. Hal ini

tentunya memberikan warna baru dalam dunia dakwah Islam, khususnya dalam praktik dakwah *bil lisan*.

Selain itu video-video *stand up comedy* Dzawin Nur Ikram yang peneliti jadikan sebagai objek penelitian juga memiliki banyak *viewer* (penonton). Jumlah *viewer* (penonton) dari setiap video tersebut rata-rata mencapai lebih dari 10 ribu *viewer* (penonton). Sedangkan untuk jumlah *like* dari setiap videonya rata-rata mencapai lebih dari tiga ribu *like* dan *dislike* dari masing-masing video jumlahnya rata-rata tidak lebih dari tiga ratus *dislike*.

Mengingat bahwa *youtube* merupakan sosial media yang di dalamnya juga terdapat interaksi sosial secara *virtual*. Maka setiap video yang di *upload* di *youtube* tentu tidak akan lepas dari komentar para penggunaannya. Begitu juga dengan video *stand up comedy* Dzawin Nur Ikram. Komentar tersebut tentu ada komentar yang baik dan ada komentar yang buruk.

Pada video *stand up comedy* Dzawin Nur Ikram yang peneliti jadikan sebagai objek penelitian tidak banyak komentar-komentar buruk dan hampir tidak ada. Walaupun ada komentar tersebut tidak dapat dikatakan sebagai komentar buruk. Karena lebih mengarah pada komentar yang sifatnya mengkritik. Contoh dari komentar tersebut diantaranya adalah, “*bit-bitnya* Dzawin nyentil banget ni, kalo sekarang ma pasti udah di tuduh penistaan agama, kualitas stand up nya juga lebih asik dulu dibanding sekarang lebih ke hati-hati dalam berucap”. Kemudian ada juga yang berkomentar, “gue *dislike* video ini biar pas 60 *dislike*”. Serta Ada yang berkomentar, “coba aja

kalau Dzawin konsisten materi *stand up* nya dicampur sama dakwah kaya gini, bakalan jadi komika terbaik dah menurut gue”.

Sedangkan untuk komentar-komentar baik pada video *stand up comedy* Dzawin Nur Ikram yang peneliti jadikan sebagai objek penelitian dapat dikatakan cukup banyak. Mengingat bahwa jumlah penonton yang memberi tanda *like* lebih banyak dari pada penonton yang memberi tanda *dislike*. Adapun komentar-komentar baik tersebut di antaranya adalah, “Dzawin menurut gue adalah komika yang punya intelegensi tingkat tinggi. Pemilihan diksinya tingkat tinggi tapi cepet bisa dicerna penonton jadi bikin lucu”. Ada juga yang berkomentar, “pola pikir dan wawasannya boleh laaah”.

Kemudian juga ada yang berkomentar, “gue seneng banget liat bang Dzawin *stand up*, sempurna, nggak cuma ketawa, tapi juga dapat ilmunya”. Selain itu ada juga yang berkomentar, “berdakwah dalam komedi, semangat Dzawin. Banyak ilmu yang gue dapat dari loe”. Serta ada yang berkomntar, “berdakwah dalam *stand up comedy*, gue salut sama bang Dzawin”. Hal-hal kecil seperti jumlah *viewer*, jumlah *like* serta jumlah komentar-komentar baik pada video tersebut, memperkuat alasan peneliti untuk menjadikan *stand up comedy* Dzawin Nur Ikram sebagai objek penelitian pada penelitian ini.

Sehingga disusunnya skripsi dengan judul Implementasi Strategi Dakwah dalam Video *Stand up Comedy* Dzawin Nur Ikram (Analisis semiotika Model Ferdinand de Saussure), diharapkan dapat memberikan kontribusi pada perkembangan dakwah Islam, khususnya di Indonesia. Baik

perkembangan dakwah dalam praktiknya maupun perkembangan dakwah dalam keilmuan. Terutama mengenai kajian tentang strategi dakwah, yang memiliki perananan cukup penting dalam menentukan keberhasilan suatu kegiatan dakwah.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan konteks penelitian diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana analisis semiotika bentuk strategi dakwah dalam video *stand up comedy* Dzawin Nur Ikram?
2. Bagaimana implementasi strategi dakwah dalam video *stand up comedy* Dzawin Nur Ikram?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis, mendeskripsikan, dan memberi interpretasi tentang:

1. Analisis semiotika strategi dakwah dalam video *stand up comedy* Dzawin Nur Ikram menggunakan model Ferdinand de Saussure.
2. Implementasi strategi dakwah dalam video *stand up comedy* Dzawin Nur Ikram.

