

**STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH SAKDIYAH MA'RUF  
MELALUI *STAND UP COMEDY***

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat  
memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos.)



Oleh:

**AHMAD OSAN FARKHANI**  
**NIM. 2042116053**

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN**

**2021**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Ahmad Osan Farkhani

NIM : 2042116053

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi dengan judul **“STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH SAKDIYAH MA’RUF MELALUI *STAND UP COMEDY*”** adalah benar hasil karya penulis berdasarkan hasil penelitian. Semua sumber yang digunakan dalam penelitian ini telah dicantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di IAIN Pekalongan.

Apabila dikemudian hari pernyataan ini terbukti tidak benar, maka penulis bersedia menerima sanksi yang berlaku di IAIN Pekalongan.

Pekalongan 26 Maret 2021

Penulis



**AHMAD OSAN FARKHANI**  
NIM. 2042116053

## NOTA PEMBIMBING

Dr. Tri Astutik Haryati, M. Ag

**Jl. Kusuma Bangsa No. 9 IAIN Pekalongan**

---

Lamp : 3 (tiga) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdr. Ahmad Osan Farkhani

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah  
c.q Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam

di-

PEKALONGAN

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini kami kirimkan naskah skripsi saudara:

Nama : AHMAD OSAN FARKHANI

NIM : 2042116053

Jurusan : KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

Judul : **“STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH SAKDIYAH MA'RUF  
MELALUI *STAND UP COMEDY*”**

Dengan ini saya mohon agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan. Demikian harap menjadi perhatian dan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Pekalongan, 26 Maret 2021



**Dr. Tri Astutik Haryati, M. Ag**  
NIP. 197411182000032001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN  
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH**

Jl. Kusumabangsa No. 9 Pekalongan Telp. (0285) 412575 / Fax. (0285) 423428  
Website: fuad.iainpekalongan.ac.id email: fuad@iainpekalongan.ac.id

**PENGESAHAN**

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Pekalongan mengesahkan skripsi saudara/i:

Nama : **AHMAD OSAN FARKHANI**  
NIM : **2042116053**  
Judul Skripsi : **“STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH SAKDIYAH  
MA'RUF MELALUI *STAND UP COMEDY*”**

Telah diujikan pada hari Jum'at, 9 April 2021 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Dewan Penguji

Penguji I

Penguji II

  
Miftahul Ula M. Ag  
NIP. 197409182005011004

  
Mukoyimah M. Sos  
NIP. 199206202019032016

Pekalongan, 9 April 2021

Disahkan Oleh  
Dekan,



  
Dr. H. Sam'ani, M. Ag  
NIP. 197305051999031002

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB – LATIN

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil putusan bersama Menteri Agama Republik Indonesia No.158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap kedalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Inguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut:

Garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut :

### 1. Konsonan

Fonem-fonem konsonan bahasa Arab yang di dalam sistem tertulis Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	-	Tidak dilambangkan
ب	bā'	B	-
ت	tā'	T	-
ث	šā'	š	s (dengan titik di atasnya)
ج	Jīm	J	-
ح	ḥā'	Ḥ	h (dengan titik dibawahnya)
خ	khā'	Kh	-
د	Dal	D	-
ذ	Žal	Ž	z (dengan titik diatasnya)
ر	rā'	R	-
ز	Zai	Z	-
س	Sīn	S	-
ش	Syīn	Sy	-
ص	Şād	ş	s (dengan titik dibawahnya)
ض	Dād	ḍ	d (dengan titik dibawahnya)

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ط	ṭā'	ṭ	t (dengan titik dibawahnya)
ظ	zā'	ẓ	z (dengan titik dibawahnya)
ع	'ain	‘	Koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	-
ف	fā'	F	-
ق	Qāf	Q	-
ك	Kāf	K	-
ل	Lām	L	-
م	Mīm	M	-
ن	Nūn	N	-
و	Wāwu	W	-
ه	Hā'	H	-
ء	Hamzah	ﺀ	apostrof, tetapi lambang ini tidak dipergunakan untuk hamzah di awal kata
ي	Yā'	Y	-

## 2. Vokal

Vokal Tunggal	Vokal Rangkap	Vokal Panjang
أ = a	أَي = ai	أ = ā
إ = i	أَوْ = au	إِي = ī
أ = u		أَوْ = ū

### 1. Ta Marbutah

*Ta Marbutoh* Hidup dilambangkan dengan /t/ Contoh :

مراقة جميلة ditulis *mar'atun jamiilah*

*Ta Marbutoh* mati dilambangkan dengan /h/ Contoh :

