

**PENGGUNAAN GAYA BAHASA SATIR
DALAM RUBRIK KHOTBAH PADA MEDIA ONLINE MOJOK.CO**



Oleh:
Siti Mutiah Ali
NIM: 22202011012

TESIS

**STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**
Diajukan Kepada Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh
Gelar Magister Sosial

**YOGYAKARTA
2024**

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Siti Mutiah Ali
NIM : 22202011012
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Jika di kemudian hari terbukti bahwa naskah tesis ini bukan karya sendiri, maka saya siap ditindak sesuai dengan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 26 Februari 2024
Saya yang menyatakan,

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

10000
METERAL
TEMPEL
56DC5AKX817086785

Siti Mutiah Ali
NIM: 22202011012

BEBAS DARI PLAGIASI

BEBAS DARI PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Siti Mutiah Ali
NIM : 22202011012
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan benar-benar bebas dari plagiasi. Jika di kemudian hari terbukti bahwa terdapat plagiasi di dalam naskah tesis ini, maka saya siap ditindak sesuai dengan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 26 Februari 2024

Saya yang menyatakan,



Siti Mutiah Ali
NIM: 22202011012

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-696/Un.02/DD/PP.00.9/05/2024

Tugas Akhir dengan judul : Penggunaan Gaya Bahasa Satir dalam Rubrik Khotbah pada Media Online Mojok.Co

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : SITI MUTIAH ALLI, S.Sos
Nomor Induk Mahasiswa : 22202011012
Telah diujikan pada : Kamis, 28 Maret 2024
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang/Penguji I

Dr. H. Robby Habiba Abror, S.Ag., M.Hum.
SIGNED

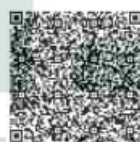
Valid ID: 663a0fba52ef3



Penguji II

Dr. H. Akhmad Rifai, M.Phil.
SIGNED

Valid ID: 6639843d7245



Penguji III

Dr. H. M. Kholili, M.Si.
SIGNED

Valid ID: 66446b7eae29



Yogyakarta, 28 Maret 2024
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.
SIGNED

Valid ID: 66478560ec70

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.,

Ketua Program Studi Magister
Komunikasi dan Penyiaran Islam,
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Assalamu'alaikum wr.wb.

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan tesis yang berjudul:

Penggunaan Gaya Bahasa Satir
Dalam Rubrik Khotbah Pada Media Online Mojok.co

Oleh

Nama : Siti Mutiah Ali
NIM : 22202011012
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Saya berpendapat bahwa tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga untuk diajukan dalam rangka memperoleh gelar Magister Agama.

Wassalamu'alaikum wr. Wb

Yogyakarta, 26 Februari 2024

Saya yang menyatakan,



Dr. Robby Habiba Abror, S.Ag., M.Hum.

Motto

Hidup adalah Sebuah Pembelajaran. Setiap Waktu yang Kita Habiskan Dalam Hidup Ini Mungkin Tidak Bisa Terulang Kembali, Namun Masih Ada Satu Hal Yang Masih Bisa Kita lakukan yaitu:

“Belajar dari Masa Lalu untuk Hari Esok yang Lebih Baik Lagi”.

(Siti Mutiah Ali)



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan ini karya tesis akan saya berikan kepada:

Terima kasih untuk diri saya sendiri yang sudah sabar, kuat dan juga berjuang hingga sampai ketitik ini, terima kasih telah bekerja sama untuk menyelesaikan segala rintangan dan juga hambatan namun kamu selalu bangkit untuk meraih apa yang kamu inginkan.

Kedua orang tua saya yaitu: Ali Salasa (Bapak), Jakiah Thaib (Ibu), dan Muhammad Ridwan Ali (Adik), yang selama ini selalu memberikan semangat, pikiran, waktu, serta tenaga dalam mendoakan saya, bahkan motivasi dan juga sebuah dorongan sehingga saya bisa sampai pada titik ini. Terima kasih juga atas setiap do'a yang tidak ada henti selalu dilantirkan dalam setiap sujudnya, yang selalu mendoakan yang terbaik untuk saya sehingga saya dapat menyelesaikan studi saya di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Kepada seluruh keluarga besar saya baik dari keluarga papa dan mama: yang selalu memberikan dukungan mulai dari awal kuliah hingga ke titik sekarang ini serta doa-doa yang selalu diberikan.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah, puji dan syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT. Atas rida-Nya saya dapatkan menyelesaikan Tesis ini dengan judul **“Penggunaan Gaya Bahasa Satire dalam Rubrik Khotbah pada Media Online Mojok.Co”**.

Tak lupa sholawat dan salam saya haturkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah memawa kita keluar dari zaman kegelapan ke zaman yang terang benderang, semoga kita semua mendapatkan syafaatnya kelak.

Dalam pembuatan skripsi ini tentu tidak lepas dengan dorongan motivasi, do'a, pikiran, kritikan yang membangun dan juga saran dari banyak pihak. Maka dari itu dengan hormat saya ingin mengucapkan banyak terima kasih khususnya kepada:

1. Prof. Dr. Phil.H. Al Makin, M.A, Selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd., Selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Dr. Hamdan Daulay, M.Si., M.A., Selaku Ketua Program Studi Magister Komunikasi Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta.

4. Dr.H. Robby Habiba Abror, M.Hum. Selaku dosen pembimbing tesis, yang telah banyak meluangkan waktu dan tenaga dalam memberikan masukan, saran dan juga motivasi kepada saya.
5. Dr. H. Akhmad Rifa'I, M.Phil Selaku dosen penasehat akademik, yang telah sabar mendengar keluh dan kesah serta memberikan jalan keluar dan masukan-masukan yang sangat baik.
6. Dr.H. Robby Habiba Abror, M.Hum. Dr. H Akhmad Rifa'I, M.Phil, dan Dr. H.M. Kholili, M.Si selaku penguji tesis saya, yang telah memberikan masukan untuk tesis saya agar tesis yang dibuat ini menjadi lebih baik lagi.
7. Bapak dan Ibu dosen serta segenap keluarga besar Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
8. Orang tua dan juga keluarga besar yang telah meberikan semangat dalam menjalankan perkuliahan hingga sampai ketitik sekarang ini.
9. Segenap pengelola media online Mojok.Co, Mas Puthut EA, Mas Ahmad Khadafi, Mas Agung dan semua yang terlibat dalam keluarga besar media online mojok.co yang telah menerima peneliti dengan baik dan juga ikut membantu memberikan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti.
10. Adik kandung saya (Muhammad Ridwan Ali), yang telah memberikan do'a serta dukungan selama ini.
11. Sahabat saya Shina Nurrohma dan Ela Indah Sayekti yang telah memberikan semangat yang luar biasa dalam menjalankan kuliah magister dan semua orang baik yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu, yang

terlibat langsung atau pun tidak langsung, terlihat maupun tidak atas semua bantuan, dukungan dan juga dorongan.

Akhirnya saya dapat menyelesaikan tesis ini, namun saya menyadari bahwa tesis yang telah saya buat ini jauh dengan yang namanya kata sempurna, karena keterbatasan ilmu yang saya miliki. Untuk itu saya dengan kerendahan hati, mengharapkan saran dan juga kritikan yang bersifat membangun dari semua pihak demi membangun laporan penelitian ini menjadi lebih baik lagi. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat dan dapat dipergunakan sebaik-baiknya.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Yogyakarta 26 Februari 2024



Siti Mutiah Ali
NIM. 22202011012

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRAK

Siti Mutiah Ali (22202011012), dengan judul Penggunaan Gaya Bahasa Satir dalam Penulisan Rubrik Khotbah pada media Online Mojok.Co, Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Mojok.Co merupakan salah satu media online yang bertugas untuk memberikan sebuah informasi kepada masyarakat, yang memiliki berbagai rubrik namun terdapat salah satu rubrik khotbah yang membedakan dengan media online lainnya, yang mana penggunaan bahasanya juga bisa dibulung unik karena menggunakan bahasa yang satire yang mana jarang sekali media informasi menggunakan bahasa satir dalam penulisan informasi apalagi dalam penyampaian berita keagamaan. Fenomena ini sangat menarik jika diangkat sebagai penelitian yang ada kaitannya dengan jurnalistik tentang kebahasaan yang digunakan dalam sebuah media, penelitian ini dilakukan untuk mengkaji tentang bagaimana media *online* Mojok.co mengkonstruksi pesan dakwah dalam penggunaan bahasa satir pada rubrik khotbah dan bagaimana media *online* Mojok.co memasukan unsur-unsur satire dalam penggunaan bahasa satire pada penulisan rubrik khotbah.

Penelitian ini juga menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif analisis isi, dengan penggunaan teknik pengambilan data observasi, dokumentasi dan juga wawancara. Teknik pengambilan data analisis yakni tekni *filling Sistem* oleh Wimmer dan Dominick dalam teknik tersebut digunakan dengan cara memasukan data-data yang diperoleh kedalam kelompok yang disusun terlebih dahulu oleh peneliti. Terdapat hasil penelitian adalah (1) Mojok.co mengkonstruksi pesan dakwah yaitu dengan menggunakan bahasa yang seperti cerpen dengan gaya bahasa satire dalam mengkonstruksi pesan (2) Mojok.co memasukan bahasa satire yang menggelitik namun mengkritik dalam rubriknya baik itu secara langsung ataupun secara tidak langsung, dalam bahasa satire terdapat sindiran langsung sebanyak 7 berita dan sindiran tidak langsung sebanyak 3 berita.

Kata Kunci: Mojok.co, Bahasa Satire, Konstruksi

ABSTRACT

Siti Mutiah Ali (22202011012), with the title Using Satire Language Styles in Writing Sermon Rubrics on the Online Media Mojok.Co, Master of Communication and Islamic Broadcasting Study Program, Faculty of Da'wah and Communication, Sunan Kalijaga State Islamic University Yogyakarta.

Mojok.Co is an online media whose task is to provide information to the public. Which has various rubrics, but there is one sermon rubric that differentiates it from other online media, where the use of language can also be said to be unique because it uses satirical language, which is why information media rarely use satirical language in writing information, let alone in conveying religious news. This phenomenon is very interesting if it is raised as research that is related to journalism regarding the language used in media. This research was conducted to examine how the online media Mojok.co constructs preaching messages in the use of satirical language in sermon columns and how the online media Mojok.co include elements of satire in the use of satirical language in writing sermon rubrics.

This research also uses descriptive qualitative research methods, content analysis, using observation, documentation and interview data collection techniques. The analytical data collection technique used is the System filling technique by Wimmer and Dominick, which uses this technique by entering the data obtained into groups that are arranged first by the researcher.

From the research carried out, the results of the research are (1) Mojok.co constructs a da'wah message, namely by using language that is like a short story with a satirical language style in constructing the message (2) Mojok.co includes satirical language that is intriguing but critical in its rubric, both in terms of directly or indirectly, in the language of satire there are 7 direct allusions and 3 indirect allusions.