D. Manfaat Penelitian

1. **Secara Teoritis**, hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai:
 - a. Konteks dalam mengembangkan ilmu pengetahuan. Pengembangan ilmu yang dapat dilakukan dari hasil dari penelitian ini adalah seputar praktik dakwah Islam dalam kehidupan sehari-hari. Khususnya strategi dalam melaksanakan dakwah itu sendiri. Dimana

dalam penelitian ini pembahasannya mengenai “Implementasi Strategi Dakwah dalam Video *Stand Up Comedy* Dzawin Nur Ikram”.

- b. Bahan referensi serta tambahan materi untuk penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan dakwah, strategi dakwah, *stand up comedy*, serta implementasi strategi dakwah dalam *stand up comedy*.
- c. Dasar pijakan untuk peneliti berikutnya yang akan melakukan penelitian tentang dakwah melalui *stand up comedy*, strategi dakwah, serta implementasi strategi dakwah dalam *stand up comedy*.

2. Secara Praktis, hasil dari penelitian ini dapat memberikan kontribusi keilmuan kepada:

- a. Akademisi IAIN Tulungagung

Hasil penelitian ini dapat memberikan tambahan literatur tentang luasnya dunia dakwah Islam kepada seluruh akademisi IAIN Tulungagung. Khususnya, jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah.

- b. Dunia Dakwah Islam

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan positif serta objektif bagi para da'i. Baik da'i yang masih pemula atau da'i-da'i yang telah lama berkiprah di dunia dakwah Islam. Serta memberikan gambaran mengenai banyaknya metode serta media yang dapat digunakan dalam melakukan kegiatan berdakwah di era milenial seperti sekarang ini. Salah satunya melalui *stand up comedy*, dengan

catatan startegi dakwah yang digunakan harus tepat dan sesuai sasaran (mad'u).

c. Masyarakat Indonesia

Hasil penelitian ini dapat memberikan pemahaman pada masyarakat Indonesia, khususnya bagi yang masih awam dengan apa yang dimaksud dakwah dalam Islam. Bahwa berdakwah bukan hanya berceramah tetang keislaman di majlis-majlis tertentu. Melainkan segala jenis kegiatan yang bertujuan untuk menyeru pada kebaikan dan menjauhi larangan Allah (*amar ma'ruf nahi munkar*) adalah dakwah. Sekalipun kegiatan tersebut berupa *stand up comedy*.

d. Peneliti Berikutnya

Hasli penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan penelitian lanjutan yang lebih mendalam serta dapat dijadikan bahan referensi untuk memperkaya wacana keilmuan dalam bidang ilmu dakwah, khususnya strategi dakwah.

E. Batasan Penelitian

Batasan penelitian ini bertujuan, agar peneliti lebih terarah dalam meneliti masalah yang akan diteliti. Sehingga peneliti akan memberikan batasan pada beberapa hal, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Batasan Waktu

Batasan waktu yang dimaksud dalam penelitian ini terbagi menjadi dua. Pertama, batasan waktu yang digunakan oleh peneliti untuk melaksanakan penelitian ini. Adapun waktu yang dibutuhkan dalam

melaksanakan penelitian ini kurang lebih adalah satu tahun, yakni mulai dari bulan Februari 2019 sampai Maret 2020. Terhitung mulai dari proses menentukan judul, mengumpulkan data, hingga mengolah data dan menarik kesimpulan.

Kedua, batasan waktu atau periode video stand up comedy Dzawin Nur Ikram yang menjadi objek dalam penelitian ini. Sehingga peneliti memberi batasan waktu dalam objek penelitian ini hanya pada periode tahun 2014. Karena pada periode tahun 2014 ini Dzawin Nur Ikram sedang mengikuti kompetisi *Stand Up Comedy* Indonesia (SUCI) season 4 di Kompas TV. Pemilihan periode video yang digunakan sebagai objek penelitian ini bertujuan untuk memudahkan peneliti pada proses pengumpulan dan pengolahan data.

2. Batasan Materi

Batasan materi yang dimaksud disini sama halnya dengan rumusan masalah yang telah disebutkan diatas. Dengan begitu, pada batasan materi ini peneliti kembali memberikan batasan pada objek penelitian sesuai dengan rumusan masalah yang telah ada. Mengingat bahwa rumusan masalah pada penelitian ini adalah seputar implementasi strategi dakwah dalam video *stand up comedy* Dzawin Nur Ikram. Maka video *stand up comedy* Dzawin Nur Ikram yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah yang mengandung nilai-nilai ajaran Islam (pesan dakwah).

F. Penelitian Terdahulu

Sebelum melakukan penelitian dengan judul “Implementasi Strategi Dakwah dalam Video *Stand Up Comedy* Dzawin Nur Ikham (Analisis Semiotika Model Ferdinand de Saussure”. Terlebih dulu peneliti mencari tahu adakah penelitian dengan judul yang sama, dan hasilnya tidak ada. Namun, cukup banyak tulisan-tulisan serta penelitian yang memiliki alur serta topik pembahasan yang mirip dengan penelitian ini. Berikut merupakan pemaparan beberapa penelitian yang relevan dengan penelitian ini:

1. **Putra Akbar Alkautsar**, Skripsi. *Strategi Dakwah Komunitas Sedekah Ngider Dalam Membangun Kesadaran Bersedekah Di Jakarta*. Diajukan pada Program Strata 1 Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Tahun 2018.

