

**TEKNIK HUMOR DALAM KONTEN MAULID
KH. BAHAUDDIN NURSALIM DI CHANNEL
YOUTUBE NU ONLINE**



SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana**

**Disusun Oleh:
Jauhar Bahrur Roziq
NIM 22102010097**

**Dosen Pembimbing:
Drs. Mukhammad Sahlan M.Si
NIP. 19680501 199303 006**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2026**

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Dakwah dan
Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamualaikum wr.wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk, dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku dosen pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Jauhar Bahrur Roziq
NIM : 22102010097
Judul Skripsi : Teknik Humor dalam Konten Maulid K.H Bahauddin
Nursalim di Channel YouTube NU Online

skripsi tersebut sudah memenuhi syarat

- o Bebas dari unsur plagiarisme.
- o Hasil pemeriksaan similaritas melalui Turnitin menunjukkan tingkat kemiripan sebesar 15% dengan menggunakan setelan "small match exclusion" sepuluh kata.
- o Sistematika penulisan telah sesuai dengan Pedoman Penulisan Skripsi yang berlaku.

dan sudah dapat diajukan kepada Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana.

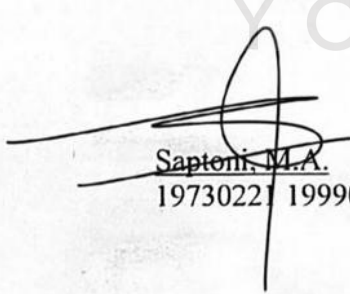
Dengan ini kami mengharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 07 Juli 2026

Mengetahui:

Ketua Program Studi

Dosen Pembimbing


Saptoni, M.A.

19730221 199903 1 002


Drs. Mukhammad Sahlan M.Si

19680501 199303 006

LEMBAR PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
NAMA FAKULTAS BELUM DISETTING
Alamat Fakultas belum disetting

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1506/Un.02/DD/PP.00.9/08/2026

Tugas Akhir dengan judul : TEKNIK HUMOR DALAM KONTEN MAULID KH. BAHAUDDIN NURSALIM DI CHANNEL YOUTUBE NU ONLINE

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : JAUHAR BAHRUR ROZIQ
Nomor Induk Mahasiswa : 22102010097
Telah diujikan pada : Kamis, 23 Juli 2026
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Drs. Mukhammad Sahlan, M.Si
SIGNED

Valid ID: 6a7e949f7133d



Penguji I

Dra. Hj. Evi Septiani Tavip Hayati, M.Si
SIGNED

Valid ID: 6a7c4623928fa



Penguji II

Irawan Wibisono, M.I.Kom
SIGNED

Valid ID: 6a7aac50309d4



Yogyakarta, 23 Juli 2026
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Prof. Dr. Arif Maftuhin, M.Ag., M.A.I.S.
SIGNED

Valid ID: 6a83ad5b37683

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Jauhar Bahrur Roziq
NIM : 22102010097
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul: “TEKNIK HUMOR DALAM KONTEN MAULID K.H BAHAUDDIN NURSALIM DI CHANNEL YOUTUBE NU ONLINE” adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka penyusun siap mempertanggungjawabkannya sesuai hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 06 Juli 2026

Yang menyatakan,


Jauhar Bahrur Roziq
22102010097

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan untuk diri penulis sendiri. Apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. karena saya percaya bahwa proses ini, penulis belajar banyak hal dan merasa tumbuh menjadi pribadi yang lebih dewasa.

Skripsi ini juga penulis persembahkan kepada seluruh keluarga tercinta, terutama kepada ibu dan bapak, yang memiliki harapan besar agar penulis dapat menyelesaikan Pendidikan perkuliahan dengan baik. Doa, kasih sayang, perjuangan, dan kepercayaan beliau menjadi kekuatan utama bagi penulis dalam menghadapi setiap tantangan selama proses studi hingga penyelesaian skripsi ini. Karya ini menjadi bentuk penghormatan dan rasa terima kasih atas segala pengorbanan yang sudah diberikan.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim, Alhamdulillahirobbil'alamin,

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Swt. yang telah melimpahkan rahmat, taufik, hidayah, serta inayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Teknik Humor dalam Konten Maulid KH. Bahauddin Nursalim di Channel YouTube NU Online”. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada junjungan Nabi Muhammad SAW., beserta keluarga, sahabat, dan seluruh umatnya yang istiqamah mengikuti ajaran beliau hingga akhir zaman.

Penulis sangat menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki keterbatasan dan jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk perbaikan di masa mendatang. Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dukungan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Prof. Noorhaidi, M.A, M.Phil, Ph.D.
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Prof. Dr. Arif Maftuhin, M.Ag.,M.A.
3. Ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Saptoni, M.A.
4. Dosen Pembimbing Skripsi penulis, Bapak Drs. Mukhammad Sahlan M.Si

5. Jajaran dosen dan civitas akademika Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan ilmu dan pelayanan selama penulis menempuh pendidikan.
6. Kedua orang tua tercinta yang senantiasa memberikan kasih sayang, doa, dukungan, semangat, dan pengorbanan yang tiada henti kepada penulis.
7. Kepada kakak, yang telah memberikan motivasi dan dukungannya secara moril maupun materil sehingga penulis mampu menyelesaikan studinya.
8. Keluarga besar yang selalu memberikan motivasi dan doa.
9. Keluarga Futsal UIN Jogja. Terima kasih atas kebersamaan dan solidaritas yang terjalin sepanjang perjalanan peneliti menyelesaikan studi ini.
10. Sahabat, teman-teman Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, serta semua pihak yang membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penyusunan skripsi dan menempuh pendidikan yang tidak bisa peneliti sebutkan satu-persatu.

Jazakumullahu Khairan Katsiron.

Yogyakarta, 06 Juli 2026

Peneliti

Jauhar Bahrur Roziq

22102010097

ABSTRAK

Jauhar Bahrur Roziq. 2026. Teknik Humor dalam Konten Maulid KH Bahauddin Nursalim di Channel YouTube NU Online. Skripsi. Yogyakarta: Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan dakwah digital yang menjadikan *YouTube* sebagai ruang penting penyampaian pesan keagamaan. Salah satu bentuk strategi komunikasi yang menonjol dalam dakwah digital adalah humor, sebagaimana tampak dalam konten Maulid KH. Bahauddin Nursalim atau Gus Baha di *channel YouTube* NU Online. Rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana teknik humor yang digunakan Gus Baha dalam konten Maulid tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode analisis isi terhadap tuturan, ekspresi, dan konteks komunikasi dalam video ceramah. Analisis dilakukan dengan teori teknik humor Arthur Asa Berger yang meliputi kategori *language*, *logic*, *identity*, dan *action*. Ketika dibaca melalui model Lasswell, keempat kategori tersebut terintegrasi ke dalam unsur-unsur komunikasi dakwah seperti kategori *identity* berelasi kuat dengan unsur *who*, kategori *logic* dan *language* dengan unsur *says what*, kategori *action* dengan unsur *in which channel*, sedangkan unsur *to whom* dan *with what effect* menunjukkan keterbatasan humor situasional dalam menjangkau penonton YouTube secara utuh. Dengan demikian, teknik humor Gus Baha bersifat substantif karena melekat pada isi dan struktur pesan dakwah, bukan sekadar selingan di luar pesan utama.

Kata kunci: dakwah digital; Gus Baha; humor; NU Online; *YouTube*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRACT

Jauhar Bahrur Roziq. 2026. *Humor Techniques in KH Bahauddin Nursalim Maulid Content on the NU Online YouTube Channel*. Yogyakarta: Islamic Communication and Broadcasting Study Program, Faculty of Da'wah and Communication, Sunan Kalijaga State Islamic University Yogyakarta.

This study is motivated by the development of digital da'wah, which has positioned YouTube as an important space for delivering religious messages. One prominent communication strategy in digital da'wah is humor, as seen in the Maulid content of KH. Bahauddin Nursalim, known as Gus Baha, on the NU Online YouTube channel. The research problem is how Gus Baha uses humor techniques in the selected Maulid content. This study applies a descriptive qualitative approach with content analysis of speech, expression, and communicative context in the sermon video. The analysis uses Arthur Asa Berger's humor technique theory, which includes the categories of language, logic, identity, and action. When read through Lasswell's model, these four categories are integrated into the elements of da'wah communication, in which the identity category relates strongly to the Who element, the logic and language categories to the says what element, and the action category to the In which channel element, while the to whom and with what effect elements reveal the limits of situational humor in fully reaching YouTube viewers. Thus, Gus Baha's humor techniques are substantive, embedded in the content and structure of the da'wah message rather than a mere interlude outside the main message.

Keywords: digital da'wah; Gus Baha; humor; NU Online; YouTube

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Kajian Pustaka.....	9
F. Kajian Teori.....	12
1. Teori Humor Arthur Asa Berger.....	12
2. Teori Komunikasi Harold D. Lasswell.....	17
3. Humor	22
G. Metodologi Penelitian	24
1. Jenis Penelitian.....	24
2. Fokus Penelitian	25
3. Teknik Pengumpulan Data	28
4. Teknik Analisis Data	28
H. Sistematika Pembahasan	33
BAB II GAMBARAN UMUM	35

A. Media Digital sebagai Ruang Dakwah.....	35
B. Profil KH. Bahauddin Nursalim (Gus Baha)	38
C. Kondisi dan Karakteristik Konten Maulid di Channel YouTube NU Online 42	
1. Gambaran Channel YouTube <i>NU Online</i>	42
2. Identitas Konten Maulid sebagai Objek Penelitian.....	43
3. Karakteristik Konten	43
BAB III PEMBAHASAN	45
A. Penyajian Data Teknik Humor Berdasarkan Teori Arthur Asa Berger.....	45
1. <i>Language</i> (Bahasa).....	45
2. <i>Logic</i> (Logika).....	54
3. <i>Identity</i> (Identitas)	64
4. <i>Action</i> (Tindakan).....	71
B. Kaitan Teknik Humor Gus Baha dengan Proses Komunikasi Dakwah dalam Model Harold D. Lasswell.....	78
C. Hasil Analisis Teknik Humor Berger dan Kaitannya dengan Teori Komunikasi Lasswell	83
BAB IV PENUTUP	86
A. Kesimpulan.....	86
B. Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA.....	90
LAMPIRAN.....	93
TRANSKIP VIDEO	93
LAMPIRAN.....	107
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	107