فطمة ditulis *fatimah*

## 2. *Syaddad (Wasydid Geminasi)*

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddad* tersebut :

Contoh :

ربنا Ditulis *rabbana*

البر Ditulis *al-bir*

## 3. Kata sandang (artikel)

Kata artikel yang diikuti oleh huruf “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh :

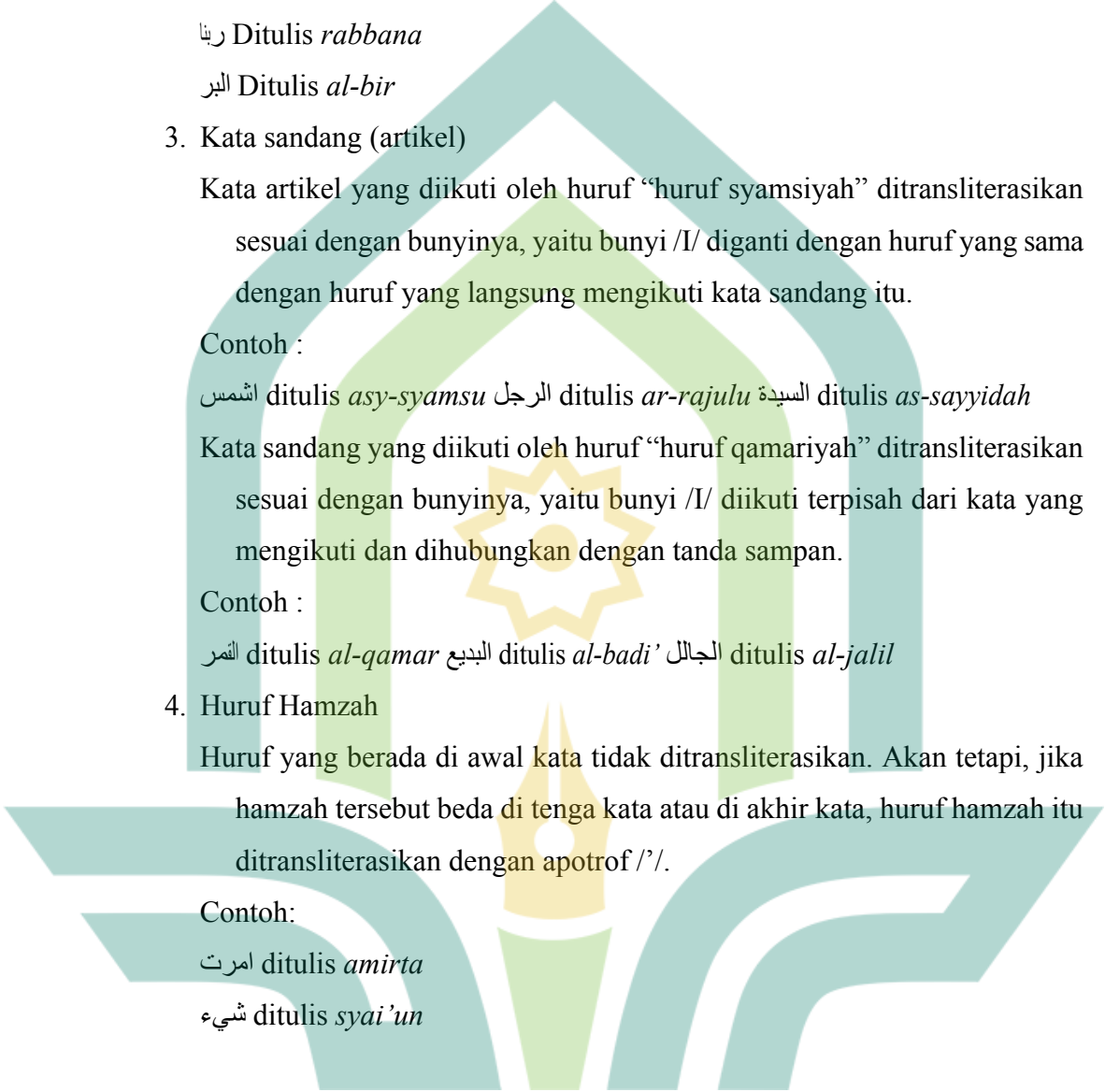
اشمس ditulis *asy-syamsu* الرجل ditulis *ar-rajulu* السيدة ditulis *as-sayyidah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf “huruf qamariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sampan.

Contoh :

القمير ditulis *al-qamar* البديع ditulis *al-badi'* الجاليل ditulis *al-jalil*

## 4. Huruf Hamzah

Huruf yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut beda di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apotrof /'/.  