Fokus penelitian: Perumusan, implementasi, serta evaluasi strategi dakwah komunitas Sedekah Ngider dalam membangun kesadaran bersedekah.

Metode penelitian: Menggunakan jenis penelitian studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Sedangkan untuk teknik penyajian datanya menggunakan analisis deskriptif.

Hasil penelitian: strategi dakwah yang dilakukan oleh komunitas Sedekah Ngider dimulai dengan menentukan tahap perumusan strategi yang terdiri dari menentukan visi, misi, dan tujuan, menganalisis lingkungan sekitar, dan merencanakan program kegiatan. Implementasi dari strategi tersebut berupa program menggalang dana, program menyalurkan dana, dan program edukasi. Sedangkan evaluasi dari

strategi tersebut dilakukan dengan cara mengevaluasi program secara menyeluruh dan evaluasi yang bersifat preprogram yang dilaksanakan.⁹

2. **Sitty Annisaa**, Skripsi. *Strategi Dakwah Komunitas Pejuang Subuh Dalam Mengajak Shalat Subuh Berjamaah Di Jakarta*. Diajukan pada Program Strata 1 Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Tahun 2016.

Fokus penelitian: Implementasi dan evaluasi strategi dakwah komunitas Pejuang Subuh dalam mengajak shalat Subuh berjamaah di Jakarta.

Metode Penelitian: Menggunakan jenis penelitian studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Sedangkan untuk teknik penyajian datanya menggunakan analisis deskriptif.

Hasil Penelitian: Strategi dakwah komunitas Pejuang Subuh di Jakarta secara garis besar dijalankan melalui media online dan offline yang terbagi kedalam tiga tahap, yaitu perencanaan, implementasi, dan evaluasi. Tahap perencanaan, terfokus pada visi dan misi yang harus dijalankan oleh anggota komunitas. Pada tahap implementasi, terdapat kegiatan-kegiatan rutin, seperti penerbitan buku, regulasi pejuang, dan kerjasama. Kemudian pada Tahap evaluasi, dilihat pada faktor pendukung dan penghambat, baik yang terdapat di internal maupun eksternal komunitas.¹⁰

⁹ Putra Akbar Alkautsar, *Strategi Dakwah Komunitas Sedekah Ngider Dalam Membangun Kesadaran Bersedekah Di Jakarta*, Skripsi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018

¹⁰ Sitty Annisaa, *Strategi Dakwah Komunitas Pejuang Subuh Dalam Mengajak Shalat Subuh Berjamaah Di Jakarta*, Skripsi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2016

3. Dinda Tiara Alfianti, Skripsi. *Retorika Dakwah Dzawin Nur Ikram Dalam Stand Up Comedy*. Diajukan pada Program Strata 1 Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Tahun 2016.

Fokus Penelitian: Retorika Dzawin Nur Ikram dalam menyampaikan pesan dakwah melalui *stand up comedy*.

Metode Penelitian: Menggunakan pendekatan kualitatif serta analisis deskriptif sebagai teknik penyajian data penelitian.

Hasil penelitian: Retorika dakwah yang diterapkan oleh Dzawin Nur Ikham dalam stand up comedy terbagi dalam tiga langkah, yakni diawal penampilan dengan mengucapkan salam dan menanyakan kabar penonton. Kemudian di pertengahan penampilan, ia menyampaikan pesan dakwah yang telah ia sesuaikan dengan tema materi stand up comedy dengan menggunakan bahasa yang mudah dipahami dan dicerna oleh penonton. Selanjutnya diakhir penampilan, Dzawin kembali menggunakan salam disertai dengan gerakan tubuh membungkuk tanda terimakasih atas partisipasi penonton serta lambaian tangan sebagai tanda undur diri. Sedangkan untuk pesan dakwah yang disampaikan oleh Dzawin terdiri dari pesan pentingnya menutup aurat, penyakit hati, buruknya sifat riya', menghindari sifat sombong, bangun malam lebih utama untuk sholat tahajud, serta pentingnya shalat wajib.¹¹

¹¹ Dinda Tiara Alfianti, *Retorika Dakwah Dzawin Nur Ikram Dalam Stand Up Comedy*, Skripsi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ilmu dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2016

4. Ahmad Luthi Habib, Skripsi. *Studi Analisis Muatan Dakwah Tayangan Stand Up Comedy Komika Dzawin Dalam Acara Stand Up Comedy Indonesia 4 Episode 16 Kompas TV*. Diajukan pada Program Strata 1 Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Nahdhatul Ulama Jepara Tahu 2017.