Keywords: Mojok.co, Satire Language, Message Construction

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
BEBAS DARI PLAGIASI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR	iv
NOTA DINAS PEMBIMBING	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK	xi
DAFTAR ISI.....	iii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan dan Kegunaan	5
D. Kajian Pestaka.....	6
E. Kerangka Teori	12
F. Metode Penelitian	36
G. Sistematika Pembahasan.....	40
BAB II RUBRIK KHOTBAH, MEDIA ONLINE MOJOK.CO.....	41
A. Mojok.co dan Rubrik Khotbah	41
B. Tujuan Rubrik Khotbah Mojok.co	47
C. Media Sosial Rubrik Khotbah.....	49
D. Rubrik Mojok.co	50
BAB III KONSTRUKSI PESAN DAKWAH DAN BAHASA SATIRE PADA PENULISAN RUBRIK KHOTBAH	54
A. Konstruksi Pesan Dakwah Pada Mojok.co	54
B. Satire Dalam Penggunaan Bahasa Mojok.....	79
BAB IV PENUTUP	100
A. Kesimpulan	100
B. Saran	102
DAFTAR PUSTAKA	104
LAMPIRAN-LAMPIRAN	108
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	116

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manusia merupakan sebuah makhluk sosial atau makhluk yang tidak bisa hidup sendiri kapanpun dan dimana pun dia berada. Yang mana dalam komunikasi antar manusia juga pasti terdapat beberapa faktor pendukung untuk pendukung komunikasi yaitu komunikan, komunikator dan juga sebuah media. Sehingga jika dilihat dengan berkembang zaman maka semakin mudah orang untuk berkomunikasi, hal itu terjadi karena sudah terdapat media komunikasi baik itu media cetak, media elektronik dan media online. Berbicara terkait dengan media komunikasi maka hal itu tidak akan terlepas dengan yang namanya jurnalistik, yang mana jurnalistik merupakan sebuah catatan yang menuliskan tentang kejadian-kejadian yang terjadi disekitaran masyarakat.

Seiring dengan perkembangan zaman, kita juga selalu dihadapkan pada berbagai tanda yang beragam seperti gambar, bahasa, dan teks. Tanda-tanda itu sendiri memiliki arti yang beragam. Oleh karena itu, media memiliki kekuatan yang sangat besar dalam membangun realitas di sekitar kita. Konstruksi yang dibangun oleh media tentu memiliki kelebihan dan kekurangan. Semua yang dibangun tidak lepas dari sudut pandang media terhadap suatu peristiwa yang diangkat menjadi suatu tulisan. Konstruksi

yang dilakukan oleh media juga bervariasi, seperti berita politik, sosial, ekonomi, agama dan budaya budaya.¹

Saat ini juga kehidupan globalisasi media merupakan sesuatu hal yang bisa menguasai dunia manusia secara cepat dengan penyampaian pesan yang dituliskan oleh suatu media, baik itu media cetak ataupun media elektronik. Media itu sendiri secara sadar dapat membantu dalam memperkuat nilai dan juga norma yang didasarkan dengan visi misi sesuai dengan latar belakang sebuah media. Media juga memiliki rubrik-rubrik yang didalamnya terdapat berbagai rubrik yang bisa diakses oleh masyarakat secara cepat. Namun dengan penyampaian informasi secara cepat juga seringkali terdapat kesalahan dalam penyampaian pesan sehingga sangat perlu diperhatikan bagi media agar penyampaian pesan yang dilakukan oleh media tidak semakin memburuk apalagi pemberitaan terkait dengan keagamaan yang bisa dibilang sangat sensitif jika terjadi kesalahan di dalamnya.

Perkembangan media komunikasi saat ini berlangsung dengan sangat cepat dan membutuhkan perhatian yang besar dari masyarakat dan organisasi. Di era digital seperti sekarang, media online dianggap sebagai alternatif yang dapat menyediakan berbagai informasi. Media *online* ini memiliki berbagai jenis seperti portal berita, *website*, *radio online*, *pers online*, *mail online*, dan sebagainya, dengan karakteristik masing-masing

¹ M. Arifin, "Konstruksi Citra Diri Muslim Pada Media Massa," *Jurnal Dakwah* Vol XI, no (2010).

yang memungkinkan pengguna atau konsumen untuk memanfaatkannya.² Belakangan ini, banyak muncul media online berupa website yang diminati terutama oleh kalangan muda, dan dapat sangat mempengaruhi masyarakat terutama dalam menyampaikan informasi keagamaan. Salah satu media online yang memiliki gaya bahasa yang berbeda dengan media pada umumnya adalah media Mojok.co.

Dalam penulisan berita atau rubrik juga memiliki pedoman tersendiri bagi suatu media untuk menjadikan suatu landasan penulisan, hal itu dilakukan agar tulisan tersebut bisa dipahami dan menarik perhatian dari pembaca, salah satunya yaitu dengan cara penggunaan kata atau bahasa dalam suatu media. Untuk itu peneliti mengambil media online Mojok.co sebagai bahan penelitian dikarenakan media online Mojok.co merupakan sebuah media online santai yang berisikan konten-konten seputas isu-isu sosial, politik, agama dan budaya pop dalam bentuk artikel esai. Media Mojok juga mewadahi tulisan para penulis yang mempunyai kreatifitas yang berlebih. Mojok.co juga merupakan media online yang bisa di bilang unik. Dan keunikan tersebut terletak pada bagaimana media ini menyajikan konten dengan sudut pandang yang berbeda dengan media lain, contohnya dengan menggunakan tuturan yang santai, satir dan jenaka yang bisa dibbilang jauh dari kesan formal. Mojok.co juga membuat rubrik khotbah yang biasanya diterbitkan pada hari jumat yang didalamnya menuliskan

² Agung Kurniawan, *Transformasi Pelayanan Publik* (Yogyakarta: Pustaka, 2005), hlm, 20.

terkait tentang keislaman dengan pemaparan bahasa yang renyah dan menggelitik didalamnya sehingga menjadi ciri khas dari media tersebut.

Dari pengamatan awal yang dilakukan peneliti pada media online Mojok.co menggunakan bahasa yang terbilang santai namun memiliki pesan yang mendalam bagi pembaca, penulisan dalam rubrik khotbah juga dikemas seperti penulisan cerpen namun didalamnya dibarengi dengan pengetahuan keagamaan yang simple namun bisa lebih cepat dipahami dan dirasakan oleh pembaca, hal ini dikarenakan penulisan yang disajikan bisa dibilang sesuai dengan apa yang biasanya terjadi pada lingkungan masyarakat. Berdasarkan paparan diatas peneliti merasa perlu untuk meneliti hal tersebut, agar kedepanya media-media lebih termotivasi untuk memunculkan ciri khas media terkait dengan agama islam. Oleh karena itu penulis mengangkat tema **“Penggunaan Gaya Bahasa Satire dalam Penulisan Rubrik Khotbah pada Media Online Mojok.co”**.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

B. Rumusan Masalah

Dari informasi yang telah dijelaskan sebelumnya, peneliti merumuskan beberapa masalah untuk menentukan fokus penelitian.

1. Bagaimana Media *online* Mojok.co mengkonstruksi pesan dakwah dalam penggunaan bahasa satire pada tulisan rubrik khotbah?
2. Bagaimana media online Mojok.co memasukan unsur-unsur satire dalam penggunaan bahasa satire pada penulisan rubrik khotbah?

C. Tujuan dan Kegunaan

1. Tujuan Penelitian
 - a. Menjelaskan cara media mengkonstruksi pesan dakwah dalam penggunaan bahasa satire pada rubrik khutbah media online Mojok.co
 - b. Menjelaskan bagaimana media online mojok.co memasukan unsur-unsur penggunaan bahasa satire dalam penulisan rubrik khutbah.
2. Kegunaan Penelitian
 - a. Secara teoritis: Penelitian ini memberikan informasi dan pengetahuan yang dibutuhkan untuk memecahkan masalah dan membuat keputusan. Dengan begitu, manfaat penelitian adalah kegunaan hasil penelitian nanti, baik bagi kepentingan pengembangan program maupun kepentingan ilmu pengetahuan.

- b. Secara praktis: agar memberikan ilmu secara langsung pada khalayak dan juga media, salah satunya pedoman para pengembang media.

D. Kajian Pustaka

Kajian pustaka yang ditulis meruakan dasar acuan penulis dalam penelitian yang sedang dilakukan, hal ini dilakukan agar penulis dapat memperkaya teori-teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang sedang dilakukan. Hal ini juga berupaya agar terhindar dari yang namanya plagiasi. Peneliti juga menggunakan lima kajian pustaka yang dikutip dari beberapa jurnal dalam jangka waktu sepuluh tahun belakangan yaitu.

1. Penelitian pertama dilakukan oleh Dewi Puspita, Hasnah Faizah, dan Chairlina dalam jurnal Sastrabesia dengan judul "Gaya Bahasa Sindiran Dalam Debat Pemilihan Presiden 2019". Tujuannya adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan jenis-jenis gaya bahasa sindiran yang digunakan dalam debat pemilihan presiden tahun 2019 serta maknanya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif. Gaya bahasa sindiran yang ditemukan dalam penelitian ini meliputi sinisme, innuendo, ironi, sarkasme, satire, dan antifrasis yang dianalisis dari transkrip video debat pemilihan presiden 2019 di Youtube. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik simak, teknik catat, dan teknik dokumentasi. Sedangkan untuk analisis data, dilakukan pemetaan dan analisis terhadap data yang telah ditemukan. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya penggunaan

bahasa sinisme, innuendo, ironi, sarkasme, dan satire dalam video debat pemilihan presiden 2019 beserta makna yang terkandung dalam penggunaan bahasa tersebut. Namun, tidak ditemukan adanya data mengenai penggunaan bahasa antifrasis atau makna yang bertentangan dari penggunaan bahasa sindiran.³

Dalam penelitian diatas terdapat kesamaan dengan penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan penelitian kualitatif deskriptif dan sama-sama meneliti gaya bahasa sindiran pada tulisan, namun yang membedakannya dengan penelitian ini adalah. Penelitian terlebih dahulu hanya berfokus kepada semua kebahasaan sindiran, sedangkan pada penelitian ini berfokus kepada bagaimana media memasukan unsur satir dalam sebuah rubrik dan bagaimana media mengkonstruksi sebuah pesan dakwah.