Contoh:

امرت ditulis *amirta*

شيء ditulis *syai'un*

## PERSEMBAHAN

Kupersembahkan karya tulis skripsi ini untuk orang-orang yang selalu setia berada di ruang dan waktu kehidupanku, khususnya untuk:

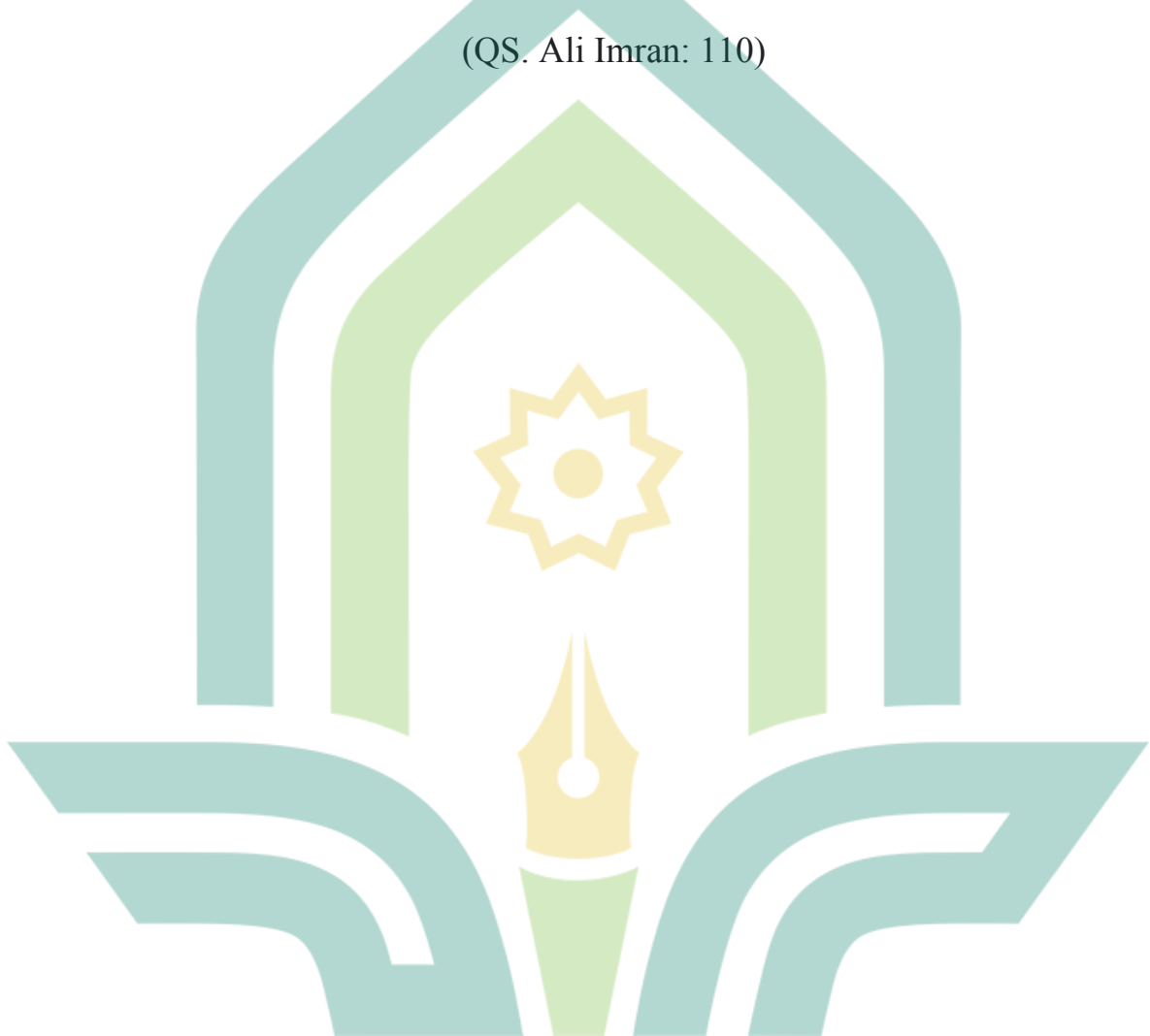
1. Ayahanda Sahroni serta Ibunda Kasih yang kukagumi dan selalu memberikan perhatian, bimbingan, do'a, semangat, serta kasih sayang kepada penulis.
2. Kakak-kakakku: Wuryani dan Saiful Umam yang selalu memberikan dukungan serta do'a tiada henti untuk penulis.
3. Segenap keluarga dan saudara yang ada di Tegal (Bapak Muraji (almarhum) dan Ibu Kusneni, serta Siti Sundari, Widi Astuti, Ardi Prayogi, Ahmad Hosan Falakhi), yang selalu memberi perhatian semangat dan do'a kepada penulis.
4. Guru-guruku masa sekolah SD-SMK yang telah membimbing tiada lelah dan bosan, serta untuk guru mengaji.
5. Teman-teman organisasi, sehimpun, seperjuangan yang selalu memberikan dukungan dan do'a kepada penulis.
6. Teman-teman satu kelas B angkatan 2016.
7. Sahabat-sahabatku yang selalu setia menemani dalam suka dan duka.
8. Semua pihak yang telah membantu do'a dan semangatnya untuk penulis menyelesaikan karya ilmiah skripsi ini.