Fokus Penelitian: Muatan dakwah yang terkandung dalam tayangan *sand up comedy* yang dilakukan oleh Dzawin Nur Ikram serta *stand up comedy* sebagai media dakwah.

Metode Penelitian: Menggunakan jenis penelitian analisis semiotika model Roland Barthes dengan pendekatan kualitatif serta menggunakan analisis deskriptif sebagai teknik penyajian data.

Hasil penelitian: Menunjukkan bahwa *stand up comedy* yang dilakukan oleh Dzawin pada program acara *Stand Up Comedy Indonesia* season 4 episode 16 di Kompas TV, memiliki pesan dakwah untuk menjaga perilaku dan meningkatkan ketaqwaan kepada Allah SWT dengan cara menghindari penyakit-penyakit hati. *Stand up comedy* juga dapat digunakan sebagai alternatif media dakwah yang efektif dan menarik untuk mad'u dari kalangan remaja.¹²

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

No	Judul, Nama, Tahun	Tujuan Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Strategi Dakwah Komunitas Sedekah Ngider Dalam	a.) Untuk mengetahui cara merumuskan	• Menggunakan metode penelitian kualitatif	• Objek penelitian pada penelitian

¹² Ahmad Luthi Habib, *Studi Analisis Muatan Dakwah Tayangan Stand Up Comedy Komika Dzawin Dalam Acara Stand Up Comedy Indonesia 4 Episode 16 Kompas TV*, Skripsi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Nahdhatul Ulama Jepara, 2017

	<p>Membangun Kesadaran Bersedekah Di Jakarta, Putra Akbar Alkautsar, 2018</p>	<p>strategi dakwah yang dilakukan oleh komunitas Sedekah Ngider dalam membangun kesadaran anggotanya.</p> <p>b.) Untuk mengetahui bagaimana implementasi strategi dakwah pada komunitas Sedekah Ngider dalam membangun kesadaran.</p> <p>c.) Untuk mengetahui bagaimana evaluasi strategi dakwah komunitas Sedekah Ngider dalam membangun kesadaran.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Membahas topik tentang strategi dakwah 	<p>yang sekarang adalah video stand up comedy Dzawin Nur Ikram. Sedang objek pada penelitian terdahulu adalah komunitas Sedekah Ngider.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Penelitian yang sekarang mengguna-kan analisis semiotika model Ferdinand de Saussure. Sedang pada penelitian terdahulu tidak.
2.	<p>Strategi Dakwah Komunitas Pejuang Subuh Dalam Mengajak Shalat Subuh Berjamaah Di Jakarta, Sitty Annisaa, 2016</p>	<p>a.) Untuk mengetahui bagaimana cara merumuskan strategi dakwah pada komunitas Pejuang Subuh dalam mengajak shalat Subuh berjamaah di Jakarta.</p> <p>b.) Untuk mengetahui bagaimana implementasi strategi dakwah komunitas</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan metode penelitian kualitatif • Membahas topik tentang strategi dakwah 	<ul style="list-style-type: none"> • Objek penelitian pada penelitian yang sekarang adalah video stand up comedy Dzawin Nur Ikram. Sedang objek pada penelitian terdahulu adalah komunitas Pejuang subuh. • Penelitian yang sekarang mengguna-kan analisis

		<p>Pejuang Subuh dalam mengajak shalat Subuh berjamaah di Jakarta.</p> <p>c.) Untuk mengetahui bagaimana evaluasi strategi dakwah komunitas Pejuang Subuh dalam mengajak shalat Subuh berjamaah di Jakarta.</p>		<p>semiotika model Ferdinand de Saussure. Sedang pada penelitian terdahulu tidak.</p>
3.	<p>Retorika Dakwah Dzawin Nur Ikram Dalam Stand Up Comedy, Dinda Tiara Alfianti, 2016</p>	<p>a.) Untuk mengetahui bagaimana cara penyampaian pesan dakwah Dzawin Nur Ikram dalam melalui materi stand up comedy-nya.</p> <p>b.) Untuk mengetahui apa saja pesan dakwah yang ada pada materi stand up comedy Dzawin Nur Ikram.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan metode penelitian kualitatif. • Menjadikan stand up comedy Dzawin Nur Ikram sebagai objek penelitian. 	<ul style="list-style-type: none"> • Penelitian yang sekarang membahas topik tentang strategi dakwah. Sedangkan penelitian terdahulu membahas topik tentang retorika dakwah. • Penelitian yang sekarang menggunakan analisis semiotika model Ferdinand de Saussure. Sedang pada penelitian terdahulu tidak.
4.	<p>Studi Analisis Muatan Dakwah Tayangan Stand Up Comedy Komika Dzawin Dalam Acara Stand Up Comedy Indonesia</p>	<p>a.) Untuk mengetahui muatan atau pesan dakwah apa yang terdapat pada tayangan stand up</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan metode penelitian kualitatif. • Menjadikan stand up comedy Dzawin Nur Ikram 	<ul style="list-style-type: none"> • Penelitian yang sekarang menggunakan analisis semiotika model Ferdinand de Saussure.