2. Penelitian yang kedua yaitu dari Abdul Aziz dengan jurnal Medan Makna dengan judul “Satire dalam Rubrik Kumparan, Pandemi Semakin Menunjukkan Potret Kesenjangan Pendidikan Indonesia Edisi 11 Juli 2021”. Peneliti melakukan penelitian ini agar mengetahui gaya bahasa perbandingan dalam rubrik kumparan. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan teori gaya bahasa satire atau sindiran. Teknik analisis yang digunakan yaitu dengan dokumentasi yang mana agar mempermudah peneliti yaitu

³ Charlina Dewi Puspita, Hasnah Faizah, “Gaya Bahasa Sindiran Dalam Debat Pemilihan Presiden 2019,” *Jurnal Sastrabesia Program Studi Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia* vol,9, no 2 (2021), <https://ejournal.stkipjb.ac.id/index.php/sastra/issue/archive>.

dengan cara mencatat kalimat yang terdapat gaya bahasa satire yang memiliki konteks yang utuh. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan maka terdapat beberapa jenis gaya bahasa seperti satire, ironi, sarkasme dan sinisme didalam kumpulan rubrik kumparan. Serta jenis gaya bahasa yang paling dominan yang digunakan pada rubrik kumparan yaitu menggunakan bahasa satire dengan penggunaan bahasa yang kasar dengan mengganti kata-kata yang awalnya baik menjadi bahasa yang tidak.⁴

Persamaan dari penelitian ini dan penelitian terlebih dahulu ialah sama-sama menggunakan penelitian kualitatif deskriptif dan meneliti penggunaan gaya bahasa, sedangkan perbedaannya terletak kepada media dan juga berita. Namun penelitian terlebih dahulu lebih ke kebahasaannya sedangkan penelitian ini lebih kepada media yang memasukan gaya bahasa satire dalam penyampaian pesannya dan juga kepada konstruksi yang dilakukan media terhadap pesan dakwah.

3. Penelitian ketiga dilakukan oleh Anggi Maysa Noviana Bakri, M Helki Agusti, Ian Wahyuni dari jurnal Segara Widya dengan judul "Penggunaan Bahasa Satire Publik Figur Dalam Komentar Pemberitaan Pamungkas di Sosial Media". Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan bentuk bahasa satire yang digunakan dalam tuturan di media sosial Twitter dan Instagram. Objek penelitian ini adalah video

⁴ Abdul Aziz, "Satire Dalam Rubrik Kumparan, Pandemi Semakin Menunjukkan Potret Kesenjangan Pendidikan Indonesia Edisi 11 Juli 2021," *Medan Makna Ilmu Kebahasaan Dan Kesastraan* vol 20, no. 1 (2022), <https://ojs.badanbahasa.kemdikbud.go.id/jurnal/index.php/medanmakna/article/view/4000>.

tidak senonoh dari Pamungkas yang sedang viral di atas panggung, dengan sumber data berupa kritikan yang muncul sebagai dampak dari video tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan adanya sindiran yang mengandung kritikan terhadap perilaku Pamungkas di atas panggung. Unsur satire yang digunakan dalam komentar-komentar di Twitter dan Instagram bersifat halus dan sedikit mengandung unsur komedi.⁵

Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti bahasa satire namun yang membedakannya adalah peneliti terlebih dahulu lebih kepada bahasa satire dalam komentar pada sosial media sedangkan pada penelitian ini adalah lebih kepada media onlinenya yang memasukan unsur satire dalam penulisannya, bukan hanya itu penelitian ini juga melihat konstruksi pesan dakwah dalam media online Mojok.co.

4. Penelitian yang keempat yaitu dari jurnal *Nomosleca* oleh Zainal Abidin Achmad, Syifa Syarifah Alamiyah, Heidy Arvian dengan judul “Kritik Satire Pada Pejabat Negara Indonesia Melalui Rosting Stand-Up Comedy Kiki Saputri di Youtube”. Penelitian ini bertujuan agar mengetahui kritikan melalui roasting stand-up comedy Kiki Saputri kepada pejabat negara, roasting itu sendiri adalah sebuah lelucon yang tujuannya agar mengkritik seseorang dengan gaya bahasa yang menghibur. Metode penelitian yang digunakan disini

⁵ Ian Wahyuni Anggi Maysa Noviana Bakri, M Helki Agusti, “Penggunaan Bahasa Satir Publik Figur Dalam Komentar Pemberitaan Pamungkas Di Sosial Media,” *Segara Widya* vol 11, no. 2 (2023), <https://pdfs.semanticscholar.org/a76c/d60fb06fd6f44618fa22d945c73708dc040c.pdf>.

yaitu dengan penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan etnografi virtual, dengan menggunakan Penelitian ini melibatkan enam orang yang melakukan wawancara secara virtual melalui kolom komentar di video stand-up comedy Kiki Saputri di Youtube. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kiki memiliki keberanian dalam merostik pejabat negara dengan menggunakan kritikan yang bersifat satire tanpa kamufase dalam perkataannya. Tindakan yang dilakukan oleh Kiki ini dianggap sebagai sesuatu yang benar adanya, dan penggunaan diksi seperti itu juga dapat menghindari hujatan, sarkasme, dan hinaan.⁶

Persamaan dari kedua penelitian ini adalah sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif dan sama-sama meneliti bahasa satire. Sedangkan perbedaannya yaitu peneliti terlebih dahulu lebih berfokus kepada satire pada media online Youtube yang diteliti melalui mimik wajah dan juga Bahasa yang digunakan oleh kiki saputri sedangkan pada penelitian ini lebih kepada media satu web media yang merfokus pada tulisan yang digunakan dalam media tersebut.

⁶ Heidy Arvian Zainal Abidin Achmad, Syifa Syarifah Alamiyah, "Kritik Satire Pada Pejabat Negara Indonesia Melalui Rosting Stand-Up Comedy Kiki Saputri Di Youtube," *Jurnal Nomosleca* vol 2, no. 8 (2022), https://www.researchgate.net/publication/366257200_Kritik_Satire_pada_Pejabat_Negara_Indonesia_melalui_Rosting_Stand-Up_Comedy_Kiky_Saputri_di_Youtube.

5. Penelitian yang kelima ini berasal dari jurnal Implementasi oleh Puspita Maha Dewi, Cindy Gia Syavica, Dita Tri Wahyuni, Muhammad Rafi Hanif, Evatul Mauzah dengan judul “Analisis Penggunaan Gaya Bahasa Sarkasme dan Satire dalam Ragam Aplikasi Media Sosial”. Penelitian ini bertujuan untuk menghubungkan isu-isu yang sedang hangat dimasyarakat dengan analisis sarkasme dan satire, Fokus penelitiannya yaitu pada akun Instagram genius yang membahas fakta tentang keindahan alam laut, serta akun Tiktok Angsor Tea yang mana membahas terkait kasus Nikita Mirzani dan Dewi Persik, di akun Tiktok tersebut terdapat sebuah parodi mengharamkan babi dan minuman keras. Dari penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan tentang sarkasme dan satire dalam bermedia sosial. Manfaatnya yaitu dapat mengetahui dampak dari adanya sarkasme dan satire dapat mengimplikasikan bijak dalam bersosial media. Metode yang digunakan adalah studikasis Eksploratif. Dan hasil dari analisis tersebut yaitu terdapat parodi video akun Tiktok yang dimiliki oleh Anyeongsalalew terdapat unsur kelucuan dan juga sindiran sehingga mendapat komentar positif oleh masyarakat.⁷

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terlebih dahulu iyala adalah sama-sama menggunakan penelitian kualitatif deskriptif dengan penelitian kebahasaan namun yang membedakan pada kedua

⁷ Evatul Mauzah Puspita Maha Dewi, Cindy Gia Syavica, Dita Tri Wahyuni, Muhammad Rafi Hanif, “Analisis Penggunaan Gaya Bahasa Sarkasme Dan Satire Dalam Ragam Aplikasi Media Sosial,” *Jurnal Implementasi* vol 1, no. 4 (2022), <https://jurnalilmiah.org/journal/index.php/ji/article/view/460>.

penelitian adalah kepada pada medianya, pada penelitian terlebih dahulu lebih kepada sosial media khususnya Instagram dan juga TikTok sedangkan penelitian ini lebih kepada media online yang berupa web dari Mojok.co.

E. Karangka Teori

1. Pesan Dakwah

Kata dakwah sendiri berasal dari bahasa Arab "da'wah" yang terdiri dari tiga huruf, yaitu dal, ain, dan wawu. Kata ini memiliki berbagai makna seperti memanggil, meminta, mengundang, minta tolong, mendoakan, menangisi, memohon, menyuruh datang, menamakan, mendorong, menyebabkan, mendatangkan, dan meratapi. Al-Qur'an juga mengembangkan makna kata da'wah untuk berbagai penggunaan yang berbeda.

Syed Qutb memaparkan makna dakwah sesuai terminologi. Dakwah adalah menetapkan batasan dengan menyeru kepada orang lain untuk mengikuti seorang pendakwah atau segerombolan orang untuk tunduk pada kekuasaan Allah SWT. Ahmad Ghusli menjelaskan bahwa dakwah adalah perbuatan atau ucapan untuk membujuk orang agar menerima Islam. Ismail al-Faruqi menyatakan bahwa hakikat dakwah adalah bebas, universal, dan rasional.⁸

14. ⁸ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, ed. PT Remaja Rosdakarya (Bandung, 2013), hlm.

Dakwah itu sendiri terdapat beragam komponen, salah satunya adalah pesan dakwah. Pesan Dakwah atau Maudul al-Dakwah merupakan materi yang disampaikan kepada Madhu atau yang sering diartikan dengan kata-kata, gambar, lukisan, dan lain sebagainya. Harapannya, pesan ini dapat membuat anda memahami materi khotbah dan bahkan mengubah sikap serta perilaku rekan dakwah.⁹

a. Jenis Pesan Dakwah

Pada dasarnya segala bentuk pesan dapat dijadikan pesan dakwah selama tidak bertentangan dengan sumber utamanya yaitu Al-Qur'an atau juga. Ali Aziz menjelaskan, risalah pesan dari dakwah secara umum terbagi menjadi dua bagian, yaitu risalah utama (al-Qur'an dan hadits) dan risalah tambahan atau pembantu yaitu (tidak termasuk al-Qur'an dan hadits):¹⁰

1) Ayat-ayat Al-Quran

Menurut para ulama, inti Al-Qur'an terdapat dalam Surat Al-Fatihah. Jadi, jika Anda memahami surat Al-Fatihah, Anda juga akan memahami pesan dari Al-Qur'an. Surat Al-Fatihah memiliki tiga tema utama yang mewakili pesan utama dakwah: iman (ayat 1-), ibadah (ayat 5-6), dan mu'amarra (ayat 7). Bagian ini adalah ajaran utama Islam.

⁹ Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), hlm. 218.

¹⁰ Moh Ali Aziz, hlm. 218.

2) Pendapat Para Sahabat Nabi

Hadits adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan Nabi SAW, termasuk perkataannya, perbuatannya, maklumatnya, ciri-cirinya, bahkan ciri fisiknya. Dalam mengutip hadis, kualitas keabsahan hadis harus diperhatikan dengan memperhatikan hasil penelitian dan penilaian para ulama hadis. Seorang dpendakwah juga harus mengetahui cara memperoleh hadis shahih dan memahami isinya.

3) Pendapat Ulama

Pedapat dari para ulama ada dua macam, yang mana argumen yang sudah disepakati dan adapula argument yang masih mwnjadi selisih oleh para ulama. argumen yang pertama itu sendiri merupakan pendapat yang lebih tinggi nilainya daripada dari pendapat yang keduanya. Namun terdapat juga pendapat para ulama yang kelihatannya bertolak belakang sehingga masih harus melakukan kompromi dalam memilih suatu argument yang lebih kuat atau memilih yang paling baik dalam manfaatnya.