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Teknik Humor <i>Language</i>	13
Tabel 2. Teknik Humor <i>Logic</i>	14
Tabel 3. Teknik Humor <i>Identity</i>	15
Tabel 4. Teknik Humor <i>Action</i>	16
Tabel 5. Indikator Operasional Kategori Humor Berger.....	26
Tabel 6. Rekapitulasi Teknik Humor Kategori <i>Language</i> dalam Ceramah Maulid Gus Baha	53
Tabel 7. Rekapitulasi Teknik Humor Kategori <i>Logic</i> dalam Ceramah Maulid Gus Baha.....	63
Tabel 8. Rekapitulasi Teknik Humor Kategori <i>Identity</i> dalam Ceramah Maulid Gus Baha	70
Tabel 9. Rekapitulasi Teknik Humor Kategori <i>Action</i> dalam Ceramah Maulid Gus Baha.....	75
Table 10. Keterkaitan Fungsional antara Kategori Humor Berger dan Unsur Komunikasi Lasswell dalam Ceramah Maulid Gus Baha.....	84

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Foto KH. Bahauddin Nursalim (Gus Baha)	38
Gambar 2. Tampilan Channel Youtube NU Online.....	42
Gambar 3. Tampilan Video Objek Penelitian.....	43



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi komunikasi digital pada era modern telah membawa perubahan yang signifikan dalam pola konsumsi informasi keagamaan masyarakat Indonesia. Dakwah, yang dahulu disampaikan melalui majelis taklim, pengajian rutin, dan mimbar-mimbar keagamaan, kini berkembang menjadi praktik komunikasi yang memanfaatkan beragam platform digital, termasuk media sosial, *live streaming*, televisi, dan terutama YouTube. Perubahan ini menunjukkan bahwa dakwah tidak hanya berfungsi sebagai aktivitas penyampaian ajaran Islam, tetapi juga sebagai praktik komunikasi publik yang membutuhkan strategi adaptif dan kreatif agar pesan yang disampaikan tetap relevan dan mudah diterima masyarakat luas.¹

Di tengah perubahan tersebut, YouTube menjadi salah satu ruang dakwah digital yang paling dominan.² Karakteristiknya yang berbasis *audio-visual*, mudah diakses, dapat diputar ulang, serta mampu menjangkau audiens lintas wilayah menjadikan platform ini strategis bagi para dai. Namun, banyaknya pilihan video di ruang digital membuat setiap konten berada dalam persaingan untuk memperoleh

¹ Muhtadi, A., *Komunikasi Dakwah di Era Digital* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2020), 5.

² Abd Bari, Kun Wazis, dan Siti Raudhatul Jannah, "Pemanfaatan YouTube sebagai Media Dakwah Islam," *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan* 19, no. 2 (2025): 829, <https://doi.org/10.35931/aq.v19i2.4180>.

perhatian penonton. Penelitian mengenai perhatian audiens video daring menunjukkan bahwa sumber daya perhatian manusia terbatas dan karakter penyajian, keberagaman bentuk, serta unsur hiburan dapat memengaruhi perhatian audiens.³ Oleh karena itu, pendakwah perlu mengemas pesan secara komunikatif dan menarik tanpa mengurangi ketepatan maupun kedalaman substansi keagamaan.

Salah satu teknik komunikasi yang digunakan dalam dakwah untuk membangun perhatian dan kedekatan dengan audiens adalah humor. Mustofa Hilmi menjelaskan bahwa humor dalam dakwah dapat membantu *mad'u* menerima materi yang sulit, menjadi sarana edukasi, serta menyampaikan kritik sosial secara halus dan tidak provokatif.⁴ Dengan demikian, humor tidak hanya dipahami sebagai selingan, tetapi dapat berfungsi sebagai perangkat komunikasi apabila tetap terhubung dengan tujuan dakwah.

Sejalan dengan itu, Wandī menegaskan bahwa penggunaan humor dalam dakwah, baik melalui mimbar maupun media sosial, bertujuan untuk menjaga perhatian *mad'u* agar tetap fokus pada pesan yang disampaikan.⁵ Ia menegaskan bahwa humor merupakan bagian yang sering ditunggu oleh audiens. Namun, humor dalam dakwah tidak boleh digunakan secara berlebihan karena dapat menjadi bumerang jika tidak memperhatikan nilai-nilai etika dan estetika dakwah Islam.

³ Xinran Dai dan Jing Wang, "Effect of Online Video Infotainment on Audience Attention," *Humanities and Social Sciences Communications* 10 (2023): 421, <https://doi.org/10.1057/s41599-023-01921-6>.

⁴ Mustofa Hilmi, "Humor dalam Pesan Dakwah," *Jurnal Ilmu Dakwah* 38, no. 1 (2019): 87–87, <https://doi.org/10.21580/jid.v38.1.3972>.

⁵ Wandī, "Penggunaan Humor dalam Dakwah Komunikasi Islam," *Al-Din: Jurnal Dakwah dan Sosial Keagamaan* 5, no. 1 (2020): 84–100, <https://doi.org/10.35673/ajdsk.v5i1.573>.

Humor harus tetap membawa kebaikan, mengandung nilai pendidikan, dan tidak merendahkan martabat orang lain.

Fenomena dakwah humor di Indonesia juga telah mendapat perhatian dari beberapa peneliti, seperti Muh. Ruslan Zamroni, yang mengkaji strategi dakwah humoris yang digunakan oleh para dai kontemporer untuk menjangkau generasi muda. Zamroni menyebut bahwa humor dapat menjadi instrumen dakwah efektif karena dekat dengan realitas sosial masyarakat dan dapat memecah jarak psikologis antara dai dan *mad'u*.⁶ Dengan demikian, humor tidak dapat dipandang hanya sebagai selingan, melainkan bagian dari strategi komunikasi dakwah yang dirancang secara sadar.

Dalam konteks dakwah digital, KH. Bahauddin Nursalim (Gus Baha) menjadi salah satu tokoh yang dikenal luas karena gaya penyampaian yang santai, rendah hati, dan humoris. Dalam berbagai ceramahnya, terutama dalam momentum Maulid Nabi, Gus Baha sering menggunakan humor untuk membumikan konsep-konsep keagamaan yang sulit, sekaligus menghadirkan suasana kehangatan antara dirinya dengan audiens. Humor-humor yang ia sampaikan biasanya muncul secara spontan dan natural, lahir dari pengalaman hidup, kecerdasan bahasa, serta kepekaan sosial yang tinggi.⁷

⁶ Muh Ruslan Zamroni, "Dakwah Melalui Humor ala Gus Iqdam," *Jurnal Sains Student Research* 1, no. 2 (2023).

⁷ Bambang Hariyanto, "Analisis Wacana Humor Dalam Ceramah Gus Baha'," *Dialektika: Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia* 9, no. 1 (2022): 16–36, <https://doi.org/10.15408/dialektika.v8i1.25117>.

Objek yang menarik perhatian peneliti adalah video berjudul “[Full] Ngaji Penuh Humor Ilmiah Gus Baha’ bersama Prof Quraish Shihab | Ceramah” yang diunggah pada kanal YouTube NU Online. Daya tarik video ini tidak hanya terletak pada banyaknya tawa jamaah, tetapi pada cara Gus Baha menghubungkan humor dengan argumentasi keagamaan. Dalam pengamatan awal peneliti, humor muncul ketika Gus Baha membahas keteladanan Nabi, tawadu, haji, surga, kematian, doa, hubungan keluarga, dan tanggung jawab sosial.⁸ Tema-tema yang serius tersebut tidak dijadikan bahan olok-olok, melainkan dijelaskan melalui pembalikan logika, ironi, perbandingan, dan kejutan makna sehingga pesan tetap bernilai edukatif.

Berdasarkan pengamatan awal peneliti terhadap konten Gus Baha di YouTube, video Maulid yang dipilih memiliki konteks berbeda dari konten kajian kitab, tafsir, atau fikih yang struktur utamanya berpusat pada pembacaan dan penjelasan teks. Video ini merupakan ceramah dalam forum peringatan Maulid Nabi yang dihadiri jamaah serta sejumlah tokoh agama dan tokoh publik. Situasi forum tersebut membuat humor Gus Baha banyak terbentuk melalui interaksi dengan orang-orang yang hadir dan peristiwa yang muncul selama ceramah. Karena itu, konteks Maulid dalam penelitian ini bukan sekadar tema keagamaan, tetapi juga situasi komunikasi yang ikut membentuk teknik humor.

Perbedaannya dengan humor pendakwah lain di YouTube tidak ditempatkan sebagai penilaian bahwa satu dai lebih baik daripada dai lainnya. Penelitian

⁸ Gus Baha, dalam NU Online, “[Full] Ngaji Penuh Humor Ilmiah Gus Baha’ bersama Prof Quraish Shihab | Ceramah,” Video YouTube, 3 November 2025, <https://www.youtube.com/watch?v=RHnuHSFOeNw>

Muhammad Aviansyah terhadap Ustaz Nur Fadhilah Yusuf, misalnya, menempatkan humor sebagai media penyampaian pesan akidah, syariah, dan akhlak.⁹ Sementara itu, penelitian Hariyanto menunjukkan bahwa kekhasan Gus Baha terletak pada penggunaan register, istilah keagamaan, serta permainan bahasa Arab dan Jawa dalam ujaran humorisnya.¹⁰ Berdasarkan perbandingan tersebut, kekhasan objek penelitian ini terletak pada humor yang tumbuh dari keluasan referensi keagamaan dan konstruksi logika Gus Baha, bukan semata-mata dari cerita lucu atau gerakan fisik.

Penelitian ini tidak mengkaji seluruh ceramah Maulid Gus Baha pada berbagai tempat dan waktu. Objek penelitian dibatasi pada satu video yang diunggah NU Online pada 3 November 2025 dengan durasi 37 menit 28 detik. Video ditonton secara menyeluruh, tetapi unit data penelitian hanya berupa segmen-segmen terpilih yang mengandung humor dan memenuhi indikator teori Arthur Asa Berger. Pembatasan ini diperlukan agar analisis tidak melebar dan setiap teknik humor dapat dibahas secara mendalam berdasarkan konteks ujaran, ekspresi, intonasi, dan respons audiens.

Dalam kajian dakwah Islam, humor memang memiliki batasan-batasan tertentu. Mustofa Hilmi menegaskan bahwa humor dalam dakwah harus memenuhi empat kriteria etis: (1) humor edukatif, (2) humor kritis, (3) humor tidak rasis, dan

⁹ Muhammad Aviansyah, "Pesan Dakwah Ustadz Nur Fadhilah Yusuf Menggunakan Humor pada Media YouTube Bang Tile El-Bahir Official" (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2023)

¹⁰ Hariyanto, "Analisis Wacana Humor dalam Ceramah Gus Baha'," 16-36.