	4 Episode 16 Kompas, Ahmad Luthi Habib, 2017	comedy yang dilakukan oleh Dzawin dalam program acara Stand Up Comedy Indonesia season 4 episode 16 di Kompas TV. b.) Untuk mengetahui apakah stand up comedy dapat dijadikan sebagai media dakwah Islam.	sebagai objek penelitian.	Sedang pada penelitian terdahulu menggunakan analisis semiotika model Roland Barthes. • Penelitian yang sekarang membahas topik tentang strategi dakwah. Sedangkan penelitian terdahulu membahas topik tentang pesan dakwah.
--	--	--	---------------------------	---

G. Penegasan Istilah

Penulisan skripsi ini menggunakan beberapa istilah yang akan memudahkan pembaca dalam memahami isinya. Berikut adalah definisi dari istilah-istilah tersebut:

1. Secara konseptual

- a. Implementasi, menurut Nurdin Usman adalah sesuatu penerapan aktivitas, aksi, atau tindakan yang dilakukan secara sistematis dan terikat oleh mekanisme. Sehingga dapat dikatakan bahwa implementasi bukan hanya sekedar suatu aktivitas saja, akan tetapi suatu kegiatan yang terencana dalam mencapai tujuan dari suatu kegiatan tertentu.¹³
- b. Strategi, menurut Johnson adalah suatu proses berpikir yang melibatkan *simultaneous scanning* (pengamatan simultan) dengan

¹³ <https://www.maxmanroe.com/vid/manajemen/arti-implementasi.html>, diakses pada 25 Mei 2019

cara *conservative focusing* (pemusatan perhatian) guna menentukan tindakan-tindakan yang efektif dalam mencapai suatu tujuan. Dengan kata lain, strategi merupakan usaha yang efektif dan efisien untuk mencapai suatu tujuan tertentu.¹⁴

- c. Dakwah, menurut Syukriadi Sambas adalah proses internalisasi, transmisi, difusi, institusionalisasi, dan transformasi Islam yang melibatkan unsur da'i, pesan, media, metode, mad'u, tujuan dan respons dalam dimensi ruang dan waktu agar terwujud sebuah kehidupan yang khazanah, salam dan nur di dunia dan akhirat.¹⁵
- d. Stand up comedy, merupakan sebuah pertunjukan seni komedi modern yang dilakukan secara monolog dihadapan penonton langsung.¹⁶ Tujuan utama dari pertunjukkan seni ini adalah mengajak para audiensnya tertawa dengan cara menyampaikan suatu hal tertentu. Bisa berupa gagasan, curahan hati, serta pemikiran yang harus didasarkan pada keresahan seorang komika (sebutan bagi pelaku stand up comedy). Selain itu, dalam menyampaikan keresahan tersebut seorang komika harus menggunakan teknik-teknik tertentu dalam stand up comedy agar humor dapat tersampaikan dengan baik.
- e. Semiotika, menurut Berger adalah ilmu yang mempelajari tentang tanda (sign), makna tanda, serta cara kerja tanda. Jika ditinjau dari teori semiotika strukturalis, tanda dibagi kedalam tiga jenis: ikon,

¹⁴ Kustadi Suhandang, *Strategi Dakwah: Penerapan Strategi Komunikasi dalam Dakwah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014), Hml. 81

¹⁵ Abdul Basit, *Filsafat Dakwah*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013), Hml. 45

¹⁶ Ramon papana, *Buku Besar: Stand Up Comedy Indonesia*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2016), Hml. 6

indeks, simbol. Sedangkan jika dari teori semiotika post strukturalis, sebuah naskah memiliki "gagasan inti" atau "benang merah". Sehingga jika ingin menggunakan semiotika sebagai metode analisis, seorang peneliti harus terlebih dahulu menentukan teori semiotika apa yang akan digunakan. Apabila yang digunakan adalah semiotika strukturalis, maka langkah yang dilakukan oleh peneliti adalah menemukan tanda-tanda dalam suatu naskah dan menafsirkannya sesuai perspektif teori yang dipergunakan dalam penelitian yang sedang dilakukan. Namun apabila yang digunakan adalah semiotika post strukturalis, maka langkah yang harus dilakuka oleh peneliti adalah menangkap "benang merah" dari suatu naskah yang diteliti.¹⁷