4) Hasil Penelitian Ilmiah

Jika dilihat Sebagian besar penelitian ilmiah itu dapat sangat membantu dalam memahami ataupun memaknai ayat-ayat dalam Al-Qur'an. Dalam hasil dari penelitian juga dapat

menjadi sebuah salah satu dari sumber pesan dakwah. Yang mana masyarakat yang modern lebih menghargai akan hal itu, bahkan juga ada beberapa orang yang lebih mempercayainya daripada dengan kitab suci. Hal itu bisa terjadi dikarenakan sifat dari penelitian ilmiah itu nilai kebenarannya lebih relatif dan dapat berubah serta mencerminkan sebuah realitasnya.

5) Kisah dan Pengalaman Teladan

Kedua para pendengar kurang bisa tertarik dan kurang meyakini terhadap pesan dakwah yang disampaikan oleh para dai, maka para pendakwah harus mencari bukti-bukti yang kongkrit dan mendalam dalam sebuah kehidupan nyata yang bertujuan untuk memperkuat sebuah argument dari para pendakwah. Salah satunya yaitu dengan mengambil sebuah pengalaman seseorang ataupun pribadi para pendakwah yang sekiranya sesuai dengan napa yang disampaikan.

6) Berita dan Peristiwa

Pesan dakwah juga bisa berupa sebuah berita yang berceritakan suatu kejadian atau peristiwa yang lebih ditonjolkan daripada pelakunya. Berita jika dilihat secara istilah merupakan sebuah *ilmu al-Balagh* yang dapat benar ataupun bohong, berita itu sendiri bisa dikatakan benar jika sesuai dengan napa yang terjadi namun jika hal itu tidak sesuai dengan faktanya

maka dapat dibilang bohong. Maka dari itu hanya berita yang diyakini kebenarannya yang patut dijadikan sebuah pesan dakwah.

7) Karya Sastra

Ketika diberikan dengan karya sastra yang lebih tinggi nilainya maka pesan dakwah itu bisa dilihat lebih indah dan juga menarik. Karya sastra ini juga dapat berupa seperti syair, puisi, pantun, lagu dan lain sebagainya.

8) Karya Seni

Seni memiliki nilai keindahan yang sangat tinggi. Dalam karya sastra, komunikasi verbal digunakan, tetapi dalam seni, lebih banyak mengekspresikan komunikasi nonverbal. Menurut Mark L. Knapp, istilah nonverbal sering digunakan untuk menggambarkan segala bentuk komunikasi di luar kata-kata yang diucapkan atau tertulis. Pesan dakwah jenis ini menggunakan lambang terbuka yang dapat ditafsirkan secara bebas oleh siapa pun dengan pemahaman yang berbeda, sehingga pesan dakwah bersifat subjektif.

b. Tema Pesan Dakwah

Ending Saifuddin Anshari membagi tema dakwah menjadi beberapa pokok ajaran Islam yakni:

- 1) Akidah, merupakan sebuah keimanan kepada Allah SWT, iman kepada malaikat-malaikat Allah, iman kepada kitab-kitab Allah, iman kepada Rasul-Rasul Allah, dan iman kepada *qada* dan *qadar*.
- 2) Syariah, merupakan sebuah sesuatu yang meliputi ibadah, maksud dari ibadah itu sendiri secara khas yaitu (thaharah, shalat, *as-shum*, zakat dan haji) dan Adapun yang umum yang dalam artian luas yaitu hukum perdata ataupun hukum publik.
- 3) Akhlak yakni perilaku kepada pencipta dan makhluk (manusia dan non manusia).

Namun, para ulama juga menambahkan bahwa inti dari ajaran Islam dapat dibagi berdasarkan pada keutamaan ketiga tema yang terdapat dalam surah al-Fatihah, yaitu akidah, Syariah, dan akhlak yang bersumber dari hadis Nabi SAW. Beberapa pandangan dari para ulama mengenai ketiga prinsip utama dalam Islam seperti:¹¹

- 1) Ketiga elemen ini ditempatkan dalam hierarki yang jelas. Ini berarti bahwa seseorang harus memperkuat keyakinannya terlebih dahulu, kemudian mengamalkan ajaran agama, dan akhirnya memperbaiki akhlaknya. Pada tahap tertinggi inilah tujuan diutusnya Nabi SAW, ialah untuk melengkapi akhlak manusia. Berdasarkan asumsi ini, jika seorang pendakwah memiliki keyakinan yang kuat, maka lebih mudah baginya

¹¹ Moh Ali Aziz, hlm. 335-336.

memberikan dakwah dan menolong seseorang untuk menjadi lebih baik. Jika seorang pendakwah memiliki keyakinan yang teguh, dia diizinkan untuk mengajari cara-cara menjalankan agama. Selain itu, seorang da'i harus memiliki hati yang suci dan menganggap bahwa hidupnya selalu diawasi Allah SWT, serta mendorong yang baik dan melarang yang buruk.

- 2) Ketiga komponen ini ditempatkan secara hierarkis. Hal ini berarti bahwa seseorang harus memperkuat keyakinannya terlebih dahulu, kemudian mengamalkan ajaran agama, dan akhirnya memperbaiki akhlaknya. Pada tahap tertinggi ini, tujuan diutusnya Nabi SAW ialah untuk melengkapi akhlak manusia. Berdasarkan asumsi ini, agar memperkuat iman seorang pendakwah, akan lebih gampang bagi mereka untuk melakukan dakwah dan membantu mengubah seseorang menjadi lebih baik. Jika pendakwah memiliki keyakinan yang kuat, mereka diizinkan untuk mengajarkan cara-cara menjalankan agama. Pendakwah harus memiliki hati yang bersih dan merasa bahwa hidupnya selalu diawasi

c. Karakteristik Pesan Dakwah

Ciri-ciri pesan dakwah adalah keaslian, yang berarti bahwa keaslian tersebut harus berasal dari Allah SWT. Dakwah itu sendiri mengajarkan kepada kita tentang rasionalitas ajaran Islam. Salah satu buktinya adalah adanya ajaran keseimbangan (al-mizan), yang ditempatkan di posisi tengah-tengah antara dua ekstrem.

Salah satu ciri pesan dakwah yang berbeda ialah universal, yaitu mencakup semua aspek kehidupan dengan sebuah nilai-nilai

kebajikan yang dapat diterima oleh semua orang. Ajaran Islam telah mengatur segala hal, mulai dari yang terkecil hingga yang terbesar dalam kehidupan manusia. Semua perintah Islam dapat ditoleransi dan diberi keringanan jika menghadapi kesulitan dalam pelaksanaannya. Dengan demikian, terdapat tujuh ciri pesan dakwah, yaitu keasliannya dari Allah SWT, kemudahan, kelengkapan, keseimbangan, universalitas, kebermaknaan, dan membawa kebaikan.¹²

d. Konsep Dakwah

Dalam kegiatan berdakwah terdapat unsur-unsur atau komponen-komponen yang terkandung didalamnya yakni:¹³

1) Da'i

Da'i adalah individu yang menyebarkan dakwah melalui ucapan, tulisan, dan tindakan. Pendakwah dapat beroperasi secara individu, dalam kelompok, maupun melalui lembaga. Toto Tasmara mengelompokkan pendakwah berdasarkan keahlian yang dimiliki menjadi dua kategori yaitu:

- a) Secara keseluruhan, seorang Setiap muslim yang telah mencapai usia dewasa atau mukalaf adalah seorang pendakwah. Sebagai bukti nyata dari perintah Rasulullah, setiap muslim dewasa memiliki tanggung jawab untuk menyampaikan ajaran

¹² Moh Ali Aziz, hlm. 340-342.

¹³ Fathul Bahry An-Nabiry, *Meniti Jalan Dakwah Bekal Perjuangan Para Da'i* (Jakarta: AMZAH, 2008), hlm. 231.

Islam kepada semua orang, bahkan jika hanya dengan satu ayat saja. Kewajiban berdakwah juga melekat pada setiap individu sesuai dengan kemampuan yang dimiliki oleh masing-masing orang.

- b) Sedangkan secara khusus seorang pendakwah adalah seorang Muslim yang memiliki keahlian khusus dalam bidang keagamaan, seperti ulama dan sebagainya.

Ada tiga tingkatan pendakwah yang berbeda, yaitu Pendakwah *Mujtahid*, Pendakwah *Muttabi'*, dan Pendakwah *Muqallid*. Pendakwah *Mujtahid* ialah seseorang yang memiliki kemampuan untuk menggali pemahaman langsung dari ayat Al-Qur'an dan Al-Sunnah serta memiliki keahlian dalam ilmu-ilmu keislaman. Pendakwah *Muttabi'* tidak memiliki kemampuan sebesar Pendakwah *Mujtahid*, sehingga mereka hanya mengikuti pemikiran dari pendakwah kelompok pertama. Pendakwah *Muqallid* adalah seseorang yang tidak memiliki pemahaman yang mendalam tentang dasar hukum ajaran Islam, namun mereka tetap terpanggil untuk menyampaikan pesan tersebut kepada orang lain.

2) Mad'u

Mad'u adalah individu atau kelompok yang menerima pesan dakwah, baik beragama Islam atau tidak. Menurut Tafsir Al-Manar, Syaikh Muhammad Abduh mengklasifikasikan umat yang dihadapi oleh seorang pendakwah menjadi tiga golongan.

- a) Kelompok intelektual yang mampu berfikir secara kritis, memiliki cinta akan kebenaran dan mampu dengan cepat memahami permasalahan.
- b) Kelompok awam adalah kelompok orang yang belum mampu berfikir secara kritis dan mendalam, merasa kesulitan saat harus memahami konsep-konsep yang memiliki makna yang tinggi.
- c) Kelompok yang memiliki tingkat kecerdasan di antara kelompok intelektual dan awam. kelompok ini suka membahas sesuatu hal namun hanya dalam batas tertentu, tidak mampu memahaminya secara mendalam.

Selain itu Hamzah Ya'qub mengklasifikasi mad'u berdasarkan tingkatan pemikiran, yang dibagi menjadi beberapa kelompok, diantaranya:

- a) Orang-orang yang berfikir kritis, yang memiliki Pendidikan dan juga sebuah pengalaman
 - b) Orang-orang yang mudah dipengaruhi, yaitu individu yang rentan terhadap pengaruh ide-ide baru, tanpa mempertimbangkan dengan matang apa yang disampaikan kepada mereka.
 - c) Orang-orang yang taqlid, yaitu kelompok masyarakat yang fanatik dan tidak kritis Ketika memegang teguh tradisi dan kebiasaan yang diwariskan.
- 3) Pesan

Pesan adalah sebuah materi yang disampaikan da'i kepada mad'u. adalah sebuah pesan dakwah yang pada dasarnya merupakan ajaran Islam itu

sendiri. Wahyu Ilaihi mengelompokkan pesan dakwah secara umum menjadi tiga bagian yaitu:¹⁴

- a) Pesan akidah, yang mencakup iman kepada Allah SWT. Malaikat-Nya. kitab-kitab-Nya. RasulNya, hari akhir serta Iman kepada qadha' dan qadhar.
- b) Pesan syariah, yang mencakup ibadah thaharah, sholat, zakat, puasa, haji serta mu'amalah.
- c) Pesan akhlak, yang mencakup akhlak terhadap Allah SWT, akhlak terhadap makhluk seperti; Manusia, diri kita sendiri, tetangga, serta masyarakat lainnya, juga sikap terhadap makhluk lain seperti flora, fauna, dan sebagainya.