(4) humor tidak mengandung unsur pornografi.¹¹ Humor yang baik tidak berlebihan, relevan dengan situasi, mampu menciptakan suasana yang menyenangkan, serta mendukung penyampaian pesan agar lebih mudah dipahami. Hal ini menunjukkan bahwa humor bukan sekadar sarana hiburan, tetapi juga terkait erat dengan prinsip-prinsip moral dan etika dakwah Islam.

Untuk membaca humor secara akademik, penelitian ini menggunakan teori *Techniques of Humor* dari Arthur Asa Berger. Dalam teori ini, Berger membedakan antara kategori dan teknik humor. Kategori adalah kelompok besar yang menunjukkan sumber asal kelucuan, yakni dari mana humor itu muncul, apakah dari *language, logic, identity*, dan *action*.¹² Adapun teknik adalah cara operasional yang lebih spesifik dalam masing-masing kategori, yakni bagaimana humor itu dibangun secara konkret. Sebagai contoh, *pun*, ironi, *satire*, dan parodi merupakan teknik-teknik yang masuk dalam kategori *language*, sedangkan *incongruity* dan *reversal* termasuk teknik dalam kategori *logic*. Dengan demikian, kategori berfungsi sebagai kerangka klasifikasi, sementara teknik merupakan unit analisis yang diidentifikasi secara langsung dalam teks ceramah. Karena humor Gus Baha sering muncul melalui permainan bahasa, ironi sosial, pembalikan logika, serta gestur khas, teori Berger sangat sesuai untuk menganalisis struktur humor dalam ceramah Maulid di NU Online.

¹¹ Mustofa Hilmi, "Humor dalam Pesan Dakwah," *Jurnal Ilmu Dakwah* 38, no. 1 (2019): 87–87, <https://doi.org/10.21580/jid.v38.1.3972>.

¹² Arthur Asa Berger, *An Anatomy of Humor* (Routledge, 2017), 17.

Penelitian terdahulu telah membahas humor Gus Baha dari perspektif tindak tutur, register, dan permainan bahasa. Akan tetapi, penelitian ini menempatkan satu video Maulid sebagai objek yang dibatasi secara jelas dan menganalisis teknik humor verbal maupun nonverbal menggunakan dua kerangka yang saling melengkapi. Teori Berger digunakan sebagai kerangka klasifikasi utama, sedangkan model komunikasi Lasswell digunakan untuk menjelaskan posisi humor tersebut dalam keseluruhan proses komunikasi dakwah, mulai dari komunikator, pesan, saluran, komunikan, hingga efek yang ditimbulkan.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian berjudul “Teknik Humor dalam Konten Maulid KH. Bahaudin Nursalim di Channel YouTube NU Online” penting dilakukan untuk menjelaskan bagaimana humor dibentuk dan digunakan dalam penyampaian dakwah digital. Penelitian ini diharapkan dapat menunjukkan bahwa humor Gus Baha bukan sekadar pemancing tawa, tetapi perangkat retorik dan sarana pembelajaran yang membantu menghubungkan materi keagamaan dengan pengalaman audiens. Fokus pada satu video dan segmen humor terpilih juga memungkinkan peneliti memberikan analisis yang lebih terarah, terukur, dan sesuai dengan rumusan masalah.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana teknik humor yang digunakan oleh KH. Bahaudin Nursalim (Gus Baha) dalam konten Maulid pada channel YouTube NU Online?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan, maka tujuan penelitian ini adalah Untuk mengidentifikasi dan menganalisis teknik-teknik humor yang digunakan oleh KH. Bahauddin Nursalim (Gus Baha) dalam konten Maulid pada channel YouTube NU Online.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam kajian Komunikasi dan Penyiaran Islam melalui perspektif analisis teknik humor Arthur Asa Berger. Secara teoritis, penelitian ini memperkaya literatur mengenai strategi dakwah di era digital dengan menekankan bagaimana humor digunakan sebagai perangkat komunikasi yang efektif. Dengan mengkaji teknik humor yang digunakan oleh KH. Bahauddin Nursalim (Gus Baha) dalam konten Maulid di channel YouTube NU Online, penelitian ini dapat menjadi rujukan penting bagi akademisi maupun peneliti yang tertarik pada kajian retorika dakwah, humor religius, dan komunikasi digital. Penelitian ini juga memberikan pemahaman lebih mendalam tentang dinamika penyampaian pesan dakwah dalam ruang media baru.

b. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan bagi para dai, pendakwah, serta pengelola media dakwah digital dalam merancang strategi penyampaian pesan yang lebih efektif dan komunikatif. Temuan penelitian ini dapat memberikan wawasan mengenai bagaimana humor digunakan secara seimbang untuk memperkuat kedekatan emosional antara pendakwah dan audiens, sehingga pesan keagamaan dapat diterima dengan lebih mudah tanpa mengurangi substansi nilai Islam. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memiliki nilai akademis, tetapi juga berkontribusi pada pengembangan praktik dakwah yang adaptif dan kreatif.

E. Kajian Pustaka

Kajian mengenai humor dalam dakwah dan komunikasi keagamaan telah banyak dilakukan oleh para peneliti dengan pendekatan dan fokus yang beragam. Penelitian-penelitian tersebut menunjukkan bahwa humor bukan sekadar bentuk hiburan, melainkan strategi komunikasi yang memiliki peran penting dalam menyampaikan pesan-pesan keagamaan secara efektif dan komunikatif. Salah satu penelitian yang relevan adalah penelitian yang dilakukan oleh Bambang Hariyanto berjudul *Analisis Wacana Humor dalam Ceramah Gus Baha*.¹³ Penelitian ini menekankan bahwa humor merupakan bagian yang penting dari strategi ceramah Gus Baha yang berfungsi untuk mencairkan suasana, mengurangi ketegangan, serta menarik perhatian jamaah. Melalui analisis wacana dengan teori tindak tutur Searle

¹³ Bambang Hariyanto, "Analisis Wacana Humor Dalam Ceramah Gus Baha'," *Dialektika: Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia* 9, no. 1 (2022): 16–36, <https://doi.org/10.15408/dialektika.v8i1.25117>.

dan teori register dari Agha, penelitian tersebut mengungkap bahwa humor yang digunakan Gus Baha tidak hanya bersifat rekreatif, tetapi juga strategis dalam memperkuat pesan dakwah yang disampaikan.

Selanjutnya, penelitian M. Yasir Alfian yang berjudul *Diksi Humor Gus Baha dalam Perspektif Language Game Ludwig Wittgenstein* juga membahas fenomena humor dalam ceramah Gus Baha dengan perspektif filosofi bahasa.¹⁴ Penelitian tersebut mengungkap bahwa permainan bahasa, ironi, dan diksi humoris Gus Baha merupakan bagian yang membangun kesepahaman bersama antara penceramah dan audiens. Humor dipandang sebagai aturan komunikasi yang berfungsi memediasi pemahaman religius dalam konteks sosial pesantren. Meskipun memiliki fokus pada humor Gus Baha, penelitian ini lebih menekankan aspek linguistik, bukan teknik humor sebagaimana yang dijelaskan oleh Arthur Asa Berger. Dengan demikian, terdapat ruang penelitian yang belum terisi, khususnya analisis teknik humor yang lebih terstruktur berdasarkan kategori Berger.

Penelitian lain yang relevan adalah penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Aviansyah berjudul *Pesan Dakwah Ustadz Nur Fadhilah Yusuf Menggunakan Humor pada Media YouTube Bang Tile El-Bahir Official*.¹⁵ Penelitian ini menunjukkan bahwa humor memiliki peran penting dalam menyampaikan pesan dakwah yang berkaitan dengan akidah, syariah, dan akhlak. Melalui pendekatan analisis isi, Aviansyah menemukan bahwa humor tidak hanya

¹⁴ M. Yasir Alfian, "Diksi humor Gus Baha' dalam perspektif language game Ludwig Wittgenstein" (Skripsi, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2025).

¹⁵ Muhammad Aviansyah, "Pesan dakwah Ustadz Nur Fadhilah Yusuf menggunakan humor pada media YouTube Bang Tile El-Bahir Official" (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2023).

berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai alat edukatif yang mempermudah pemahaman jamaah terhadap pesan yang disampaikan. Namun, penelitian ini tidak mengkaji teknik humor secara spesifik ataupun humor dalam konteks dakwah tokoh tertentu seperti Gus Baha, sehingga berbeda dengan fokus penelitian ini.

Kajian humor dalam konteks media digital juga dilakukan oleh Mufti Labib Jalaluddin dan Zezen Zaenal Mutaqin melalui artikel berjudul *Biases in a Humorous Talk Show on Religious Conversion on YouTube*.¹⁶ Penelitian ini berangkat dari perspektif analisis wacana kritis Norman Fairclough untuk mengungkap bias-bias sosial yang terselip dalam bentuk humor pada acara bincang-bincang (*talk show*) bertema konversi agama. Hasil penelitian menunjukkan bahwa humor memiliki daya untuk membangun realitas sosial, termasuk bias terhadap agama tertentu. Meskipun tidak membahas dakwah, penelitian ini menegaskan bahwa humor dalam media digital merupakan praktik wacana yang memiliki fungsi ideologis dan sosial. Pemahaman ini memperkaya kerangka teoretis penelitian ini, karena menunjukkan bahwa humor memiliki kedalaman fungsi yang bukan hanya sekadar hiburan.

Penelitian lain mengenai humor dalam dakwah dilakukan oleh Abdurrahman Sudaisy Amin dalam skripsinya berjudul *Strategi Komunikasi Humor Ustaz Muhammad Yusuf dalam Penyebaran Dakwah melalui YouTube*.¹⁷

¹⁶ Mufti Labib Jalaluddin dan Zezen Zaenal Mutaqin, "Biases in a humorous talk show on religious conversion on youtube: Critical discourse analysis approach on 'Pindah Arah' playlist," *Satwika : Kajian Ilmu Budaya dan Perubahan Sosial* 7, no. 1 (2023): 42–54, <https://doi.org/10.22219/satwika.v7i1.24503>.

¹⁷ Abdurrahman Sudaisy Amin, "Strategi komunikasi humor Ustaz Muhammad Yusuf dalam penyebaran dakwah melalui YouTube" (Skripsi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2025).