2. Secara Operasional

Penulisan skripsi dengan judul "Implementasi Srategi Dakwah dalam Video Stand Up Comedy Dzawin Nur Ikhrum (Analisis Semiotika Model Ferdinand de Saussure)" ini secara operasial dapat dikatakan bahwa peneliti akan meneliti strategi dakwah yang diimplementasikan oleh Dzawin Nur Ikhrum. Langkah yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah mengamati video stand up comedy yang dilakukan oleh Dzawin Nur Ihkram dari prespektif dakwah. Kemudian menganalisis video tersebut dengan menggunakan analisis semiotika strukturalis model Ferdinand De Saussure. Harapan peneliti, hasil dari penelitian dapat memberikan mengetahui bahwa stand up comedy dapat digunakan sebagai metode sekaligus media dalam berdakwah.

¹⁷ Ibnu Hamad, *Lebih Dekat dengan Analisis Wacana*, MEDIATOR, Vol. 2, No. 8, Desember 2007, Hlm. 330

Dengan cara menerapkan strategi dakwah yang telah ada. Salah satunya adalah strategi dakwah al-Bayanuni yang terbagi dalam tiga jenis, yaitu strategi sentimentil, strategi rasional, dan strategi indrawi.

H. Kerangka Teori

1. Analisis Semiotika Model Ferdinand de Saussure

Kata semiotika diambil dari bahasa Yunani “*semeion*” yang bermakna “tanda”. Kata *semeion* sendiri berasal dari istilah kedokteran hipokratik atau asklepiadik yang fokus terhadap simptomatologi dan diagnostik interfal.¹⁸ Secara istilah beberapa ilmuwan memiliki pandangan yang berbeda-beda dalam memaknai semiotika. Van Zoest mengartikan semiotika sebagai ilmu yang mempejari tentang tanda beserta semua hal yang berhubungan dengannya. Mulai dari fungsi tanda itu sendiri, hubungan tanda dengan tanda yang lainnya, pengiriman, serta penerimaan tanda oleh yang menggunakan tanda tersebut.¹⁹

Sedangkan Teeuw seorang pakar sastra memberikan batasan dalam mendefinisikan semiotika, yaitu suatu tanda yang digunakan dalam tindakan komunikasi. Namun, kemudian ia menyempurnakan batasan semiotika tersebut menjadi “model sastra yang mempertanggungjawabkan seluruh faktor serta aspek hakiki dalam memahami gejala sastra sebagai alat komunikasi yang khas dalam

¹⁸ Alex Sobur, *Analisi Teks Media Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotika, dan analisis Framing*, Cet.3, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004), Hlm. 95

¹⁹ Ibid, Hlm. 96

masyarakat mana pun”.²⁰ Kemudian Preminger mendefinisikan semiotika sebagai ilmu tentang tanda-tanda. Dimana tanda-tanda yang dimaksud disini adalah seluruh fenomena dan kebudayaan yang ada di masyarakat dengan berbagai sistem, konvensi, serta aturan-aturannya yang mengandung makna arti tertentu.²¹

Melihat dari definisi para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa semiotika merupakan ilmu atau suatu metode analisis yang digunakan untuk mengkaji tentang tanda.²² Tanda itu sendiri bisa berupa banyak hal, termasuk di dalamnya kata, gerak isyarat, rambu-rambu lalu lintas, bendera, bangunan, struktur karya sastra, struktur film, dan bahkan nyanyian burung.²³

Salah satu metode analisis semiotika yang paling populer adalah metode analisis semiotika milik Ferdinand de Saussure. Ia merupakan ahli bahasa asal Swiss yang terkenal sebagai pendiri linguistik modern atau bapak strukturalisme dan linguistik, melalui teori tentang tanda yang ia kemukakan. Pada dasarnya Ferdinand de Saussure tidak pernah membukukan pemikirannya. Justru para anak didiknya di Universitas Jenewa yang berinisiatif untuk membukukan tiga kumpulan catatan kuliah dari matakuliah linguistik umum yang ia ampu pada tahun 1907, 1908-1909, dan 1910-1911. Karya berupa buku tersebut akhirnya

²⁰ Alex Sobur, *Analisi Teks Media Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotika, dan analisis Framing*, Cet.3, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004), Hlm. 96

²¹ Ibid, hlm. 96

²² Alex Sobur, *Semiotika komunikasi*, Cet. 5, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), Hlm. 15

²³ Alex Sobur, *Analisi Teks Media Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotika, dan analisis Framing*, Cet.3, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004), Hlm. 124

diterbitkan dengan judul *Course in General Linguistik*, dan menjadi sumber teori linguistik yang paling berpengaruh hingga sekarang.