4) Media Dakwah

Ely dan Gerlach memaparkan secara umum mengenai media ialah meliputi manusia, materi dan juga lingkungan yang membuat orang lain mendapatkan keilmuan, keterampilan ataupun akhlak. Dalam Bahasa Arab media seperti dengan *wasilah* atau dalam bentuk jamak *wasail* yang memiliki arti alat atau perantara penyampaian pesan dakwah kepada mad'u. Berdakwah dengan memanfaatkan media akan menambah jangkauan dakwah yang tidak lagi terbatas pada ruang dan waktu. Adapun media dakwah yang dapat dimanfaatkan sebagai berikut:¹⁵

¹⁴ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, hlm. 101-102.

¹⁵ Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, hlm. 403.

- 1) Menggunakan Lisan yaitu seperti menyampaikan ceramah, khutbah tausiyah, pengajian, Pendidikan agama, kuliah, diskusi seminar, nasihat dan sebagainya
- 2) Menggunakan tulisan, yang mana penganyampaian pesan dakwah melalui sesuatu yang ditulis seperti, buku, majalah, surat kabar, risalah, bulletin, brosur dan lain sebagainya.
- 3) Menggunakan audio visual yaitu menyampaikannya dengan cara yang merangsang psuatu penglihatan dan juga pendengaran seperti televisi, sinetron, drama, teater, iklan dan lain sebagainya
- 4) Lingkungan keluarga yatu juka dalam suatu keluarga memiliki suatu ikatan yang Islami maka *akidah* dan *amaliyahnya* akan semakin kuat lagi
- 5) *Uswah* dan *Qudwah Hasanah*, adalah menunjukan dakwah melalui Tindakan yang nyata. Konsep ini mengikuti prinsip yaitu bertindak lebih dari sekedar berbicara, langsung mengamalkannya, dan memberi contoh kepada orang lain tanpa perlu di suruh.
- 6) Organisasi Islam, merupakan kelompok individu yang terstruktur yang aktif dalam ranah keagamaan Islam. Beberapa organisasi Islam terbesar di Indonesia meliputi Nahdalatul Ulama (Nu), Muhammadiyah, Ikhwanul Muslimin, dan sebagainya.

5) Efek Dakwah

Efek dalam ilmu komunikasi sering disebut sebagai umpan balik atau reaksi dari proses dakwah. Efek dakwah dijelaskan sebagai respons dari dakwah

yang muncul sebagai hasil dari Tindakan dakwah. Menurut Jalaluddin Rahmat efek dapat dibagi menjadi tiga tingkatan yang berbeda-beda:¹⁶

- a) Efek kognitif, efek ini terkait dengan pengetahuan, keyakinan, informasi dan keterampilan. Efek ini terjadi ketika terjadi perubahan dalam apa yang diketahui, dipahami, dan dipersepsikan oleh audiens.
- b) Efek afektif, yang mencakup segala hal yang berkaitan dengan emosi, sikap, dan nilai. Efek ini muncul ketika terjadi perubahan dalam apa yang dirasakan, disukai atau dibenci oleh audiens.
- c) Efek *behavioral*, yang mencakup kebiasaan tindakan perilaku. Efek ini mengacu pada perilaku nyata yang dapat diamati.

2. Media Baru

Teori media baru adalah konsep yang dikembangkan oleh Pierre Exact. Teori ini membahas tentang kemajuan media dalam berbagai aspek. Terdapat dua perspektif dalam teori media baru, yaitu interaksi sosial dan integrasi sosial. Media baru merujuk pada penggunaan web, media *online* yang didukung oleh teknologi, memiliki fleksibilitas tinggi, berpotensi interaktif, dan dapat digunakan secara pribadi maupun bersifat terbuka.¹⁷

Kekuatan media baru terletak pada teknologi komunikasi yang melibatkan komputer, yang mempermudah dan mempercepat akses informasi melalui web. Karakteristiknya yang mudah di akses, tidak hanya melalui computer tetapi juga melalui handphone, smartpone, android dan

¹⁶ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, hlm. 21.

¹⁷ Mondry, *Pemahaman Teori Dan Praktik Jurnalistik* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2001), hlm. 13.

juga tablet. Selain itu, media baru ini bersifat jaringan dengan koneksi antar jaringan yang terhubung melalui web dan sangat interaktif karena melibatkan respon aktif dari pengguna.¹⁸

McQuail mengklasifikasikan media baru kedalam empat empat kategori, yaitu:¹⁹

- a. Media komunikasi interpersonal yang terdiri dari telephone, ponsel dan juga surel (surat elektronik)
- b. Media bermain yang terdapat timbal balik didalamnya seperti computer
- c. Media pencarian informasi seperti portal dan media partisipasi kolektif seperti internet sangat penting untuk beragam informasi, pendapat, dan pengalaman. Melalui komputer, kita tidak hanya menggunakan alat tersebut, tetapi juga merasakan efek emosional yang dihasilkannya.

Perkembangan *new media* pada saat ini semakin pesat dan menjadikan media baru sebagai kekuatan utama dalam mempercepat tren globalisasi masyarakat dan manusia selama berapa dekade terakhir. Media baru memiliki ciri-ciri dan keunikan tersendiri yang membawa komunikasi manusia dan masyarakat untuk saling berhubungan. Melewati sebuah konvergensi ini maka terjadi sebuah tingkatan dalam *new media* dan

¹⁸ Rudy Setiawan, "Kekuatan New Media Dalam Membentuk Budaya Populer Di Indonesia (Studi Tentang Menjadi Artis Dadakan Dalam Mengunggah Video Musik Di Youtube)," *EJournal Ilmu Komunikasi* vol 1, no. 2 (2013): hlm. 362.

¹⁹ Novi Kurnia, "Perkembangan Teknologi Komunikasi Dan Media Baru: Implikasi Terhadap Teori Komunikasi," *MEDIATOR* vol 6, no. 2 (2015).

globalisasi yang membuat perubahan yang hampir terjadi di beragam aspek masyarakat atau manusia itu sendiri. Media baru juga memiliki lima karakteristik dengan fitur-fitur sebagai berikut:²⁰

- a. *Digitaly*, secara digital, fitur yang paling mencolok dari media baru adalah kemampuan untuk mengubah teks media dari bentuk analog menjadi bentuk digital. Media baru digital ini mengkonversi data menjadi sebuah format digital.
- b. *Konvergensi*, merujuk pada penggabungan bentuk dan fungsi informasi media menggunakan komunikasi elektronik dan komputasi elektronik. Kemunculan internet dalam teknologi informasi komputer dan jaringan komunikasi menjadi contoh nyata dari konvergensi media baru. Fenomena ini juga mengarah pada konvergensi industri, yang terlihat melalui penggabungan perusahaan media. Keberhasilan suatu produk dan layanan dapat terbukti melalui koneksi yang sukses dengan industri media.
- c. *Interaktivitas*, memberikan fungsi kebebasan kepada pengguna untuk mereproduksi konten dan informasi dalam berkomunikasi antara jaringan yang berbeda. Kebebasan dalam mengontrol informasi membuat media baru memiliki kekuatan besar dalam proses komunikasi manusia.

²⁰ Nikmah Suryandari, "NEW MEDIA DAN KOMUNIKASI ANTARBUDAYA: (KAJIAN DAMPAK NEW MEDIA PADA KOMUNIKASI ANTARBUDAYA DALAM KONTEKS GLOBAL)," *Jurnal Sositekniknologi* vol 20, no. 3 (2021), https://www.researchgate.net/publication/357655592_NEW_MEDIA_DAN_KOMUNIKASI_ANTA_RBUDAYA_KAJIAN_DAMPAK_NEW_MEDIA_PADA_KOMUNIKASI_ANTARBUDAYA_DALAM_KONTEKS_GLOBAL.

- d. *hypertextuality*, menciptakan pusat jaringan secara global. Di mana informasi dapat berpindah dengan bebas dan terhubung secara spontan. Fenomena jaringan global ini telah membentuk pengalaman hidup yang baru bagi manusia, yang akan menghasilkan perubahan dalam kegiatan ekonomi, budaya, interaksi sosial, dan aspek lain dari kehidupan manusia.
- e. *Virtuality*, merupakan sebuah proses pembentukan dalam berkomunikasi secara virtual yang dapat melampaui segala batasan masyarakat manusia, tentu hal itu akan dapat mengubah suatu perspektif kita terhadap realitas baik secara tradisional dalam menentukan identitas

3. Gaya Bahasa

Dalam retorika gaya bahasa dikenal dengan sebutan *style*. Asal usul kata *style* itu sendiri berasal dari bahasa latin adalah *stilus* yakni digunakan untuk menulis pada lempengan lilin. Dengan keahlian menggunakan *stilus* pada lempengan lilin sehingga dapat menjadi lebih jelas. Focus pada keindahan tulisan membuat *style* berubah menjadi kemampuan menulis dengan kata-kata yang indah. Menurut Sujiman gaya bahasa adalah ungkapan yang berisi tentang kata-kata kiasan untuk menciptakan suatu keindahan.

Gaya bahasa merupakan sebuah ekspresi dari kebahasaan, baik dalam sebuah puisi maupun prosa seperti cerpen, novel atau drama. Gaya bahasa adalah penggunaan pemakaian jenis bahasa

tertentu oleh seseorang dalam bertuturkata ataupun menulis agar dapat mencapai efek tertentu. Perkembangan gaya bahasa itu sendiri menjadi menjadi bagian dari pemilihan kata yang mempertimbangkan apakah pemakaian kata, frasa, atau klausa tertentu cocok atau tidak. Persoalan gaya bahasa umumnya terjadi di semua tingkatan kebahasaan, mulai dari pemilihan kata secara individual, frasa, klausa, hingga kalimat, bahkan mencakup keseluruhan wacana. Dengan demikian, gaya bahasa adalah susunan kata-kata yang muncul dari perasaan atau pikiran penulis, yang dapat menimbulkan perasaan tertentu pada pembaca karena penggunaan kata-kata yang indah dan artistik.

Gaya bahasa dapat dilihat dari berbagai perspektif, sehingga sulit untuk mencapai kesepakatan yang komprehensif dan diterima oleh semua pihak. Pandangan mengenai gaya bahasa dapat dibedakan menjadi dua, yaitu dilihat dari segi nonbahasa dan dilihat dari segi bahasa itu sendiri. Secara umum, gaya bahasa diartikan sebagai cara penulis mengungkapkan pikiran melalui bahasa dengan cara yang khas yang mencerminkan jiwa dan kepribadian penulis. Meskipun memiliki cakupan yang luas, gaya bahasa umumnya dibagi menjadi 4 jenis yaitu:

- a. Gaya Bahasa Penegasan, ialah sebuah bentuk bahasa yang dipakai untuk menekankan sesuatu hal agar bisa terlihat lebih jelas dan tegas, dengan tujuan meningkatkan sebuah pemahaman bagi yang mendengar ataupun yang membaca.