Melalui teori *Elaboration Likelihood Model* dan teori humor klasik, penelitian ini menemukan bahwa humor memberikan dampak signifikan terhadap daya tarik dakwah Ustaz Muhammad Yusuf. Humor berperan dalam membangun kredibilitas pendakwah serta memperkuat hubungan emosional dengan audiens. Penelitian ini penting sebagai rujukan, karena menunjukkan bagaimana humor berfungsi secara strategis dalam konteks dakwah digital. Namun demikian, penelitian ini tidak membahas teknik humor secara spesifik sebagaimana dalam teori Berger, sehingga ruang analisis mengenai humor masih terbuka.

Dari berbagai penelitian di atas, dapat disimpulkan bahwa kajian mengenai humor dalam dakwah telah dilakukan dari berbagai perspektif seperti linguistik, analisis wacana, strategi komunikasi, dan analisis isi. Namun, belum ditemukan penelitian yang secara khusus mengkaji teknik humor dalam ceramah KH. Bahaiddin Nursalim (Gus Baha) pada konteks Maulid dengan menggunakan teori teknik humor Arthur Asa Berger. Selain itu, sebagian besar penelitian terdahulu belum menempatkan humor dalam kerangka dakwah digital yang secara khusus melibatkan kanal YouTube, padahal media ini memiliki karakteristik komunikatif yang berbeda dengan dakwah luring. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki kebaruan (*novelty*) dalam hal objek kajian, kerangka teori, serta fokus analisis yang digunakan.

F. Kajian Teori

1. Teori Humor Arthur Asa Berger

Teori humor Arthur Asa Berger merupakan salah satu pendekatan analitis yang secara luas digunakan dalam kajian humor, baik dalam konteks

komunikasi, media, maupun wacana publik. Berger memandang humor sebagai fenomena kompleks yang melibatkan aspek bahasa, logika, identitas sosial, serta tindakan nonverbal. Pandangan ini tertuang dalam karyanya *An Anatomy of Humor*, di mana Berger membagi humor ke dalam empat kategori besar, yaitu *language*, *logic*, *identity*, dan *action*.¹⁸ Pembagian tersebut memberikan kerangka sistematis untuk menelusuri bagaimana humor tercipta, dari mana sumber kelucuannya muncul, serta bagaimana humor dipersepsi oleh audiens. Setiap kategori memiliki sejumlah teknik yang menjelaskan cara kerja humor secara lebih detail, sehingga teori Berger menjadi alat analisis yang relevan bagi penelitian yang fokus pada humor dalam komunikasi dakwah.

- a. Kategori pertama adalah *language*, yaitu humor yang lahir dari penggunaan kata-kata, cara bertutur, makna bahasa, maupun dampak dari pilihan kata yang digunakan. Berger merinci sejumlah teknik dalam kategori ini sebagaimana tampak pada tabel berikut.

Tabel 1. Teknik Humor *Language*

Teknik	Keterangan
<i>Allusion</i>	Menyindir melalui kiasan yang kerap berhubungan dengan hal tertentu
<i>Bombast</i>	Berbicara secara berlebihan dan mengada-ada
<i>Definition</i>	Memberikan pengertian tertentu terhadap suatu istilah secara humoris
<i>Exaggeration</i>	Menceritakan atau mereaksi suatu hal secara berlebihan
<i>Facetiousness</i>	Mengolah kata hingga membentuk kalimat yang membingungkan atau rancu
<i>Insults</i>	Merendahkan atau menghina pihak lain secara verbal

¹⁸ Berger, *An Anatomy of Humor*, 17.

<i>Infantilism</i>	Memanipulasi kata dan suara, seperti membalik-balik kata atau meniru suara orang lain
<i>Irony</i>	Menyindir secara halus dengan makna yang berlawanan dari kata-kata yang diucapkan
<i>Misunderstanding</i>	Kesalahpahaman atau salah mengartikan suatu pernyataan
<i>Over Literalness</i>	Menanggapi pernyataan secara harfiah sehingga tampak bodoh atau kaku
<i>Puns, Word Play</i>	Permainan kata, pelesetan, atau celetukan yang memanfaatkan bunyi atau makna ganda
<i>Repartee</i>	Membalas suatu pernyataan dengan pernyataan lain yang tidak mau kalah
<i>Ridicule</i>	Menyerang secara langsung melalui ungkapan penolakan terhadap suatu hal atau ide
<i>Sarcasm</i>	Menyindir dengan nada yang tajam dan menusuk
<i>Satire</i>	Menyindir untuk mempermalukan suatu keadaan, orang, atau situasi tertentu

Sumber: Berger (2017)¹⁹

- b. Kategori kedua adalah *logic*, yakni humor yang terbentuk melalui hasil pemikiran, seperti menjadikan seseorang sebagai objek kelucuan dengan cara mengolok-olok atau mengubah konsep cerita. Teknik-teknik dalam kategori ini diuraikan pada tabel berikut.

Tabel 2. Teknik Humor *Logic*

Teknik	Keterangan
<i>Absurdity</i>	Pernyataan atau sikap yang tidak masuk akal dan menggambarkan hal yang mustahil
<i>Accident</i>	Kesalahan yang terjadi tanpa disengaja
<i>Analogy</i>	Membandingkan suatu hal, orang, atau situasi secara humoris
<i>Catalogue</i>	Memakai istilah yang tidak sesuai fungsi dan logikanya, sehingga membingungkan
<i>Coincidence</i>	Kejadian tak terduga yang mengarah pada rasa malu atau keanehan
<i>Disappointment</i>	Situasi yang berujung pada kekecewaan atau tidak sesuai harapan

¹⁹ Berger, *An Anatomy of Humor*.

<i>Ignorance</i>	Menganggap lawan bicara membenarkan sesuatu karena tidak tahu bahwa ia sedang dibohongi
<i>Mistakes</i>	Kekeliruan yang terjadi akibat ketidaktahuan atau kelalaian
<i>Repetition</i>	Pengulangan situasi yang sama hingga menimbulkan efek komik
<i>Reversal</i>	Situasi yang dibalik atau dipertukarkan sehingga menghasilkan kejutan
<i>Rigidity</i>	Karakter yang berpikir sempit dan kaku sehingga tampak lucu
<i>Theme/Variation</i>	Mengulang satu tema dengan cara penyampaian yang berbeda-beda

Sumber: Berger (2017)²⁰

- c. Kategori ketiga adalah *identity*, yaitu humor yang dibentuk melalui identitas diri pelaku, seperti karakter yang diperankan maupun penampilan yang ditampilkan. Rincian tekniknya tercantum dalam tabel berikut.

Tabel 3. Teknik Humor *Identity*

Teknik	Keterangan
<i>Before/After</i>	Perbedaan penampilan seseorang atau sesuatu sebelum dan sesudah suatu kejadian
<i>Burlesque</i>	Menjadikan orang lain sebagai korban kelucuan melalui humor yang kasar atau berlebihan
<i>Caricature</i>	Gambaran atau permainan kata secara visual yang diambil dari ciri khas seseorang secara berlebihan
<i>Eccentricity</i>	Seseorang yang menyimpang dari norma atau memiliki karakter yang tidak biasa
<i>Embarrassment</i>	Situasi yang memalukan akibat kesalahan atau kesalahpahaman, bukan kebetulan
<i>Exposure</i>	Mengungkap sesuatu tentang diri sendiri yang mengundang tawa
<i>Grotesque</i>	Penampilan atau gambaran yang fantastis dan tidak wajar
<i>Imitation</i>	Meniru gaya orang lain secara humoris

²⁰ Berger, *An Anatomy of Humor*.

<i>Impersonation</i>	Meniru identitas atau profesi orang lain secara utuh
<i>Mimicry</i>	Meniru dengan mempertahankan identitas sendiri namun menggunakan gaya orang lain yang familiar
<i>Parody</i>	Meniru gaya atau genre karya lain secara berlebihan untuk efek komik
<i>Scale</i>	Objek yang ukurannya berada di luar logika manusia, terlalu besar atau terlalu kecil
<i>Stereotype</i>	Melabeli atau menganggap semua anggota suatu kelompok memiliki karakter yang sama
<i>Unmasking</i>	Membuka kedok seseorang yang dilakukan oleh pihak lain

Sumber: Berger (2017)²¹

- d. Kategori keempat adalah *action*, yaitu humor yang dihasilkan melalui tindakan fisik atau komunikasi nonverbal. Dalam konteks dakwah digital seperti YouTube, kategori ini tampak melalui gestur, ekspresi wajah, perubahan intonasi, maupun jeda yang disengaja untuk menciptakan efek komik. Teknik-tekniknya adalah sebagai berikut.

Tabel 4. Teknik Humor *Action*

Teknik	Keterangan
<i>Chase</i>	Mengejar seseorang atau sesuatu secara fisik sebagai bagian dari aksi komik
<i>Slapstick</i>	Gurauan fisik yang kasar atau berlebihan sehingga menimbulkan tawa
<i>Speed</i>	Berbicara atau bergerak dengan tempo yang sangat lambat atau sangat cepat
<i>Time</i>	Kesesuaian atau ketepatan waktu dalam menyampaikan suatu adegan atau aksi komik

Sumber: Berger (2017)²²

Keempat kategori tersebut menunjukkan bahwa humor tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai alat retorik yang memiliki struktur

²¹ Berger, *An Anatomy of Humor*.

²² Berger, *An Anatomy of Humor*.

dan logika tertentu. Ketika diterapkan dalam konteks dakwah, humor dapat memperkuat proses komunikasi, membuat pesan lebih mudah diingat, serta membangun hubungan emosional yang positif antara pendakwah dan audiens. Dengan demikian, teori humor Arthur Asa Berger memberikan kerangka analitis yang kuat untuk mengidentifikasi dan memahami teknik humor yang digunakan KH. Bahaudin Nursalim dalam ceramah Maulid yang ditampilkan di channel YouTube NU Online. Melalui teori ini, penelitian dapat mengurai secara rinci bagaimana humor bekerja serta bagaimana humor tersebut berkontribusi terhadap penyampaian pesan dakwah di era digital.