Teori tanda atau semiotika yang dikemukakan oleh Ferdinand de Saussure menjelaskan bahwa bahasa merupakan suatu sistem tanda. Seseorang harus melihat secara sinkronis terhadap hubungan bunyi dan makna, apabila ingin memahami bahasa secara utuh dan menyeluruh. Menurut Ferdinand semua jenis suara, baik suara manusia, bintang, bunyi-bunyian dan sebagainya dapat dinamakan dan difungsikan sebagai bahasa apabila mampu mengekspresikan, menyatakan, dan menyampaikan ide serta gagasan-gagasan tertentu. Akan tetapi suara dan bunyi-bunyian tersebut harus merupakan bagian dari suatu sistem konvensi, sistem kesepakatan, dan sistem tanda.²⁴

Menurut Ferdinand tanda itu sendiri merupakan satu kesatuan dari unsur penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*). Pengertian dari penanda (*signifier*) adalah suatu bunyi atau coretan yang memiliki makna. Oleh karena penanda (*signifier*) dapat dikatakan sebagai aspek material dari sebuah bahasa, yakni sesuatu yang diucapkan atau didengar dan sesuatu yang ditulis atau dibaca. Sedangkan petanda (*signified*) adalah gambaran mental, pemikiran, serta konsep. Sehingga petanda (*signified*) dapat dikatakan sebagai aspek mental dari sebuah bahasa.

Ferdinand juga mengatakan bahwa hubungan antara kedua unsur tanda tersebut (*signifier* dan *signified*) dalam suatu bahasa yang konkret

²⁴ Alex Sobur, *Semiotika komunikasi*, Cet. 5, (Bandung; PT Remaja Rosdakarya, 2010), Hlm. 46

tidak dapat dipisahkan. Mengingat bahwa suatu bahasa tidak akan memiliki makna apabila kedua unsur tersebut dipisahkan, dengan kata lain salah satu dari unsurnya (*signifier* dan *signified*) tidak ada. Keduanya layaknya dua sisi mata uang yang keberadaan tidak bisa dipisahkan.²⁵ Suatu penanda (*signifier*) tidak bisa disebut tanda atau tidak memiliki makna apa-apa apabila berdiri sendiri tanpa petanda (*signified*). Begitupun sebaliknya, petanda (*signified*) tidak dapat disampaikan ataupun ditangkap sebagai tanda apabila terlepas dari penanda (*signifier*).²⁶

Alex Sobur dalam bukunya Analisis Teks Media Suatu Pengantar untuk Analisis wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing dijelaskan bahwa hubungan antara penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*) bersifat arbitrer (manasuka atau bebas) berdasarkan konvensi, kesepakatan, atau peraturan dari suatu kultur dari pemakai bahasa. Selain itu hubungan antara keduanya juga tidak dapat dijelaskan menggunakan nalar apapun, baik melalui pilihan bunyi-bunyi maupun pilihan untuk mengaitkan rangkaian suatu bunyi tersebut dengan benda atau konsep yang dimaksud. Hal ini sesuai dengan konsep tanda Ferdinand de Saussure yang menunjukkan bahwa hubungan antara penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*) adalah otonomi relatif bahasa dalam kaitannya dengan realitas yang merupakan suatu produk kultural. Namun karena hubungan yang terjadi diantara kedua unsur suatu bahasa

²⁵ Alex Sobur, Analisis Teks Media Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotika, dan analisis Framing, Cet.3, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004), Hlm. 125

²⁶ Alex Sobur, Semiotika komunikasi, Cet. 5, (Bandung; PT Remaja Rosdakarya, 2010), Hlm. 46

(*signifier* dan *signified*) adalah arbitrer, maka makna *signifier* harus dipelajari, yang artinya akan ada struktur yang pasti atau kode yang membantu menafsirkan makna tersebut, yaitu *signified*.

I. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian pada penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif. Penggunaan jenis penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami suatu fenomena atau realitas tertentu secara holistik dan menjelaskannya secara deskriptif ke dalam bentuk kalimat.²⁷ Fenomena yang dimaksud merupakan sesuatu yang sedang dialami oleh subjek penelitian seperti persepsi, perilaku, motivasi, tindakan, dsb., yang dideskripsikan sesuai dengan suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode yang alamiah.²⁸ Hal ini sesuai dengan pendapat Denzi dan Lincoln yang mengatakan bahwa, penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menggunakan latar alamiah, guna menafsirkan fenomena yang terjadi dan melibatkan berbagai metode yang ada.²⁹

Para peneliti kualitatif dapat menggunakan semiotika, narasi, isi, diskursus, arsip, analisis fonemik, dan statistik. Mengingat bahwa metode yang dapat digunakan dalam penelitian kualitatif merupakan

²⁷ Sugeng Pujileksosno, *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*, Cet. 2, (Malang: Kelompok Intrans Publisng, 2016), Hlm, 35

²⁸ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, Cet.1, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014), Hlm. 6