- b. Gaya Bahasa Perbandingan, merupakan sebuah majas yang menggunakan gaya bahasa yang menyandingkan atau membandingkan beberapa objek. Gaya bahasa ini dapat berupa penyamaan, kelebihan ataupun penggantian.
- c. Gaya Bahasa Pertantangan ialah sebuah bentuk bahasa yang pakai untuk melukiskan atau mengekspresikan sesuatu hal dengan cara menantang antara satu hal dengan hal yang lainnya.
- d. Gaya Bahasa Sindiran merupakan sesuatu yang menyindir seseorang, gaya bahasa ini tujuannya untuk menyampaikan pesan secara halus guna meningkatkan pemahaman dan makna bagi para pembaca ataupun pendengar.

Namun dari berbagai penjelasan di atas penulisan rubrik Khotbah pada media *online* Mojok.co itu sendiri mereka lebih menekankan kepada gaya bahasa sindiran terhadap situasi ataupun isu-isu yang sedang hangat terjadi di dalam lingkungan masyarakat.

4. Satire

Satire merupakan sebuah bentuk bahasa yang sering dipakai pada karya sastra untuk mengkritik suatu situasi atau individu dig. Satire juga biasanya digunakan pada humor, satir juga bukan hanya sebagai penghibur melainkan juga bisa digunakan untuk mengkritik agar memberikan perubahan yang lebih baik dari sebelumnya. bentuk bahasa satire ialah sebuah bahasa yang mirip dengan pendapat atau

puisi bahkan sebuah tulisan dalam memuat kritikan sosial baik itu secara langsung maupun tersirat.

Keraf juga mengemukakan bahwasanya satire merupakan sebuah ungkapan kritik, yang dapat dilakukan dengan cara menertawakan atau menolak sesuatu, hal ini dilakukan untuk memberikan perubahan kedepannya. Hal ini biasanya bertujuan untuk perbaikan secara etis maupun estetis.²¹ Oleh karena itu secara spesifiknya satire memiliki kedudukan sebagai majas, sebagaimana yang dijelaskan oleh wicaksono bahwasanya satire biasanya mengungkapkan secara sarkas, ironi atau parodi.²² Setelah melihat terkait dengan penjelasan satire itu sendiri maka terdapat jenis satire yang dijelaskan oleh Allen dan Abrams yaitu:²³

- a. Sindiran Lansung (*Direct Satire*), dalam jenis satire yang ini merupakan suatu komentar yang diberikan kepada sesuatu hal ataupun seseorang dengan mengutarakan sindiran menggunakan kata-kata secara terang-terangan.
- b. Sindiran Tak Langsung (*Indirect Satire*), jenis sindiran yang ini merupakan sebuah komentar yang diberikan kepada seseorang ataupun sesuatu hal dengan memberikan sindiran secara tidak langsung.

²¹ Linda, *Implikasinya Dan Christiany Terhadap Pembelajaran Bahasa Dan Juga Sastra Indonesia* (Jakarta, 2017), hlm. 22.

²² Linda, hlm. 23.

²³ Linda, hlm. 24.

Namun agar lebih mudah untuk menentukan suatu ungkapan satire, maka bisa dilihat dengan adanya ciri-ciri ataupun karakteristik satire secara umum oleh LeBeouf:²⁴

- a. Kritik. Satire itu sendiri biasanya didalamnya terdapat kritikan baik itu terkait dengan sikap, perilaku yang negatif, ataupun kebodohan, namun satire ini bertujuan untuk mengarahkan kepada suatu perubahan sosial agar terdapat perbaikan didalamnya.
- b. Ironis. Satire dengan penggunaan ironi didalamnya biasanya diberikan atau dikemukakan dalam bentuk lelucon (humor) untuk menggambarkan suatu isu atau tindakan yang mereka kritiki
- c. Implisit. Sindiran tidaklah merupakan pernyataan yang jelas. Namun dalam memberikan kritik, mereka memiliki tujuan untuk mengkritik dirinya melalui sindiran dengan cara yang *absourd*, berlebihan, ataupun diluar dari pembicaraan yang ada.

Satire itu sendiri biasanya digunakan oleh penulis untuk mengolok-olok atau menolak sesuatu sesuatu, sehingga bentuk satire tidak selalu harus ironis. Hal ini karena satire terdapat kritik terhadap kelemahan manusia. Oleh karena itu satire bukan hanya untuk sebuah kesenangan semata, tetapi juga untuk mendorong perubahan baik secara intelektual maupun estetika. Sesuai dengan sifat, satire dibagi jadi dua kelompok, yakni sindiran yang halus dan sindiran yang keras:

- a. Satire Urbana

²⁴ Linda, hlm. 25.

Bentuk bahasa satir yang lembut adalah penggunaan gaya bahasa yang halus dengan tujuan untuk merefleksikan kebodohan, ketidaktahuan, dan kebingungan dalam nilai-nilai kehidupan yang dianut oleh masyarakat. Oleh karena itu, satire yang lembut ini memakai kata-kata yang sekiiranya pantas untuk dimasukkan sebuah kritikan terhadap kehidupan yang ada. Kritik yang lembut ini juga digunakan agar pembaca tidak merasa tersinggung terhadap apa yang disampaikan, meskipun pembaca bisa tertawa ataupun hanya bisa tersenyum miris ketika ungkapan satire tersebut ditulis.

b. Satire Keras

Bentuk bahasa satir yang keras adalah gaya menggunakan bahasa yang ditulis menggunakan kata-kata yang terbilang, kasar, bahkan marah. Dalam satir keras menggunakan kata-kata yang terbilang kurang pantas oleh masyarakat. Hal tersebut digunakan untuk memberikan kritik, sehingga jenis satir ini sering kali mirip dengan sarkasme dan sinisme yang sangat mencolok. Walaupun begitu, bentuk bahasa ini mampu membuat pembaca tersenyum.

5. Media Massa dan Konstruksi Realitas

Kata konstruksi dalam sebuah kenyataan merupakan sebuah rancangan yang sangat sulit untuk dimengerti dan disepakati secara tunggal dan sangat tergantung pada konteksnya, beberapa definisi konstruksi juga harus berdasarkan konteksnya yang sangat perlu dibedakan atas dasar seperti proses, bangunan, kegiatan, bahasa dan perencanaan. Media adalah perantara dari

sebuah konstruksi. Dari perspektif konstruktivis itu sendiri, media bukan hanya saluran bebas, tetapi juga subjek yang mengkonstruksi realitas dengan pandangan, bias, dan biasanya masing-masing. Melalui bahasa yang digunakan dan pemberitaannya, media dapat menempatkan peristiwa tersebut dalam kerangka tertentu yang pada akhirnya menentukan bahwa pemirsa harus melihat dan memahami peristiwa dari sudut pandang tertentu.

Sementara itu dikutip dari kamus ilmiah populer itu sendiri, konstruksi mempunyai sebuah arti konsepsi, bentuk susunann, rancangan Menyusun, membangun, melukis dan memasang.²⁵ Oleh karena itu konstruksi pesan itu sendiri melihat sifatnya yang mempunyai tujuan untuk membangun pemahaman makna kepada komunikan, berikut ini merupakan sebuah definisi konstruksi menurut para tokoh:²⁶

- a. Menurut Burhan Bugin, konstruksi adalah sebuah kegiatan sosial yang tujuannya agar memmbangun makna pada orang lain tentang pesan yang diberikan. Dalam hal ini, tidak ada realitas yang dieksternalisasi, objektivitas, atau internalisasi. Karena realitas sosial dilihat sebagai konstruksi sosial, realitas sosial yang dikonstruksi dapat berlaku sesuai dengan konteks yang lebih detail dan dapat dinilai sesuai oleh pelaku sosial.
- b. Menurut Sarwiji, yang dimaksud dengan konstruksi adalah sebuah makna yang terkandung dalam sebuah kebahasaan, oleh karena itu konstruksi itu sendiri dapat diartikan sebagai makna yang berhubungan dengan sebuah

²⁵ Pius A Purtanto, *Kamus Ilmiah Populer* (Surabaya: Arkola, 1994), hlm. 356.

²⁶ Eriyanto, *Analisis Wacana, Pengantar Analisis Teks Media* (Yogyakarta: Lkis, 2008), hlm. 19.

kalimat ataupun suatu kelompok kata yang berada dalam sebuah kata yang mengkaji tentang kebahasaan.

- c. Menurut Eriyanto, konstruksi adalah cara pandang yang berbeda-beda terhadap kenyataan masyarakat, tergantung pada bagaimana masyarakat memahami dan menanggapi realitas tersebut. Dalam komunikasi, masyarakat bukan hanya sebagai objek yang menggambarkan realitas, tetapi juga sebagai penerima pesan yang mempengaruhi cara mereka memahami realitas. Selain itu, masyarakat juga berperan dalam membentuk realitas melalui konsumsi pesan dari media.

Media massa bisa berperan dalam konstruksi realitas sosial dalam suatu peristiwa. Keneth Gergen berpendapat bahwa konstruksi sosial melihat pada proses bagaimana individu dalam merespon kejadian yang terjadi dilingkungan sesuai dengan pengalaman yang ditemui mereka.²⁷ Jika dilihat melalui konstruktivisme itu sendiri media massa bukan hanya dapat menyampaikan pesan kepada khalayak, melainkan bisa menjadi sebuah subjek yang dapat mengkonstruksi realitas yang ada. Oleh karena itu media juga dapat menjadi agen konstruksi sosial yang dapat mendefinisikan realitas yang ada terhadap peristiwa yang terjadi pada masyarakat.

Saat melakukan konstruksi maka media massa melakukan tiga cara yang dapat berpengaruh terhadap pembentukan citra dalam realitas masyarakat:²⁸

²⁷ Sasa Djuarsa Sendjaja, *Teori Komunikasi* (Jakarta: Universitas Terbuka, 2005), hlm, 83.

²⁸ Agus Sudibyo, *Politik Media Dan Pertarungan Wacana*, ed. LKIS (Yogyakarta, 2001), hlm, 2.

- a. Pemilihan Bahasa atau simbol, yang mana saat media memberikan sebuah informasi mengenai suatu peristiwa kepada khalayak, maka pemilihan kata atau simbol itu sangat berpengaruh terhadap pembaca dalam memaknai sebuah realitas yang ada.
- b. Mekanisme framing, hal ini digunakan agar menyederhanakan sebuah berita dikarenakan adanya sebuah tuntutan teknis. Dalam menentukan sebuah kemasan dalam suatu media, media biasanya dipengaruhi oleh kepentingan internal dan juga eksternal yang bersifat teknis, politik, ekonomis dan juga ideologis. Dengan adanya kepentingan-kepentingan tersebut maka dapat dilihat arah media dalam menentukan suatu berita.
- c. Agenda setting media, saat media memberikan ruang dan juga waktu dalam menampilkan sebuah informasi, maka realitas itu akan lebih mudah diterima oleh pembaca. Media juga memiliki kekuatan yang besar dalam menyampaikan suatu peristiwa, yang mana saat media menganggap penting dalam sebuah pemberitaan maka khalayak dengan ketidaksengajaan juga akan menganggap peristiwa atau berita yang ditampilkan juga penting bagi mereka.