2. Teori Komunikasi Harold D. Lasswell

Teori komunikasi diperlukan dalam penelitian ini untuk menempatkan humor sebagai bagian dari proses penyampaian pesan, bukan hanya sebagai bentuk kelucuan. Kerangka yang digunakan adalah model komunikasi Harold D. Lasswell. Lasswell menjelaskan bahwa suatu tindakan komunikasi dapat dipahami dengan menjawab lima pertanyaan, yaitu *Who* (siapa), *Says What* (mengatakan apa), *In Which Channel* (melalui saluran apa), *To Whom* (kepada siapa), dan *With What Effect* (dengan efek apa).²³ Kelima unsur tersebut menunjukkan bahwa komunikasi merupakan kesatuan antara komunikator, pesan, media, komunikan, dan efek. Model ini relevan untuk membaca ceramah Gus Baha karena video yang diteliti merupakan tindakan komunikasi dakwah yang disampaikan oleh seorang dai, memuat pesan tertentu, disebarluaskan

²³ Rayudaswati Budi, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, cet. 1 (Makassar: Kretakupa Print, 2010), 8-9.

melalui YouTube, ditujukan kepada audiens, dan diarahkan untuk menghasilkan pemahaman tertentu.

- a. Unsur *Who* merujuk pada pihak yang bertindak sebagai komunikator.

Dalam penelitian ini, komunikator utamanya adalah KH. Bahauddin Nursalim atau Gus Baha. Kedudukan Gus Baha sebagai ulama, pengasuh pesantren, dan pendakwah membentuk kredibilitas serta gaya komunikasinya. Ia tidak hanya menyampaikan informasi keagamaan, tetapi juga memilih cara mengemas penjelasan agar sesuai dengan konteks forum dan karakter jamaah. Pilihan kata, intonasi, ekspresi wajah, cerita pesantren, perbandingan, serta respons spontan terhadap situasi merupakan bagian dari cara komunikator menyandikan pesan.

- b. Unsur *Says What* mengacu pada isi pesan yang disampaikan. Pesan utama dalam objek penelitian tetap berupa pesan keagamaan dalam konteks peringatan Maulid Nabi, sedangkan humor merupakan salah satu cara penyajiannya. Dengan demikian, humor tidak diposisikan sebagai tujuan akhir ceramah, melainkan sebagai bentuk pengemasan pesan yang menyertai penjelasan agama.

- c. Unsur *In Which Channel* menunjuk pada saluran yang membawa pesan dari komunikator kepada komunikan. Saluran yang diteliti adalah video pada kanal YouTube NU Online. Video tersebut merekam ceramah yang awalnya berlangsung di hadapan jamaah, kemudian menyebarkannya kepada audiens digital. Karakter *audio-visual* YouTube memungkinkan ucapan, intonasi, jeda, ekspresi wajah, gerak tubuh, dan respons jamaah

dapat diamati secara bersamaan. Hal ini penting karena humor tidak selalu dibentuk oleh kata-kata. Sebagian humor dapat muncul melalui tempo bicara, perubahan nada, mimik, atau ketepatan waktu penyampaian. Oleh karena itu, unsur saluran membantu penelitian menjelaskan bahwa makna humor dalam video tidak cukup dianalisis melalui transkrip, tetapi perlu dibaca bersama unsur verbal dan nonverbal yang tampak pada rekaman.

- d. Unsur *To Whom* berkaitan dengan pihak yang menerima pesan. Ceramah Gus Baha dalam video memiliki dua lapis audiens. Lapis pertama adalah jamaah yang hadir langsung dalam forum Maulid dan dapat memberikan respons seketika, seperti tertawa atau menanggapi ucapan penceramah. Lapis kedua adalah penonton YouTube yang menerima rekaman ceramah pada waktu dan tempat yang berbeda. Perbedaan situasi penerimaan ini penting karena humor yang terbentuk dari interaksi langsung kemudian dikonsumsi kembali sebagai konten digital. Wandī menjelaskan bahwa humor dalam komunikasi dakwah dapat digunakan untuk menjaga perhatian *mad'u*, tetapi penggunaannya harus tetap memperhatikan etika dan tujuan dakwah.²⁴
- e. Unsur *With What Effect* merujuk pada akibat yang muncul setelah pesan diterima. Dalam komunikasi dakwah, humor dapat diarahkan untuk mencairkan suasana, menarik perhatian, mempermudah penerimaan materi, dan menyampaikan kritik secara lebih halus. Mustofa Hilmi

²⁴ Wandī, "Penggunaan Humor dalam Dakwah Komunikasi Islam,"

menyebutkan bahwa materi dakwah yang sulit dapat lebih mudah dicerna melalui humor, sekaligus menjadikan humor sebagai sarana edukasi dan kritik sosial yang tidak provokatif.²⁵ Meskipun demikian, penelitian ini tidak melakukan wawancara atau survei kepada penonton. Oleh sebab itu, penelitian tidak dapat menyimpulkan secara empiris bahwa humor Gus Baha pasti mengubah pengetahuan, sikap, atau perilaku seluruh audiens. Tawa jamaah yang terekam hanya dapat diperlakukan sebagai indikator respons langsung pada segmen tertentu, bukan bukti tunggal mengenai efek dakwah secara menyeluruh.

Hubungan antara model Lasswell dan teori humor Berger terletak pada perbedaan fungsi analisisnya. Teori Berger menjawab pertanyaan apakah Gus Baha menggunakan humor dan teknik apa yang membentuk humor tersebut. Suatu segmen dinyatakan mengandung humor apabila memenuhi indikator teknik dalam kategori *language*, *logic*, *identity*, atau *action*. Setelah tekniknya ditemukan, model Lasswell digunakan untuk menjelaskan bagaimana humor tersebut bekerja sebagai bagian dari proses komunikasi. Gus Baha ditempatkan sebagai komunikator, humor ditempatkan sebagai bagian dari pengemasan pesan Maulid, YouTube NU Online sebagai saluran, jamaah langsung dan penonton digital sebagai komunikan, sedangkan respons yang tampak serta fungsi komunikatif humor dibaca pada unsur efek.

²⁵ Mustofa Hilmi, "Humor dalam Pesan Dakwah,"

Penggunaan dua teori tersebut mencegah analisis berhenti pada pernyataan bahwa ceramah Gus Baha lucu karena jamaah tertawa. Tawa tidak selalu menjelaskan sumber kelucuan, struktur teknik humor, atau fungsi komunikasinya. Penelitian terlebih dahulu mengidentifikasi unsur verbal dan nonverbal pada setiap segmen, kemudian mengklasifikasikan teknik humornya berdasarkan Berger. Setelah itu, temuan ditempatkan ke dalam unsur komunikasi Lasswell untuk menafsirkan hubungan antara komunikator, pesan, saluran, komunikan, dan efek. Humor dengan demikian dipahami sebagai perangkat komunikasi yang dapat mendukung penyampaian pesan keagamaan selama tetap relevan dengan materi dan tidak mengaburkan tujuan dakwah.

Berdasarkan uraian tersebut, model komunikasi Lasswell berfungsi sebagai kerangka penghubung antara teori humor dan konteks dakwah digital. Model ini tidak menggantikan teori Berger sebagai alat klasifikasi utama, tetapi memperjelas posisi humor dalam keseluruhan tindakan komunikasi Gus Baha. Melalui kerangka tersebut, penelitian dapat menjawab tidak hanya jenis teknik humor yang digunakan, tetapi juga siapa yang menyampaikannya, pesan apa yang sedang dibicarakan, melalui media apa humor disebar, kepada siapa humor diarahkan, serta fungsi komunikatif apa yang dapat ditafsirkan dari penggunaannya.

3. Humor

Widjaja menjelaskan bahwa humor merupakan salah satu kebutuhan mendasar manusia yang berperan dalam menjaga keseimbangan hidup.²⁶ Secara etimologis, istilah humor berasal dari bahasa Latin *umor* yang berarti ‘cairan’, yang dalam konsep kesehatan kuno diyakini memengaruhi kondisi emosional seseorang. Dalam khazanah Islam, humor dikenal dengan istilah *fakāhah*, yang bermakna bercanda atau melontarkan gurauan.²⁷ Sementara itu, Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mendefinisikan humor sebagai kemampuan seseorang dalam menangkap hal-hal yang lucu atau menghibur, serta kecakapan untuk menampilkan sesuatu yang jenaka.

Dalam konteks komunikasi, Jalaluddin Rakhmat menggolongkan humor sebagai bagian dari pidato rekreatif yang bertujuan menciptakan suasana hidup dan menyenangkan.²⁸ Kualitas humor seseorang juga dapat mencerminkan kematangan psikologisnya. Kartono dalam Rahmanadji menyebutkan bahwa humor yang baik adalah humor otokritik, yaitu kemampuan menertawakan diri sendiri yang menunjukkan kedewasaan sikap dan penerimaan terbuka terhadap opini orang lain.²⁹

Para ahli memiliki berbagai cara untuk mengklasifikasikan humor. Setiawan, misalnya, mengelompokkan humor berdasarkan kriterium bentuk

²⁶ Didiek Rahmanadji, “Sejarah, Teori, Jenis dan Fungsi Humor,” *Jurnal bahasa dan seni* 35, no. 2 (2007): 213–221.

²⁷ Bambang Suryadi, *Humor Therapy* (Rmbooks, 2019), 7.

²⁸ Jalaluddin Rakhmat, *Retorika Modern Pendekatan Praktis* (Simbiosis Rekatama Media, 2021), 102.

²⁹ Rahmanadji, “Sejarah, Teori, Jenis dan Fungsi Humor.”

ekspresi, indra, bahan, etika, dan estetika. Pengelompokan ini mencakup humor personal, humor pergaulan, hingga humor yang berbasis pada materi tertentu. Namun, klasifikasi umum tersebut cenderung melihat humor dari sisi "jenis" atau "tema"-nya saja, bukan pada struktur internal bagaimana humor tersebut dibangun.

Oleh karena itu, penelitian ini tidak menggunakan klasifikasi umum tersebut, melainkan berfokus pada teknik penciptaan humor dengan menjadikan perspektif Arthur Asa Berger. Berger menawarkan pendekatan analitis yang membedah humor sebagai teknik komunikasi terstruktur melalui empat kategori utama, yaitu *language* (bahasa), *logic* (logika), *identity* (identitas), dan *action* (tindakan).³⁰ Kerangka Berger digunakan untuk mengidentifikasi dan mengklasifikasikan sumber kelucuan dalam setiap segmen ceramah Gus Baha. Penelitian ini juga menggunakan teori komunikasi Harold D. Lasswell untuk menempatkan hasil klasifikasi humor itu ke dalam kerangka proses komunikasi dakwah yang lebih luas, yaitu menjelaskan kedudukan Gus Baha sebagai komunikator (*Who*), cara pesan Maulid dikemas melalui humor (*Says What*), peran YouTube sebagai saluran penyampai pesan (*In Which Channel*), karakteristik jamaah dan penonton sebagai penerima pesan (*To Whom*), serta efek yang ditimbulkan oleh humor tersebut (*With What Effect*). Dengan demikian, teori Berger berfungsi menjelaskan kategori dan struktur humor yang digunakan

³⁰ Berger, *An Anatomy of Humor*, 17.