## MOTTO

*"Kamu adalah umat terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang ma'ruf, dan mencegah dari yang munkar, dan beriman kepada Allah. Sekiranya Ahli Kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka, di antara mereka ada yang beriman, dan kebanyakan mereka adalah orang-orang yang fasik."*

(QS. Ali Imran: 110)



## ABSTRAK

Farkhani, Ahmad Osan. 2021. Strategi Komunikasi dakwah Sakdiyah Ma'ruf melalui *Stand Up Comedy*. Skripsi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan. Dosen Pembimbing: Dr. Tri Astutik Haryati, M. Ag.

**Kata Kunci:** Strategi Komunikasi dakwah, *Stand Up Comedy*, Sakdiyah Ma'ruf.

*Stand up comedy* merupakan sebuah seni humor di depan penonton secara langsung (*live*), dan termasuk dalam jenis humor verbal lisan yang berasal dari Amerika, serta biasa dilakukan dalam durasi sepuluh sampai empat puluh lima menit dengan membawakan topik tertentu. Sakdiyah Ma'ruf dengan materi-materi yang dibawakannya pada saat melakukan *stand up comedy*, bukan hanya sekadar komedi atau olok-olok belaka yang ingin disajikan, akan tetapi dirinya ingin secara santai menyampaikan sebuah pesan dakwah. Namun tidak hanya itu pada akhirnya perlahan, dengan hanya menggunakan beberapa kalimat sederhana kesadaran penonton lantas dibangun. Penggunaan kalimat yang sederhana dirasa lebih efektif ketimbang harus menjejalkan berbagai gagasan melalui berjilid-jilid buku.

Rumusan masalah yang dikaji dalam skripsi ini yaitu, bagaimana materi dakwah dan bagaimana strategi komunikasi dakwah *stand up comedy* Sakdiyah Ma'ruf. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana materi dakwah dan strategi dakwah *stand up comedy* Sakdiyah Ma'ruf, serta diharapkan dapat memberikan kontribusi positif di bidang komunikasi penyiaran Islam mengenai strategi komunikasi dakwah melalui *stand up comedy*.

Penelitian ini merupakan penelitian pustaka, dan jenis data yang dihasilkan adalah data deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi. Sedangkan untuk teknik analisis data menggunakan teknik analisis isi (*content analysis*).

Dapat ditemukan bahwa dari materi-materi *stand up comedy* yang ditampilkan, Sakdiyah Ma'ruf menjadikan *stand up comedy* sebagai media untuk berdialog dan berdiskusi bersama terkait kritik sosial terhadap permasalahan yang terjadi dalam komunitas Arab, seperti konservatisme maupun diskriminasi yang kerap dialami oleh para perempuan. Selain itu melalui *stand up comedy*, Sakdiyah juga mengangkat isu-isu sensitif lain yang tak hanya terjadi di komunitas Arab saja, namun pada lingkup yang lebih luas berdasarkan kecamata keseharian dengan penyampaian secara monolog kepada *audience* dalam bentuk komunikasi persuasif. *Stand up comedy* dapat dijadikan sebagai strategi alternatif baru dalam berdakwah, sebagai upaya menyebarluaskan informasi maupun pengetahuan serta kesadaran tentang perintah maupun larangan Agama yang dapat dijadikan sebagai pedoman bagi manusia sehingga dapat tercapai keberhasilan, kebahagiaan dan ketentraman baik di dunia maupun di akhirat. Dalam penelitian ini ditemukan 3 tahapan strategi komunikasi dakwah Sakdiyah Ma'ruf melalui *stand up comedy* antara lain; tahap perumusan strategi komunikasi dakwah, tahap implementasi strategi komunikasi dakwah, dan tahap penilaian strategi komunikasi dakwah.