²⁹ Ibid, Hlm. 5

multi metodologi, dengan kata lain tidak ada metodologi yang benar-benar dikhususkan dalam melakukan penelitian kualitatif.³⁰

2. Analisis Semiotika

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode analisis Semiotika. Analisis semiotika sendiri suatu metode analisis yang digunakan untuk mengkaji tentang tanda.³¹ Pada dasarnya teori semiotika terbagi menjadi dua, yaitu teori semiotika strukturalis dan teori semiotika post strukturalis. Jika ditinjau dari teori semiotika strukturalis, tanda dibagi kedalam tiga jenis: ikon, indeks, simbol. Sedangkan jika dari teori semiotika post strukturalis, sebuah naskah memiliki "gagasan inti" atau "benang merah".³² Pada penelitian ini analisis semiotika yang digunakan adalah analisis semiotika model Ferdinand de Saussure. Dimana analisis semiotika model Ferdinand De Saussure merupakan jenis teori analisis semiotika strukturalis. Sehingga langkah yang harus dilakukan oleh peneliti adalah menemukan tanda-tanda dalam suatu naskah dan menafsirkannya sesuai dengan perspektif teori yang dipergunakan dalam penelitian yang sedang dilakukan.

3. Sumber Data

Sumber data pada penelitian ini, secara garis besar terbagi menjadi dua, yaitu sumber data primer dan sumber data skunder. Data primer pada penelitian ini berupa audio visual (video) materi stand up comedy

³⁰ Sugeng Pujileksosno, *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*, Cet. 2, (Malang: Kelompok Intrans Publing, 2016), Hlm, 36-37

³¹ Alex Sobur, *Semiotika komunikasi*, Cet. 5, (Bandung; PT Remaja Rosdakarya, 2010), Hlm. 15

³² Ibnu Hamad, *Lebih Dekat dengan Analisis Wacana*, MEDIATOR, Vol. 2, No. 8, Desember 2007, Hlm. 330

Dzawin Nur Ikram yang mengandung pesan dakwah. Adapun data skurder yang dibutuhkan untuk mendukung data primer pada penelitian ini mencakup berbagai khazanah keilmuan yang berkaitan dengan objek serta permasalahan yang diangkat pada penelitian ini. Mulai dari buku, skripsi, jurnal, situs internet, serta literatur lainya yang miliki keterkaitan dengan penelitian ini.

4. Instrument Penelitian

Pada penelitian kualitatif yang menjadi instrument utamanya adalah peneliti itu sendiri. Karena kedudukan peneliti dalam penelitian kualitatif terbilang cukup rumit. Ia memiliki peran sekaligus sebagai perencana, pelaksana, pengumpul data, penganalisis, penafsir data, hingga menjadi pelapor hasil penelitian yang ia lakukan.

5. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan proses mengumpulkan data primer dan skunder yang dibutuhkan dalam suatu penelitian, termasuk dalam penelitian ini. Sedang teknik pengumpulan data adalah cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data-data tersebut. Pada penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi dan dokumentasi. Berikut penjelasan dari kedua teknik tersebut:

- a. Observasi, yaitu melakukan pengamatan terhadap objek penelitian secara langsung. Dalam tahap ini yang dilakukan oleh peneliti adalah mengumpulkan video stand up comedy Dzawin Nur Ikram yang mengandung pesan dakwah dari platform youtube. Kemudian

menonton, mencatat, memilih, dan menganalisis data sesuai dengan metode dan jenis penelitian yang digunakan.

- b. Dokumentasi, yaitu mengumpulkan data-data yang dibutuhkan melalui telaah dan pengkajian berbagai literatur yang berhubungan dengan penelitian ini. Dimana hasil dari mendokumentasikan tersebut difungsikan sebagai penguat argumentasi dalam penelitian.

6. Analisis Data

Analisis data merupakan menelaah dan menguraikan data yang telah didapatkan pada proses pengumpulan data guna menarik sebuah kesimpulan yang menjadi hasil dari penelitian. Adapun langkah-langkah yang dilakukan peneliti dalam menganalisis data adalah; *pertama*, menelaah semua data primer dan skunder yang telah didapatkan. *Kedua*, mengklasifikasikan data-data tersebut sesuai dengan permasalahan yang telah ditentukan dalam penelitian ini. *Ketiga*, menyusun dan menganalisis data menggunakan model analisis penelitian yang telah ditentukan. *Keempat* atau terakhir, menarik kesimpulan dari hasil analisis data yang telah dilakukan.

Model analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis semiotika Ferdinand de Saussure yang membagi tanda menjadi dua bagian, yaitu penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*). Tanda yang dimaksud disini adalah data-data yang telah dikumpulkan oleh peneliti. Sehingga pada tahap menyusun dan menganalisis data, yang dilakukan oleh peneliti adalah menganalisis data berdasarkan penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*).