Gus Baha, sedangkan teori Lasswell menempatkan humor tersebut sebagai bagian yang menyatu dari keseluruhan proses komunikasi dakwah Gus Baha.

G. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif, yakni penelitian yang bertujuan memahami fenomena secara mendalam melalui penggambaran data sebagaimana adanya tanpa perlakuan atau manipulasi terhadap objek penelitian. Penelitian kualitatif menekankan pada makna, proses, serta pemahaman subjektif, sehingga sangat sesuai digunakan untuk mengkaji teknik humor yang muncul dalam ceramah KH. Bahauddin Nursalim (Gus Baha) pada konten Maulid di channel YouTube NU Online.³¹ Pendekatan deskriptif digunakan karena penelitian tidak bertujuan menguji hipotesis, tetapi menggambarkan dan menganalisis teknik humor berdasarkan kategori yang ditawarkan oleh Arthur Asa Berger, yaitu *language*, *logic*, *identity*, dan *action*. Di samping teori Berger, penelitian ini juga menggunakan model komunikasi Harold D. Lasswell untuk menempatkan setiap teknik humor yang teridentifikasi ke dalam proses komunikasi dakwah secara utuh. Dengan demikian, penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih menyeluruh tentang bagaimana humor bekerja dalam ceramah Maulid Gus Baha, baik dari sisi struktur tekniknya maupun dari sisi kedudukannya dalam proses komunikasi dakwah.

³¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Alfabeta, 2020), 213.

2. Fokus Penelitian

Fokus penelitian merupakan batasan kajian yang ditetapkan agar penelitian dapat berjalan secara terarah dan tidak melebar dari tujuan yang telah dirumuskan. Dalam penelitian kualitatif, penetapan fokus sangat penting karena penelitian bersifat fleksibel dan berkembang sesuai data di lapangan, sehingga fokus berfungsi sebagai pedoman utama dalam proses pengumpulan dan analisis data.³² Adapun fokus penelitian ini diarahkan pada dua aspek utama, yaitu teknik humor yang digunakan KH. Bahauddin Nursalim (Gus Baha) dalam ceramah Maulid yang diunggah pada channel YouTube NU Online.

Teknik humor yang dimaksud dianalisis menggunakan teori Arthur Asa Berger yang membagi humor ke dalam empat kategori: *language, logic, identity, dan action*.³³ Dengan demikian, penelitian ini hanya memusatkan perhatian pada segmen-segmen ceramah yang memuat unsur humor, kemudian mengkategorikannya sesuai teori Berger. Penetapan fokus ini memastikan analisis dilakukan secara mendalam dan sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu memahami teknik humor dalam dakwah digital Gus Baha. Selain menggunakan kerangka Berger, penelitian ini juga merujuk pada model komunikasi Harold D. Lasswell sebagai kerangka pelengkap untuk menempatkan setiap teknik humor yang ditemukan ke dalam proses komunikasi dakwah secara utuh, yaitu melalui unsur *who, says what, in which channel, to whom, dan with what effect*.

³² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 207-208.

³³ Berger, *An Anatomy of Humor*, 17.

Agar proses identifikasi dan klasifikasi humor tidak bersifat subjektif, penelitian ini menetapkan indikator operasional untuk setiap kategori humor berdasarkan teori Arthur Asa Berger. Indikator ini ditetapkan sebelum proses analisis dilakukan, sehingga berfungsi sebagai alat ukur yang konsisten dan dapat direplikasi oleh peneliti lain. Sebuah segmen ceramah dinyatakan mengandung humor dari kategori tertentu apabila memenuhi setidaknya satu indikator dalam kategori tersebut. Segmen yang tidak memenuhi indikator manapun tidak dimasukkan sebagai data. Indikator masing-masing kategori disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 4. Indikator Operasional Kategori Humor Berger

Kategori	Teknik (Berger)	Indikator Operasional
<i>Language</i> (Bahasa)	<i>Pun, Irony, Sarcasm, Parody, Allusion, Exaggeration, Satire, Bombast, Definition, Facetiousness, Insults, Infantilism, Misunderstanding, Over Literalness, Repartee, Ridicule</i>	• Terdapat permainan kata atau bunyi yang menciptakan makna ganda. • Terdapat pertentangan antara yang diucapkan dengan maksud sebenarnya (ironi/sarkasme). • Terdapat peniruan atau distorsi ujaran/gaya bicara tertentu. • Terdapat perbandingan yang dibesar-besarkan secara berlebihan (hiperbola). • Terdapat sindiran halus yang mengkritik fenomena sosial atau keagamaan.
<i>Logic</i> (Logika)	<i>Absurdity, Accident, Analogy, Catalogue, Coincidence, Disappointment, Ignorance, Mistakes, Repetition, Reversal, Rigidity, Theme/Variation</i>	• Terdapat kesenjangan antara ekspektasi audiens dan hasil yang disampaikan (<i>incongruity</i>). • Terdapat pembalikan situasi atau posisi yang tidak terduga (<i>reversal</i>).

Kategori	Teknik (Berger)	Indikator Operasional
		• Terdapat pernyataan atau premis yang tampak masuk akal namun berujung pada kesimpulan tidak logis. • Terdapat analogi yang sengaja disalahgunakan atau dipelintir untuk efek komik.
<i>Identity</i> (Identitas)	<i>Before/After, Burlesque, Caricature, Eccentricity, Embarrassment, Exposure, Grotesque, Imitation, Impersonation, Mimicry, Parody, Scale, Stereotype, Unmasking</i>	• Terdapat penggambaran karakter (santri, jamaah, ulama, masyarakat) yang dilebih-lebihkan untuk efek komik. • Terdapat peniruan tokoh atau peran tertentu yang dikenal audiens. • Terdapat penggunaan identitas sosial (kelompok, profesi, daerah) sebagai sumber kelucuan yang tidak merendahkan. • Terdapat kontras antara citra ideal suatu identitas dengan kenyataan yang diceritakan.
<i>Action</i> (Tindakan)	<i>Chase, Slapstick, Speed, Time</i>	• Terdapat gestur tubuh, ekspresi wajah, atau mimik yang mengundang tawa. • Terdapat perubahan intonasi, tempo bicara, atau jeda yang disengaja untuk menciptakan efek komik. • Terdapat gerakan fisik atau demonstrasi tindakan yang bersifat humoris. • Terdapat keselarasan antara ekspresi nonverbal dan konten verbal yang memperkuat kelucuan.

Sumber: Diadaptasi dari Berger (2017)

3. Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik dokumentasi. Sumber data utama dibatasi pada satu video ceramah bertema Maulid yang diunggah melalui kanal YouTube NU Online, yaitu video berjudul “[Full] Ngaji Penuh Humor Ilmiah Gus Baha’ bersama Prof Quraish Shihab | Ceramah” yang diunggah pada 3 November 2025 dengan durasi 37 menit 28 detik. Pemilihan satu video tersebut dikarenakan hanya ada satu video ceramah Gus Baha yang bertema maulid di channel youtube NU Online. Video ditonton secara menyeluruh dan ditranskripsikan untuk memudahkan proses analisis, terutama dalam mengidentifikasi segmen-segmen ceramah yang mengandung humor. Teknik dokumentasi juga digunakan untuk mengumpulkan sumber pendukung berupa buku, artikel, dan jurnal yang berkaitan dengan humor, dakwah, serta media digital.

4. Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan model analisis dari Miles, Huberman dan Saldana yang meliputi tiga tahap utama, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.³⁴ Model ini dipilih karena sesuai untuk penelitian yang bersifat deskriptif dan menekankan pada pemaknaan data secara mendalam.

- a. Tahap pertama adalah reduksi data, yaitu proses seleksi, pemfokusan, dan penyederhanaan data mentah yang diperoleh dari dokumentasi

³⁴ Matthew B. Miles dkk., *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*, Edition 3 (Sage, 2014), 12-14.

dan studi pustaka. Pada tahap ini, peneliti menyeleksi segmen-segmen ceramah Maulid KH. Bahauddin Nursalim (Gus Baha) yang mengandung unsur humor. Sebuah segmen dinyatakan layak diambil sebagai data apabila memenuhi setidaknya satu indikator dari empat kategori humor Berger, yaitu *language*, *logic*, *identity*, atau *action*. Penggunaan perangkat ini memastikan bahwa keputusan inklusi dan eksklusi data tidak bersandar pada perasaan semata, melainkan pada kriteria yang terukur dan dapat direplikasi. Sebagai contoh konkret: segmen di mana Gus Baha menggunakan kata yang memiliki dua makna berbeda untuk menciptakan kelucuan akan diambil karena memenuhi indikator *pun* dalam kategori *language* (Berger). Sebaliknya, segmen yang hanya berisi penjelasan konsep keagamaan tanpa unsur humor tidak akan dimasukkan. Setiap segmen terpilih kemudian dikategorikan sesuai teori teknik humor Arthur Asa Berger yang mencakup empat kategori utama: *language*, *logic*, *identity*, dan *action*.

- b. Tahap kedua adalah penyajian data, yaitu proses menyusun data terpilih dalam bentuk uraian dan tabel kategorisasi teknik humor agar lebih mudah dipahami. Penyajian data dalam penelitian ini bertujuan untuk mengungkap tiga hal. Pertama, hubungan antara kategori humor dan teknik humor yang digunakan Gus Baha dalam ceramah Maulid di channel YouTube NU Online, yakni bagaimana kategori *language*, *logic*, *identity*, dan *action* dalam teori Berger muncul

melalui teknik tertentu seperti *irony*, *satire*, *absurdity*, *reversal*, *incongruity*, *exposure*, dan teknik lain yang ditemukan dalam data. Dalam hal ini, teknik-teknik Berger menjadi acuan kategorisasi utama. Kedua, pola penyampaian humor dalam ceramah, yakni bagaimana Gus Baha membangun humor melalui permainan bahasa, pembalikan logika, sindiran, kejutan makna, serta penguatan ekspresi. Ketiga, kecenderungan dominasi kategori humor yang digunakan Gus Baha, diukur berdasarkan frekuensi kemunculan masing-masing kategori Berger dalam seluruh segmen data. Frekuensi ini disajikan dalam bentuk tabel rekapitulasi sehingga dapat diidentifikasi kategori mana yang paling sering digunakan dan arah kecenderungan gaya humor Gus Baha secara keseluruhan. Data yang disajikan dalam bentuk narasi dan tabel membantu peneliti mengorganisasi temuan secara sistematis sehingga memudahkan proses analisis lanjutan.