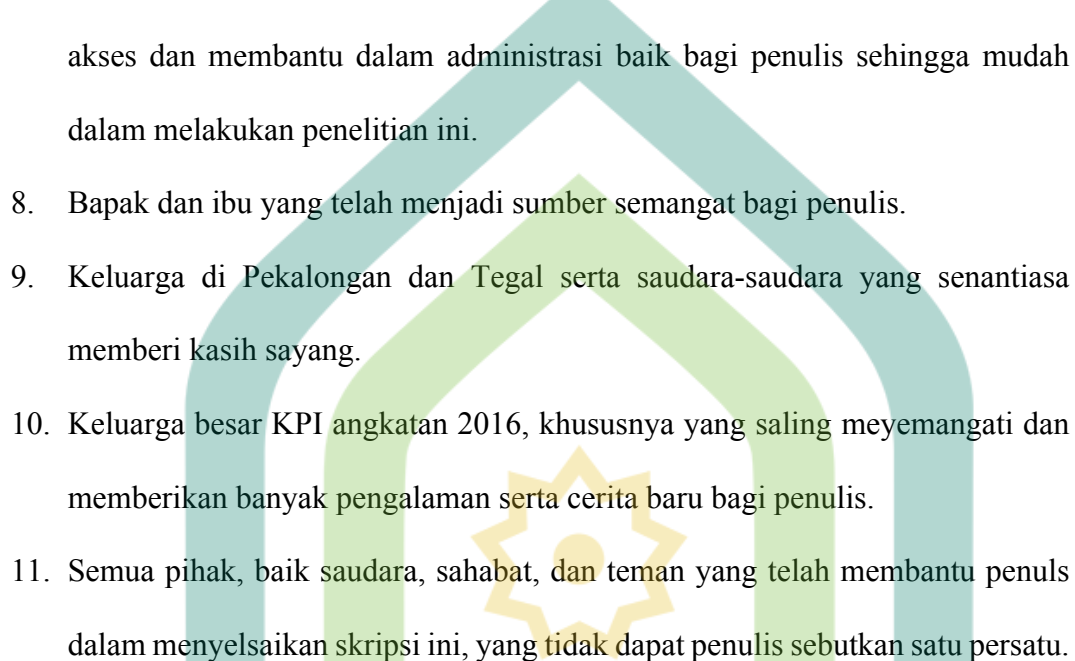
## KATA PENGANTAR

Bismillah, Alhamdulillah, Puji Syukur tak henti-hentinya penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat, rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

Shalawat serta salam senantiasa penulis haturkan kepada Baginda Rasul, Nabi Muhammad SAW yang kita nantikan syafa'atnya di yaumul akhir nanti. Aamiin.

Penulis sangat menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari hambatan dan tantangan, juga tidak luput dari rasa malas dan rasa putus asa, namun berkat bantuan, bimbingan dan motivasi dari berbagai pihak, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH SAKDIYAH MA'RUF MELALUI *STAND UP COMEDY*.”** Penulis dengan senang hati mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Pekalongan.
2. Dr. H. Sam'ani, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan dakwah.
3. Misbakhudin, Lc., M.A. selaku Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.
4. Dr. H. Imam Khanafi, M.Ag selaku Dosen Wali yang selama ini telah memberikan bimbingan dan arahan.
5. Dr. Tri Astutik Haryati, M.Ag selaku dosen Pembimbing Skripsi, yang telah memberikan bimbingan serta ilmu kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.

- 
6. Seluruh dosen pengajar jurusan KPI IAIN Pekalongan yang telah memberikan banyak ilmu bagi penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan proses penyusunan skripsi ini.
  7. Seluruh staff Fakultas Ushuluddin, Adab dan dakwah yang telah memberikan akses dan membantu dalam administrasi baik bagi penulis sehingga mudah dalam melakukan penelitian ini.
  8. Bapak dan ibu yang telah menjadi sumber semangat bagi penulis.
  9. Keluarga di Pekalongan dan Tegal serta saudara-saudara yang senantiasa memberi kasih sayang.
  10. Keluarga besar KPI angkatan 2016, khususnya yang saling meyemangati dan memberikan banyak pengalaman serta cerita baru bagi penulis.
  11. Semua pihak, baik saudara, sahabat, dan teman yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis sadar, bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu dengan senang hati penulis menerima kritik dan saran yang bersifat membangun untuk perbaikan kedepannya. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat untuk kita semua. Aamiin.