Oleh karena itu bahasa merupakan unsur yang terpenting dalam konstruksi media dalam sebuah realitas, karena bahasa itu sendiri ialah alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan atau informasi sesuai dengan realitas yang ada. Bahasa juga merupakan sebuah konseptualisasi dan juga

sebagai alat narasi.²⁹ Dalam penyampaian pesan dalam sebuah media massa adalah menggunakan sebuah bahasa, baik bahasa verbal ataupun bahasa nonverbal yang dapat berupa gambar, grafik, bahasa dan lain sebagainya.

Konstruksi juga menganggap bahasa dalam sebuah media massa merupakan sebuah pusat dalam kegiatan berkomunikasi dalam berhubungan bahasa. Karena bahasa tidak hanya dilihat sebagai alat untuk menggambarkan sebuah realitas melainkan juga sebagai unit dalam memaknai maksud tertentu dalam sebuah wacana.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang mana penelitian kualitatif itu banyak sekali yang menganggap bahwa penelitian kualitatif itu sendiri pengambilan datanya berupa pernyataan-pernyataan, oleh karena itu anggapan yang dilontarkan tidak sepenuhnya salah melainkan terlalu menyederhanakan pendekatan kualitatif itu sendiri. Namun secara filsafah secara mendasar penelitian kualitatif itu sendiri berasal dari pendekatan subjektif dan memiliki dua varian yaitu konstruktivis dan juga kritis. Penelitian kualitatif juga memiliki tujuan tertentu yakni agar menjelaskan fenomena-fenomena secara sedalam-dalamnya melalui

²⁹ Ibnu Hamad, *Konstruksi Realitas Politik Media Massa: Sebuah Study Critical Discourse Analisis* (Jakarta: Granit, 2004), hlm, 12.

pengumpulan data. Dalam riset kualitatif juga lebih ditekankan kepada kedalaman kualitas data.³⁰

Penelitian kuantitatif juga merupakan penelitian yang sering digunakan dalam menganalisis isi pesan dalam komunikasi untuk mendapatkan daya dan objek yang kuat jenis analisis isi.³¹ Holsti menggunakan analisis isi untuk menarik kesimpulan dari pesan dengan cara objektif dan sistematis. Analisis isi ini adalah teknik yang mudah ditiru dan sistematis untuk mengelompokkan kata-kata dalam teks ke dalam kategori yang lebih sedikit berdasarkan aturan pengkodean yang jelas.³²

2. Sumber Data

Terdapat dua sumber data yang dibuat dalam penelitian ini, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder:

a. Primer

Sumber data primer adalah sumber data utama dalam penelitian. Pada penelitian ini yang menjadi sumber data primer adalah tulisan-tulisan dari rubrik khutbah dan juga wawancara dari para redaktur atau penulis rubrik khutbah.

b. Sekunder

³⁰ Rachmat Kriyanto, *Teknik Praktis Riset Komunikasi (Disertai Contoh Praktis Riset Media, Publik Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran)* (Jakarta: Kencana Predana Media Group, 2007), hlm. 55.

³¹ Rachmat Kriyanto, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta: Kencana Predana Media Group, 2007), hlm. 228.

³² Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rhineka Cipta, 1998), hlm. 10.

Sumber data sekunder merupakan sumber data pendukung yang didapat dari buku, artikel, dan juga jurnal yang berhubungan dengan penelitian dari penulis.

3. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data lapangan yang akurat dan relevan, penelitian ini menggunakan beberapa metode pengumpulan data seperti:

- a. Peneliti melakukan teknik observasi dengan mengamati panca indera manusia dalam pengumpulan data riset secara mendalam.³³ Dalam observasi yang dilakukan juga menggunakan jenis observasi tanpa partisipan yang mana peneliti langsung melakukan pengamatan secara langsung dengan membaca rubrik khutbah pada media online Mojok.co
- b. Teknik dokumentasi melibatkan peneliti dalam melakukan wawancara dalam pengumpulan data yang diperlukan, seperti isi dari rubrik khutbah yang terdapat pada media online Mojok.co
- c. Teknik wawancara yaitu dengan melakukan wawancara terhadap pemimpin redaksi, penulis atau orang-orang yang bertanggung jawab penuh terhadap rubrik khutbah pada media online Mojok.co.

4. Teknik Analisis Data

³³ Burhan Bugin, *Metode Penulisan Kuantitatif; Komunikasi: Ekonomi; Kebijakan Publik, Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri, 2005), hlm. 107.

Analisis data merupakan metode yang digunakan untuk mengubah data menjadi sebuah informasi yang berguna dan dapat dipahami guna menemukan solusi dari permasalahan penelitian.

Teknik penelitian yang diterapkan dalam studi ini adalah Teknik pada penelitian *filling sistem* oleh Wimmer dan Dominick, dimana data-data yang diperoleh dikelompokkan kedalam kategori-kategori yang telah disusun sebelumnya oleh peneliti.³⁴ Tahapan teknik *filling sistem* adalah sebagai berikut:

- a. Setelah peneliti merasa data yang diperoleh sudah mencukupi, maka peneliti akan melakukan analisis terhadap data tersebut.
- b. Data-data yang telah dikumpulkan dalam proses observasi atau pengamatan kemudian akan dianalisis menggunakan kategori-kategori tertentu. Proses inilah dikenal sebagai *filling sistem*.
- c. Setelah peneliti diklasifikasikan sesuai dengan kategori yang telah ditetapkan, maka selanjutnya peneliti mulai menginterpretasikan data dengan mengacu pada konsep yang telah disusun.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

³⁴ Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, hlm. 197.

G. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Pertama adalah Pendahuluan. Pendahuluan ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

Kedua tentang Rubrik Khotbah Media Online Mojok.co. Rubrik ini sebagai unit analisis, karena di sini Rubrik Khotbah harus digambarkan agar pembaca paham apa yang diteliti penulis.

Ketiga yaitu Pembahasan. Di sini ingin menjawab rumusan masalah yang menjadi pertanyaan penelitian penulis. Pembahasan pertama tentang (ISI APA RM 1). Kedua peneliti akan menjelaskan temuan dari rumusan masalah kedua yaitu tentang bagaimana media online Mojok.co memasukan unsur satire dalam penggunaan bahasa pada penulisan rubrik khutbah.

Keempat adalah Penutup. Dalam penutup ini, penulis akan menjelaskan kesimpulan dari penelitian yang diteliti, termasuk pula beberapa saran dan kesimpulan. Terakhir adalah kata penutup.

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dengan hasil penelitian yang telah dijelaskan pada pembahasan sebelumnya terkait dengan citra Islam dalam rubrik khutbah pada media online Mojok.co maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Media online Mojok.co mengkonstruksi pesan dakwah dalam tulisan rubrik khutbah itu awal mulanya dari pembentukan bahasa yang singkat, padat dan jelas sesuai dengan bahasa jurnalistik, namun dengan bahasa itu juga bisa menjadi pembeda antara media Mojok.co dengan media yang lain, yang mana media Mojok.co menggunakan bahasa yang ringan dengan gaya bahasa cerpen yang didalamnya terdapat tanya jawab antar tokoh. Dan tokoh utama yang selalu ada dalam tulisannya seperti Gus Mut, Fanshuri, dan mas Is. Dalam bahasa itu juga bukan hanya sekedar menulis berita yang sedang terjadi dimasyarakat namun penulisanya juga memberikan sindiran kepada isu dalam sebuah dialog antar tokoh didalamnya. Dalam penulisan rubrik khutbah ini juga memberikan pembingkaiian yang lebih dominan kepada khalayak terkait dengan unsur positif dari suatu isu namun hal itu juga memberikan sebuah perubahan dalam sudut

pandang masyarakat terkait dengan isu yang sedang terjadi dimasyarakat khususnya dalam sudut pandang gama Islam, oleh karena itu dengan adanya pembingkaiian seperti itu media bisa meluruskan terhadap isu tertentu apalagi khususnya kepada masyarakat awam yang masih kurang pengetahuan dalam keagamaan.

2. Media online Mojok.co memasukan unsur satire kedalam penulisan rubrik khutbah dengan bahasa-bahasa yang mudah dipahami baik secara langsung ataupun secara sembunyi-sembunyi, namun dalam penulisan rubrik khutbah tersebut penulis lebih dominan memberikan sindiran langsung terhadap suatu isu deng dialog-dialog dalam beritanya. Bahasa satire atau sindiran yang digunakan secara halus dan lebih mudah dipahami, namun dengan adanya sebuah kritikan tersebut juga penulis juga memberikan saran akan suatu isu sehingga bukan hanya sebuah kritikan semata dalam bentuk sindiran namun media juga mampu memberikan sebuah perubahan dalam suatu isu melalui kritikan dan juga masukan terhadap isu-isu yang terjadi dikalangan masyarakat.

3. Bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan kajian yang sama dapat mengembangkan penelitian tujuan yang ingin diteliti dan lebih memfokuskan terhadap apa yang diteliti.

B. Saran

Berdasarkan dengan penelitian yang peneliti lakukan peneliti ada beberapa saran sebagai berikut terkait dengan rubrik khutbah:

1. Media online Mojok.co merupakan media yang baru namun bisa membuat perubahan dalam mengkonstruksi pesan dakwah dalam rubrik khutbah itu masih perlu di perhatikan yaitu dengan penggunaan bahasa baku, walaupun bahasa yang digunakan merupakan bahasa yang ringan, namun alangkah baiknya dengan bahasa yang ringan tersebut media juga perlu memperhatikan penggunaan bahasa yang sesuai dengan KBBI untuk penyesuaian bahasa jurnalistik dan juga karakteristik jurnalistik, sehingga media rubrik khutbah bukan hanya sekedar menulis berita-berita yang terjadi dimasyarakat namun media juga dapat memberikan tatacara penulisan yang baik dan benar sesuai dengan KBBI.

2. Dengan adanya unsur satire dalam penulisan rubrik khutbah merupakan hal yang menarik, namun disini peneliti memberikan saran kepada media alangkah baiknya penulisan satire dalam rubrik khutbah lebih dipertajam lagi sebab jika pembaca tidak teliti dalam membaca tulisan-tulisan dirubrik khutbah maka pembaca tidak mengetahui bahwa itu adalah sebuah satire atau

sindiran kepada isu yang terjadi di masyarakat melainkan kalimat satire itu dianggap hanya sebagai lelucon semata ataupun hanya sebuah pemanis dalam sebuah tulisan, oleh karena itu lebih di tekankan lagi dalam penulisan satiranya sehingga pembaca tahu bahwa terdapat bahasa satire dalam penulisannya.