- c. Tahap ketiga adalah penarikan kesimpulan, yaitu proses penjelasan terhadap data yang telah dianalisis. Pada tahap ini. Penjelasan dilakukan dengan menghubungkan temuan dari dua kerangka teori yang digunakan. Dari perspektif Berger, kesimpulan diarahkan pada identifikasi kategori teknik humor yang paling dominan dan bagaimana teknik-teknik tersebut bekerja secara struktural dalam membangun efek komik. Kesimpulan yang diperoleh merupakan hasil dari proses analisis berulang yang memastikan bahwa interpretasi yang diberikan benar-benar sesuai dengan data yang

ditemukan. Dengan demikian, analisis data dalam penelitian ini berjalan secara terstruktur dan mendalam sehingga mampu memberikan gambaran komprehensif mengenai teknik humor dalam ceramah Maulid Gus Baha.

Dalam proses analisis, penelitian ini juga memanfaatkan alat bantu kecerdasan buatan (*artificial intelligence/AI*), khususnya untuk mendukung tahap transkripsi dan identifikasi awal segmen humor. Penggunaan AI dipilih karena video memuat tuturan yang cukup panjang, serta menggunakan bahasa Indonesia, Jawa, dan beberapa istilah Arab. Kondisi tersebut dapat menyulitkan proses transkripsi apabila dilakukan sepenuhnya secara manual. AI digunakan untuk mempercepat pengubahan tuturan menjadi teks, membantu mencatat kode waktu. Meskipun demikian, AI tidak digunakan sebagai sumber data maupun penentu hasil analisis. Seluruh hasil transkripsi dan identifikasi awal diperiksa kembali oleh peneliti dengan menonton video secara berulang, sedangkan penetapan teknik humor tetap dilakukan oleh peneliti berdasarkan teori Arthur Asa Berger. Adapun rincian penggunaan AI dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

a. Transkripsi video ceramah

Alat bantu AI digunakan untuk membantu proses transkripsi awal video ceramah Maulid Gus Baha dari channel YouTube NU Online. Peneliti menggunakan layanan transkripsi otomatis berbasis AI (seperti fitur *auto-caption* YouTube atau alat transkripsi pihak ketiga), kemudian mengoreksi secara manual hasil transkripsi

tersebut untuk memastikan akurasi, terutama pada istilah-istilah Arab dan Jawa yang sering muncul dalam ceramah. *Prompt* yang digunakan dalam tahap ini bersifat instruksional, misalnya "*Transkripkan audio berikut ke dalam bahasa Indonesia, pertahankan istilah Arab dan Jawa sebagaimana diucapkan.*"

b. Identifikasi awal segmen humor

Setelah transkripsi selesai, alat bantu AI juga dimanfaatkan untuk melakukan pembacaan awal terhadap teks ceramah guna mengidentifikasi segmen-segmen yang berpotensi mengandung unsur humor. Proses ini dilakukan dengan memberikan *prompt* yang mengacu pada dua kerangka teori yang digunakan dalam penelitian ini. Untuk kerangka Berger, *prompt* diarahkan pada identifikasi teknik-teknik seperti *pun*, ironi, *sarcasm*, *exaggeration*, dan teknik lain dalam empat kategori *language*, *logic*, *identity*, dan *action*.

c. Pengecekan konsistensi kategorisasi

Pada tahap reduksi data, alat bantu AI digunakan sebagai pembaca kedua untuk menguji konsistensi kategorisasi yang telah dilakukan peneliti. Peneliti memberikan segmen yang sama kepada AI dengan *prompt*: Hasil dari AI kemudian dibandingkan dengan kategorisasi peneliti. Jika terdapat ketidaksesuaian, peneliti melakukan kajian ulang secara manual. Penggunaan AI dalam tahap ini sejalan dengan prinsip triangulasi metodologis untuk meningkatkan keandalan data.³⁵

³⁵ Moleong, *Metodologi penelitian kualitatif*, 330.

Seluruh penggunaan alat bantu AI dalam penelitian ini bersifat pendukung; artinya AI membantu mempercepat dan mengecek proses analisis, tetapi penjelasan, penilaian, dan kesimpulan akhir sepenuhnya merupakan hasil pemikiran peneliti.

H. Sistematika Pembahasan

Penelitian ini disusun ke dalam empat bab yang sistematis sesuai pedoman penulisan skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Bab pertama berisi pendahuluan yang mencakup latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka, kajian teori, serta metodologi penelitian. Pada bagian metodologi dijelaskan jenis penelitian, fokus penelitian, teknik validasi data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan sistematika pembahasan. Bab pertama ini menjadi dasar konseptual dan kerangka awal yang mengarahkan keseluruhan proses penelitian.

Bab Kedua menyajikan gambaran umum atau konteks penelitian yang berkaitan dengan objek yang dikaji, yaitu ceramah Maulid KH. Bahauddin Nursalim (Gus Baha) yang disiarkan melalui channel YouTube NU Online. Bab ini memuat uraian tentang konteks media digital sebagai ruang dakwah, profil singkat KH. Bahauddin Nursalim, serta kondisi dan karakteristik konten Maulid yang menjadi fokus penelitian. Informasi yang disajikan terbatas pada aspek-aspek yang mendukung analisis pada bab berikutnya, sehingga data yang tidak berkaitan dengan rumusan masalah tidak dimasukkan.

Bab Ketiga merupakan inti dari penelitian yang berisi hasil penelitian dan analisis data. Pada bab ini, peneliti memaparkan teknik humor yang ditemukan dalam ceramah Maulid berdasarkan kerangka teori yang digunakan, yaitu teori *Techniques of Humor* Arthur Asa Berger dan model komunikasi Harold D. Lasswell. Analisis dilakukan dengan menelaah bagian-bagian ceramah yang mengandung humor, mengkategorikannya ke dalam teknik humor sesuai kerangka Berger, kemudian menempatkan hasil klasifikasi tersebut ke dalam unsur proses komunikasi dakwah menurut Lasswell. Bab ini bertujuan memberikan jawaban terhadap rumusan masalah melalui paparan temuan dan analisis yang mendalam.

Bab Keempat merupakan bab penutup yang berisi kesimpulan dan saran. Kesimpulan disusun berdasarkan hasil analisis pada bab sebelumnya dan merupakan jawaban atas rumusan masalah penelitian. Penyusunan kesimpulan bersifat ringkas namun jelas, mencerminkan temuan utama dari penelitian. Bagian saran berisi rekomendasi yang bersifat praktis maupun teoretis bagi pendakwah, pengelola media dakwah digital, peneliti selanjutnya, dan pihak yang berkepentingan. Saran yang diberikan bersifat operasional dan dapat diterapkan.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis teknik humor yang digunakan oleh KH. Bahaiddin Nursalim (Gus Baha) dalam konten Maulid di channel YouTube NU Online. Berdasarkan hasil analisis terhadap satu video ceramah berdurasi 37 menit 28 detik, penelitian ini berhasil mengidentifikasi 29 segmen humor yang tersebar ke dalam empat kategori teori Arthur Asa Berger, yaitu *language* (8 segmen), *logic* (9 segmen), *identity* (8 segmen), dan *action* (4 segmen).

Kategori *logic* merupakan kategori paling dominan, terutama melalui teknik *absurdity* dan *reversal* yang membangun penalaran secara internal konsisten namun secara moral absurd. Dominasi ini mencerminkan karakter Gus Baha sebagai *faqih* yang terbiasa berpikir argumentatif. Kategori *language*, melalui teknik ironi, satire, sarkasme, dan pendefinisian ulang istilah seperti yang berfungsi menyampaikan kritik sosial-keagamaan secara tajam namun aman karena dibungkus humor. Kategori *identity*, melalui teknik *exposure*, stereotip, dan *eccentricity*, menunjukkan bagaimana Gus Baha secara sengaja melonggarkan jarak hierarkis antara dirinya sebagai kiai dan jemaah dengan membongkar sisi manusiawi dirinya maupun tokoh lain. Kategori *action*, meski berfrekuensi paling rendah, berperan penting dalam

mengaktifkan dimensi nonverbal humor (tempo bicara dan *timing*) yang hanya dapat ditangkap sepenuhnya melalui saluran *audio-visual* seperti YouTube.

Ketika dibaca melalui model komunikasi Harold D. Lasswell, keempat kategori tersebut tidak berdiri sebagai gejala kebahasaan yang lepas konteks, melainkan terintegrasi ke dalam unsur-unsur proses komunikasi dakwah: kategori *identity* berelasi kuat dengan unsur *Who* karena membentuk ethos komunikator yang otoritatif sekaligus membumi; kategori *logic* dan *language* berelasi kuat dengan unsur *Says What* karena keduanya bekerja langsung mengemas pesan keagamaan; kategori *action* berelasi kuat dengan unsur *In Which Channel* karena bergantung pada sifat audio-visual YouTube; sementara unsur *To Whom* memperlihatkan bahwa sebagian humor (terutama yang bersifat situasional dan berbasis pengetahuan bersama dengan jamaah yang hadir) berpotensi kurang utuh ditangkap oleh penonton YouTube, sedangkan humor berbasis *logic* cenderung tetap dapat dipahami oleh kedua lapis komunikan; dan unsur *With What Effect* hanya dapat dibaca sebagai indikator respons segmental berupa tawa jamaah, bukan bukti empiris atas perubahan sikap keagamaan penonton secara keseluruhan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa teknik humor Gus Baha dalam ceramah Maulid ini bersifat substantif, yaitu melekat pada isi dan struktur pesan dakwah (didominasi kategori *logic* dan *language*), dan baru kemudian ditopang oleh elemen performatif dari kategori *action* untuk mempertajam efek komiknya. Humor bukan ditempatkan sebagai selingan yang berdiri di luar pesan utama, melainkan sebagai bagian yang menyatu dari keseluruhan tindakan komunikasi dakwahnya. Kesimpulan ini terbatas pada satu video yang menjadi objek penelitian

dan tidak dimaksudkan untuk digeneralisasikan pada keseluruhan gaya ceramah Gus Baha secara umum.

B. Saran

Berdasarkan temuan dan kesimpulan penelitian, berikut adalah saran yang dapat diberikan kepada beberapa pihak yang berkepentingan.