Pekalongan 26 Maret 2021

Penulis

**AHMAD OSAN FARKHANI**  
**NIM. 2042116053**

## DAFTAR ISI

<b>COVER</b> .....	i
<b>PERNYATAAN</b> .....	ii
<b>NOTA PEMBIMBING</b> .....	iii
<b>PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB - INDONESIA</b> .....	v
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	viii
<b>MOTTO</b> .....	ix
<b>ABSTRAK</b> .....	x
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xiii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Manfaat Penelitian .....	5
E. Tinjauan Pustaka .....	6
F. Metode Penelitian .....	13
G. Sistematika Penulisan .....	19
<b>BAB II STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH DAN <i>STAND UP COMEDY</i></b>	
A. Strategi Komunikasi Dakwah .....	21
1. Pengertian Strategi .....	21
2. Pengertian Komunikasi .....	22
3. Faktor Pendukung dan Penghambat Strategi Komunikasi .....	24
4. Unsur-unsur Komunikasi .....	27
5. Fungsi dan Tujuan Strategi Komunikasi .....	29
B. Dakwah .....	30
1. Pengertian Dakwah.. .....	30
2. Unsur-unsur Dakwah .....	32
3. Dasar Hukum Dakwah .....	36

C. <i>Stand up comedy</i> .....	37
1. Pengertian dan Sejarah <i>Stand Up Comedy</i> .....	37
2. Jenis-jenis <i>Stand Up Comedy</i> .....	41
3. Teknik <i>Stand Up Comedy</i> .. .....	42
4. <i>Stand Up Comedy</i> dalam Perspektif Islam .....	44

### **BAB III MATERI DAKWAH DAN STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH SAKDIYAH MA'RUF**

A. Biografi Sakdiyah Ma'ruf .....	49
1. Penghargaan <i>Vaclaf Havel Internasional for Creative Dissent</i> 2015 .....	52
2. Masuk Daftar 100 Perempuan Inspiratif dan Berpengaruh di Dunia Versi BBC.....	53
B. Transkrip Materi dakwah Sakdiyah Ma'ruf .....	53
1. Terdapat dalam <i>channel youtube</i> "Bukalapak" .....	53
2. Terdapat dalam <i>channel youtube</i> "Spasi" .....	54
3. Terdapat dalam <i>channel youtube</i> "Adi Sugondo" .....	54
4. Terdapat dalam <i>channel youtube</i> "Amazing Video" .....	55
5. Terdapat dalam <i>channel youtube</i> "Opini id" .....	55
6. Terdapat dalam <i>channel youtube</i> "Talkshow tvOne" .....	56
7. Terdapat dalam <i>channel youtube</i> "Rio Beneto" .....	56
8. Terdapat dalam <i>channel youtube</i> "Tukang Sapu" .....	57
9. Terdapat dalam <i>channel youtube</i> "TEDx Talks" .....	57
10. Terdapat dalam <i>channel youtube</i> "TV9 Official" .....	58
C. Strategi Komunikasi dakwah Sakdiyah Ma'ruf .....	59