DAFTAR PUSTAKA

- A Puranto, Pius. *Kamus Ilmiah Populer*. Surabaya: Arkola, 1994.
- Agus Sudibyo. *Politik Media Dan Pertarungan Wacana*. Edited by LKIS. Yogyakarta, 2001.
- Ahmad Khadafi. “Ada Qada Dan Qadar Tapi Kenapa Manusia Masih Diadili Di Akhirat?” *Mojok.Co*, 2021.
- . “Bagaimana Hukum Sedekah Ke Pengemis Yang Pura-Pura?” *Mojok.Co*, 2021. <https://mojok.co/esai/khotbah/bagaimana-hukum-sedekah-ke-pengemis-yang-pura-pura-miskin/>.
- . “Bagi Driver Ojol, Dengar Azan Itu Sholat Jamaah Dulu Atau Antar Orderan Dulu?” *Mojok.Co*, 2021. <https://mojok.co/esai/khotbah/bagi-driver-ojol-dengar-azan-itu-sholat-dulu-atau-antar-orderan-dulu/>.
- . “Cara Bikin Uang Haram Jadi Uang Halal.” *Mojok.Co*, 2021. <https://mojok.co/esai/khotbah/cara-bikin-uang-haram-jadi-uang-halal/>.
- . “Cara Curi Mangga Sesuai Syariat.” *Mojok.Co*, 2021. <https://mojok.co/esai/khotbah/cara-curi-mangga-sesuai-syariat/>.
- . “Dalil Dipakai Untuk Mengatasi Masalah, Bukan Malah Sebaliknya.” *Mojok.Co*, 2021. <https://mojok.co/esai/khotbah/dalil-dipakai-untuk-mengatasi-masalah/>.
- . “Doa Anak Saleh Bukan Satu-Satunya Tiket Masuk Surga, Rahmat Tuhan Itu Banyak.” *Mojok.Co*, 2021. <https://mojok.co/esai/khotbah/doa-anak-saleh-bukan-satu-satunya-tiket-masuk-surga-rahmat-tuhan-itu-banyak/>.
- . “Jadi Mualaf Demi Bisa Nikahi Perempuan Muslim.” *Mojok.Co*, 2021. <https://mojok.co/esai/khotbah/jadi-mualaf-demi-bisa-nikahi-perempuan-muslim/>.
- . “Kalau Anjing Itu Najis Dan Kamu Jadi Benci, Kenapa Kamu Nggak Benci Isi Perutmu Sendiri?” *Mojok.Co*, 2021. <https://mojok.co/esai/khotbah/kalau-anjing-itu-najis-dan-kamu-jadi-benci-kenapa-kamu-nggak-benci-isi-perutmu-sendiri/>.
- . “Kalau Mati Bisa Dihadapi Oleh Sains, Agama Pasti Nggak Laku Lagi.” *Mojok.Co*, 2021. <https://mojok.co/esai/khotbah/kalau-mati-bisa-dihadapi/>.

oleh-sains-agama-pasti-nggak-laku-lagi/.

- . “Kamu Bukan Takut Saat Mereka Bilang Musik Haram, Kamu Takut Sama Ketidaktahuanmu.” *Mojok.Co*, 2021. <https://mojok.co/esai/khotbah/kamu-bukan-takut-saat-mereka-bilang-musik-haram-kamu-takut-sama-ketidaktahuanmu/>.
- . “Karena Fisik Manusia Tak Didesain Untuk Memenuhi Seluruh Keinginannya.” *Mojok.Co*, 2021. <https://mojok.co/esai/khotbah/karena-fisik-manusia-tak-didesain-untuk-memenuhi-seluruh-keinginannya/>.
- . “Khotbah Jumat Terlalu Lama Dan Stigma Yang Menyertainya.” *Mojok.Co*, 2021. <https://mojok.co/esai/khotbah/khotbah-jumat-terlalu-lama-dan-stigma-yang-menysertainya/>.
- . “Menantang Logika Isra Mikraj.” *Mojok.Co*, 2021. <https://mojok.co/esai/khotbah/menantang-logika-isra-mikraj/>.
- . “Nafsu Dunia Juga Ada Gunanya, Makanya Tuhan Menciptakannya.” *Mojok.Co*, 2022. <https://mojok.co/esai/khotbah/nafsu-dunia-juga-ada-gunanya-makanya-tuhan-menciptakannya/>.
- . “Niatnya Mau Menghindari Fitnah Dajjal, Tapi Sama Hoaks Langsung Percaya.” *Mojok.Co*, 2021. <https://mojok.co/esai/khotbah/menghindari-fitnah-dajjal-tapi-sama-hoaks-langsung-percaya/>.
- . “Poligami Karena Merasa Selevel Dengan Nabi Adalah Sikap Sombong Dan Bodoh.” *Mojok.Co*, 2021. <https://mojok.co/esai/khotbah/poligami-karena-merasa-selevel-dengan-nabi-adalah-sikap-sombong-dan-bodoh/>.
- . “Salah Sangka Soal Isbal, Celana Cingkrang, Dan Ironi Kesombongan.” *Mojok.Co*, 2021. <https://mojok.co/esai/khotbah/salah-sangka-soal-isbal-celana-cingkrang-dan-ironi-kesombongan/>.
- . “Tak Rela Terima Sedekah Karena Tak Mau Lihat Orang Lain Lebih Mulia.” *Mojok.Co*, 2021. <https://mojok.co/esai/khotbah/tak-rela-terima-sedekah-karena-tak-mau-lihat-orang-lain-lebih-mulia/>.
- . “Tulisan Rubrik Khotbah.” *Mojok.co*, n.d. <https://mojok.co/esai/khotbah/page/3/>.
- . “Untung Jarang Ke Masjid, Jadi Nggak Kena Hoaks Soal Vaksin Corona Haram.” *Mojok.Co*, 2021. <https://mojok.co/esai/khotbah/untung-jarang-ke-masjid-jadi-nggak-kena-hoaks-soal-vaksin-corona-haram/>.

Anggi Maysa Noviana Bakri, M Helki Agusti, Ian Wahyuni. “Penggunaan Bahasa Satir Publik Figur Dalam Komentar Pemberitaan Pamungkas Di Sosial Media.” *Segara Widya* vol 11, no. 2 (2023). <https://pdfs.semanticscholar.org/a76c/d60fb06fd6f44618fa22d945c73708dc0>

40c.pdf.

Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rhineka Cipta, 1998.

Aziz, Abdul. "Satire Dalam Rubrik Kumparan, Pandemi Semakin Menunjukkan Potret Kesenjangan Pendidikan Indonesia Edisi 11 Juli 2021." *Medan Makna Ilmu Kebahasaan Dan Kesastraan* vol 20, no. 1 (2022).
<https://ojs.badanbahasa.kemdikbud.go.id/jurnal/index.php/medanmakna/article/view/4000>.

Burhan Bugin. *Metode Penulisan Kuantitatif; Komunikasi: Ekonomi; Kebijakan Publik, Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri, 2005.

Dewi Puspita, Hasnah Faizah, Charlina. "Gaya Bahasa Sindiran Dalam Debat Pemilihan Presiden 2019." *Jurnal Sastrabesia Program Studi Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia* vol,9, no. no 2 (2021).
<https://ejournal.stkipjb.ac.id/index.php/sastra/issue/archive>.

Eriyanto. *Analisis Wacana, Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: Lkis, 2008.

Fathul Bahry An-Nabiry. *Meniti Jalan Dakwah Bekal Perjuangan Para Da'i*. Jakarta: AMZAH, 2008.

Ibnu Hamad. *Konstruksi Realitas Politik Media Massa: Sebuah Study Critical Discourse Analisis*. Jakarta: Granit, 2004.

Kriyanto, Rachmat. *Teknik Praktis Riset Komunikasi (Disertai Contoh Praktis Riset Media, Publik Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran)*. Jakarta: Kencana Predana Media Group, 2007.

Kriyantono, Rachmat. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Predana Media Group, 2007.

Kurniawan, Agung. *Transformasi Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Pembaruan, 2005.

Linda. *Implikasinya Dan Christiany Terhadap Pembelajaran Bahasa Dan Juga Sastra Indonesia*. Jakarta, 2017.

M. Arifin. "Konstruksi Citra Diri Muslim Pada Media Massa." *Jurnal Dakwah* Vol XI, no (2010).

Moh Ali Aziz. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2015.

Mojok Suara Orang Biasa. "Tentang Mojok." *Mojok.Co*, 2024.
<https://mojok.co/tentang/>.

- Mondry. *Pemahaman Teori Dan Praktik Jurnalistik*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2001.
- Nikmah Suryandari. "NEW MEDIA DAN KOMUNIKASI ANTARBUDAYA: (KAJIAN DAMPAK NEW MEDIA PADA KOMUNIKASI ANTARBUDAYA DALAM KONTEKS GLOBAL)." *Jurnal Sosioteknologi* vol 20, no. 3 (2021).
https://www.researchgate.net/publication/357655592_NEW_MEDIA_DAN_KOMUNIKASI_ANTARBUDAYA_KAJIAN_DAMPAK_NEW_MEDIA_PADA_KOMUNIKASI_ANTARBUDAYA_DALAM_KONTEKS_GLOBAL.
- Novi Kurnia. "Perkembangan Teknologi Komunikasi Dan Media Baru: Implikasi Terhadap Teori Komunikasi." *MEDIATOR* vol 6, no. 2 (2015).
- Puspita Maha Dewi, Cindy Gia Syavica, Dita Tri Wahyuni, Muhammad Rafi Hanif, Evatul Mauzah. "Analisis Penggunaan Gaya Bahasa Sarkasme Dan Satire Dalam Ragam Aplikasi Media Sosial." *Jurnal Implementasi* vol 1, no. 4 (2022). <https://jurnalilmiah.org/journal/index.php/ji/article/view/460>.
- Rudy Setiawan. "Kekuatan New Media Dalam Membentuk Budaya Populer Di Indonesia (Studi Tentang Menjadi Artis Dadakan Dalam Mengunggah Video Musik Di Youtube)." *EJournal Ilmu Komunikasi* vol 1, no. 2 (2013).
- Sendjaja, Sasa Djuarsa. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Universitas Terbuka, 2005.
- Wahyu Ilaihi. *Komunikasi Dakwah*. Edited by PT Remaja Rosdakarya. Bandung, 2013.
- "Wawancara Dengan Penulis Rubrik Khotbah," 2024.
- Zainal Abidin Achmad, Syifa Syarifah Alamiyah, Heidy Arvian. "Kritik Satire Pada Pejabat Negara Indonesia Melalui Rosting Stand-Up Comedy Kiki Saputri Di Youtube." *Jurnal Nomosleca* vol 2, no. 8 (2022).
https://www.researchgate.net/publication/366257200_Kritik_Satire_pada_Pejabat_Negara_Indonesia_melalui_Roasting_Stand-Up_Comedy_Kiky_Saputri_di_Youtube.