1. **Bagi para dai dan pengelola konten dakwah digital.** Penelitian ini menunjukkan bahwa humor yang efektif dalam dakwah bukan humor yang berdiri sendiri, melainkan humor yang selalu terhubung dengan substansi pesan. Para dai disarankan untuk tidak sekadar menggunakan humor sebagai pemanis ceramah, tetapi merancangnya sebagai bagian integral dari struktur penyampaian pesan. Selain itu, pemanfaatan platform YouTube sebagai media dakwah perlu mempertimbangkan dimensi *audio-visual* secara serius karena ekspresi nonverbal dan *timing* merupakan komponen yang tidak dapat dipisahkan dari efektivitas humor dakwah.
2. **Bagi akademisi dan peneliti selanjutnya.** Penelitian ini hanya mengkaji satu video ceramah dari satu kanal YouTube, sehingga temuannya belum dapat digeneralisasikan pada keseluruhan gaya dakwah Gus Baha maupun praktik humor dakwah secara umum. Penelitian lanjutan disarankan untuk memperluas objek kajian dengan menganalisis beberapa konten ceramah dari berbagai konteks (bukan hanya Maulid), menggunakan pendekatan komparatif dengan dai lain, atau menambahkan perspektif resepsi audiens

untuk mengukur sejauh mana humor tersebut benar-benar diterima dan berfungsi sebagaimana dimaksud oleh dai.

3. **Bagi pengelola kanal NU Online.** Konten ceramah Gus Baha dengan jumlah penonton ratusan ribu menunjukkan potensi yang sangat besar sebagai media dakwah digital. Pengelola disarankan untuk terus mendokumentasikan dan memproduksi konten ceramah dengan format yang memungkinkan ekspresi nonverbal Gus Baha terekam dengan baik, karena dimensi *action* dari humornya merupakan salah satu daya tarik utama yang tidak dapat direpresentasikan melalui transkrip teks atau rekaman audio saja.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfan, M. Yasir. "Diksi Humor Gus Baha' Dalam Perspektif Language Game Ludwig Wittgenstein." Skripsi, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2025.
- Amin, Abdurrahman Sudaisy. "Strategi Komunikasi Humor Ustaz Muhammad Yusuf Dalam Penyebaran Dakwah Melalui Youtube." Skripsi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2025.
- Aviansyah, Muhammad. "Pesan Dakwah Ustadz Nur Fadhilah Yusuf Menggunakan Humor Pada Media Youtube Bang Tile El-Bahir Official." Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2023.
- Bari, Abd, Kun Wazis, dan Siti Raudhatul Jannah. "Pemanfaatan YouTube sebagai Media Dakwah Islam." *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan* 19, no. 2 (2025): 828–839. <https://doi.org/10.35931/aq.v19i2.4180>.
- Berger, Arthur Asa. *An Anatomy of Humor*. Routledge, 2017.
- Budi, Rayudaswati. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Cet. 1. Makassar: Kretakupa Print, 2010.
- Cangara, H. *Pengantar ilmu komunikasi*. Rajawali Pers, 2018.
- Dai, Xinran, dan Jing Wang. "Effect of Online Video Infotainment on Audience Attention." *Humanities and Social Sciences Communications* 10 (2023): 421. <https://doi.org/10.1057/s41599-023-01921-6>
- Darmansyah. *Strategi Pembelajaran Menyenangkan Dengan Humor*. PT Bumi Aksara, 2010.
- Detik Inet. "Daftar Jumlah Pengguna Media Sosial Indonesia Terbaru, Siapa yang Paling Banyak?" 4 April 2025. <https://inet.detik.com/cyberlife/d-7854501/daftar-jumlah-pengguna-media-sosial-indonesia-terbaru-siapa-yang-paling-banyak>
- Eriyanto. *Analisis isi: Pengantar metodologi untuk penelitian ilmu komunikasi dan ilmu-ilmu sosial lainnya*. Kencana, (2011).
- Fikroh.com. "Biografi Gus Baha, Sosok Alim yang Dikaruniai Banyak Kelebihan." <https://www.fikroh.com/2025/08/biografi-gus-baha-sosok-alim-yang.html>.
- Ghulam, Zainil, Achmad Farid, dan Abdul Ghofur. "Da'wah 'Islam Nusantara' on NU Online and the Surrounding Argue." *Dakwatuna: Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam* 10, no. 1 (2024): 1–11. <https://ejournal.iaisyarifuddin.ac.id/index.php/dakwatuna/article/view/2766>.
- Gontornews.com. "Mengenal Sosok Gus Baha." <https://gontornews.com/mengenal-sosok-gus-baha/>.

- Hariyanto, Bambang. "Analisis Wacana Humor Dalam Ceramah Gus Baha'." *Dialektika: Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia* 9, no. 1 (2022): 16–36. <https://doi.org/10.15408/dialektika.v8i1.25117>.
- Hilmi, Mustofa. "Humor dalam Pesan Dakwah." *Jurnal Ilmu Dakwah* 38, no. 1 (2019): 87–87. <https://doi.org/10.21580/jid.v38.1.3972>.
- Informatics UII. "Media Dakwah di Era Digital untuk Masyarakat Urban." 15 November 2024. <https://informatics.uii.ac.id/2024/11/15/media-dakwah-di-era-digital-untuk-masyarakat-urban/>.
- Inilah.com. "Profil Gus Baha: Biodata, Kehidupan Pribadi, Pendidikan, dan Perjalanan Karier Dakwah." <https://www.inilah.com/gus-baha>.
- Jalaluddin, Mufti Labib, dan Zezen Zaenal Mutaqin. "Biases in a humorous talk show on religious conversion on youtube: Critical discourse analysis approach on 'Pindah Arah' playlist." *Satwika : Kajian Ilmu Budaya dan Perubahan Sosial* 7, no. 1 (2023): 42–54. <https://doi.org/10.22219/satwika.v7i1.24503>.
- Juliansyach, Muhamad Ilman, Ahmad Zaki Fadhili, Dziekrillah Jibrán Aly Firdaus, Muhammad Rizqi Resyananda, dan Muhammad Rafi Zakibar. "Pemanfaatan Platform YouTube sebagai Penyebaran Dakwah Islam." *Al-Zayn: Jurnal Ilmu Sosial & Hukum* 4, no. 1 (2026): 3261–3267. <https://doi.org/10.61104/alz.v4i1.3660>.
- Marwan, Iwan. *Semiotika Humor Sufi*. UIN SA Press, 2015.
- Miles, Matthew B., A. Michael Huberman, dan Johnny Saldaña. *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. Edition 3. Sage, 2014.
- Mojok.co. "Metode Santri Nalar di LP3IA Rembang, Cara 'Tak Umum' Gus Baha Mendidik Santrinya." 17 April 2024. <https://mojok.co/liputan/sosok/lp3ia-gus-baha-punya-cara-tak-umum-mendidik-santri/>.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi penelitian kualitatif*. Remaja Rosdakarya, 2017.
- Muhtadi, A. *Komunikasi Dakwah di Era Digital*. Remaja Rosdakarya, 2020.
- Mulyana, Deddy. *Komunikasi Jenaka*. PT. Remaja Rosdakarya, 2002.
- Nderekngaji.com. "Profil KH Ahmad Bahauddin Nursalim (Gus Baha)." 16 April 2025. <https://www.nderekngaji.com/2025/04/profil-kh-ahmad-bahauddin-nursalim.html>.
- Ngaji Gus Baha. "Biografi Gus Baha (KH. Ahmad Bahauddin Nursalim)." <https://ngajigusbaha.id/biografi-gus-baha-kh-ahmad-bahauddin-nursalim/>.
- NU Online. "Gus Baha Dorong Pentashihan Al-Qur'an Memperhatikan Unsur Fiqih dan Kehati-hatian." <https://www.nu.or.id/nasional/gus-baha-dorong-pentashihan-al-qur-an-memperhatikan-unsur-fiqih-dan-kehati-hatian-T4i8B>.

- Nugroho, Ibnu. "Humor Sebagai Komunikasi Dakwah (Studi Kasus Humor Kyai di Pondok Pesantren Hudatul Muna 1)." Thesis, IAIN Ponorogo, 2019.
- Rahmanadji, Didiek. "Sejarah, Teori, Jenis dan Fungsi Humor." *Jurnal bahasa dan seni* 35, no. 2 (2007): 213–21.
- Rakhmat, Jalaluddin. *Retorika Modern Pendekatan Praktis*. Simbiosis Rekatama Media, 2021.
- Selular.id. "Lebih dari Separuh Penduduk Indonesia Jadi Pengguna YouTube." 28 November 2025. <https://selular.id/2025/11/lebih-dari-separuh-penduduk-indonesia-jadi-pengguna-youtube/>.
- Setia, Paelani, dan Asep Muhammad Iqbal. "Adaptasi Media Sosial oleh Organisasi Keagamaan di Indonesia: Studi Kanal YouTube Nahdlatul Ulama, NU Channel." *JISPO: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik* 11, no. 2 (2021): 359–378. <https://doi.org/10.15575/jispo.v11i2.14572>.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, 2020.
- Suryadi, Bambang. *Humor Therapy*. Rmbooks, 2019.
- Taufiqurrochman. *Humor Kiai Dan Santri Singosari*. AlvaVila Press, 2018.
- Tebuireng.co. "Biografi Lengkap Gus Baha." <https://www.tebuireng.co/biografi-lengkap-gus-baha/>.
- Urupedia. "Biografi Lengkap Gus Baha' (KH. Ahmad Baha'uddin Nursalim)." 12 Februari 2023. <https://urupedia.id/2023/feature/biografi-lengkap-gus-baha-kh-ahmad-bahauddin-nursalim.html>.
- Zakibar, Muhammad Rafi. "Pemanfaatan Platform YouTube sebagai Penyebaran Dakwah Islam." *Al-Zayn: Jurnal Ilmu Sosial & Hukum* (2026). <https://ejournal.yayasanpendidikandzurriyatulquran.id/index.php/AlZayn/article/view/3660>.
- Wandi, Wandu. "Penggunaan Humor dalam Dakwah Komunikasi Islam." *Al-Din: Jurnal Dakwah dan Sosial Keagamaan* 5, no. 1 (2020): 84–100. <https://doi.org/10.35673/ajdsk.v5i1.573>.
- Zamroni, Muh Ruslan. "Dakwah Melalui Humor ala Gus Iqdam." *Jurnal Sains Student Research* 1, no. 2 (2023).