### **BAB IV ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH SAKDIYAH MA'RUF MELALUI *STAND UP COMEDY***

A. Analisis Materi Dakwah Sakdiyah Ma'ruf .....	64
B. Analisis Strategi Komunikasi Dakwah Sakdiyah Ma'ruf .....	72

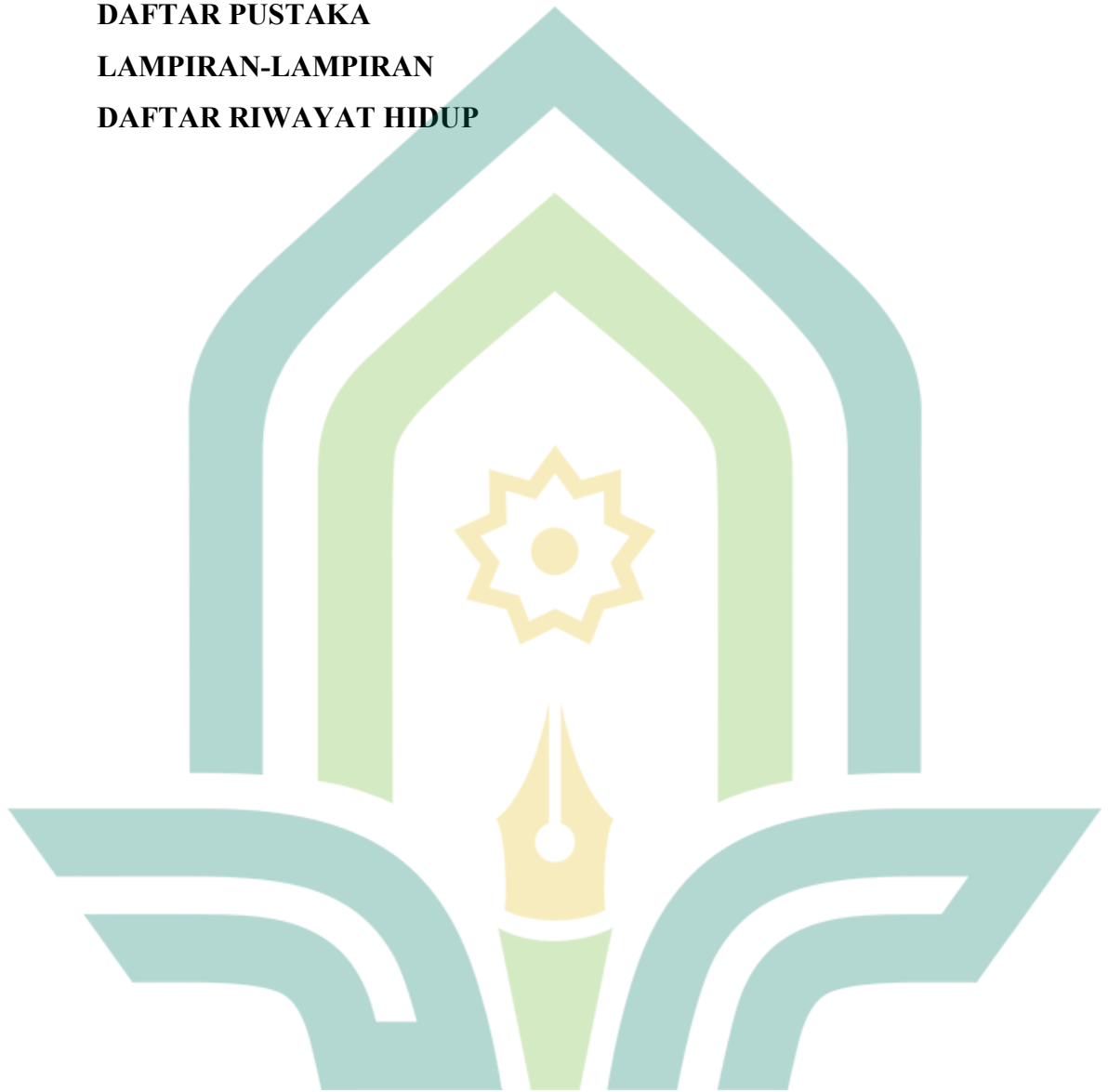
**BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	84
B. Saran .....	86

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**



## DAFTAR GAMBAR

1. Gambar 1.1 Model Teori S-M-C-R Judul .....	7
2. Gambar 3.1 Aksi Sakdiyah Ma'ruf saat Mementaskan <i>Stand Up Comedy</i> di Acara Bukatawa Bukalapak.....	53
3. Gambar 3.2 Aksi Sakdiyah Ma'ruf saat Mementaskan <i>Stand Up Comedy</i> di Acara Diskusi Beda Ragam Saling Sapa .....	54
4. Gambar 3.3 Aksi Sakdiyah Ma'ruf saat Mementaskan <i>Stand Up Comedy</i> di Acara KOMUJI Jakarta.....	54
5. Gambar 3.4 Aksi Sakdiyah Ma'ruf saat Mementaskan <i>Stand Up Comedy</i> di Acara Konser Musik .....	55
6. Gambar 3.5 Aksi Sakdiyah Ma'ruf saat Mementaskan <i>Stand Up Comedy</i> di Acara Kolaborasi .....	55
7. Gambar 3.6 Aksi Sakdiyah Ma'ruf Saat Mementaskan <i>Stand Up Comedy</i> di Acara <i>E-Talkshow TVOne</i> .....	56
8. Gambar 3.7 Aksi Sakdiyah Ma'ruf saat Mementaskan <i>Stand Up Comedy</i> di Acara <i>comic Action Kompas TV</i> .....	56
9. Gambar 3.8 Aksi Sakdiyah Ma'ruf saat Mementaskan <i>Stand Up Comedy</i> di Acara Hitam Putih Trans7 .....	57
10. Gambar 3.9 Aksi Sakdiyah Ma'ruf saat Mementaskan <i>Stand Up Comedy</i> di Acara <i>Tedx Ubud</i> .....	57
11. Gambar 3.10 Aksi Sakdiyah Ma'ruf saat Mementaskan <i>Stand Up Comedy</i> di Acara Malam Kebudayaan Pesantren .....	58



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi yang semakin massif saat ini, ternyata berbanding terbalik dengan kondisi umat Islam. Degradasi moral maupun akhlaq menjadi ancaman yang tak terhindarkan, terbukti berbagai permasalahan muncul mulai dari maraknya ujaran kebencian, kenakalan remaja, kekerasan dan pembunuhan, bahkan perjudian serta prostitusi *online*, hingga merebaknya ideologi-ideologi radikal ekstrim, baik yang bersifat sekuler ataupun yang bermotivasi keagamaan, dan lain sebagainya.

Melihat fenomena diatas sebagai seorang muslim sudah sepatutnya wajib untuk mengingatkan kepada siapa saja yang melanggar atau keluar dari ajaran Allah SWT agar kembali pada jalan yang di rahmati oleh-Nya. Dalam hal ini kegiatan dakwah dapat ditempuh, karena dakwah pada hakikatnya adalah mengajak kepada kebaikan dan mencegah daripada kemungkaran. Allah SWT menyebut dalam Al-Quran bahwa dakwah memiliki arti sebagai perintah untuk menyeru umat ke jalan kebaikan yang diridhlai Allah SWT, baik menggunakan cara hikmah maupun pelajaran yang baik dengan penggunaan pendekatan dan juga metode yang sesuai.<sup>1</sup>

Hal ini ditegaskan Allah SWT dalam Al-Qur'an surat An-Nahl ayat 125 yang berbunyi:

---

<sup>1</sup> Khoiro Ummatin, "Globalisasi Komunikasi dan Tuntutan Dakwah Bermedia", *Jurnal Dakwah* 9.2 (2008): 137-148, hlm. 142.

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِّلْهُمْ بِالنِّبْيِ هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ  
رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya: “Serulah manusia ke jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantulah mereka dengan jalan yang baik pula. Sesungguhnya Tuhanmu mengetahui siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.” (QS. An-Nahl: 125).

Selain itu kewajiban dalam menyeru dan menyampaikan ajaran Islam juga diterangkan dalam Al-Qur’an surat Ali Imran ayat 110, sebagai berikut:

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ  
بِاللَّهِ وَلَوْ آمَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ مِنْهُمْ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ

Artinya: “Kamu (umat Islam) adalah umat terbaik yang di lahirkan untuk manusia, (karena kamu) menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar, dan beriman kepada Allah.” (QS. Ali Imran: 110).

Namun dalam praktiknya, terkadang objek dakwah enggan menerima apa yang disampaikan oleh penceramah lantaran materi yang disampaikan tidak menarik atau bahkan cenderung membosankan. Oleh karena itu dalam penyampaiannya agar tujuan dakwah dapat tercapai secara realistis, sekaligus umat mau menerima dan melaksanakan berbagai ajaran Islam di segala aspek kehidupan, maka diperlukan strategi komunikasi dakwah. Seorang Da’i dituntut memiliki kemampuan dalam menentukan strategi komunikasi dakwah yang baik dan tepat, lantaran pada dasarnya aktivitas dakwah tidak terlepas dari proses komunikasi. Selain itu pada dasarnya hakikat dari dakwah itu sendiri adalah mengajak kepada kebaikan dan mencegah dari segala perbuatan mungkar.

Dalam teori komunikasi disebutkan terdapat tiga unsur pokok yang menyebabkan terjadinya proses komunikasi, antara lain komunikator, pesan dan komunikan.<sup>2</sup> Dalam keadaan tertentu, tingkah laku manusia dapat berubah karena dipengaruhi oleh kata-kata. Manusia dianggap sebagai makhluk yang gemar mempergunakan lambang bahkan sebagai salah satu karakteristik yang membedakan manusia dengan makhluk lainnya yakni dalam hal kemampuannya berkembang (*symbolicum animal*).<sup>3</sup> Dengan demikian, maka strategi komunikasi dakwah adalah penggunaan suatu cara dalam berkomunikasi yang isinya berupa rangkaian kegiatan yang dirancang untuk mencapai tujuan dakwah.

Salah satu strategi komunikasi pengembangan dakwah yang bisa dipakai adalah melalui *stand up comedy* (SUC). SUC dilakukan secara perorangan oleh komika atau *comic* (sebutan bagi pelaku), merupakan seni humor yang ditampilkan kepada penonton secara langsung (*live*).<sup>4</sup> SUC juga merupakan jenis humor verbal lisan yang berasal dari Amerika, dan biasa dilakukan dalam durasi sepuluh hingga empat puluh lima menit dengan membawakan topik tertentu.<sup>5</sup>

Dalam hal ini, komika yang kemudian menjadikan *stand up comedy* sebagai media untuk menyampaikan pesan, ide ataupun gagasan atas keresahannya adalah Sakdiyah Ma'ruf.

Sakdiyah merupakan pelawak tunggal perempuan berhijab pertama di

<sup>2</sup> H.M. Amin Aziz, *Memahami dan Mendalami Al-Qur'an* (Jakarta: Bangkit, 1994), hlm.25

<sup>3</sup> Usfiyatul Marfu'ah, "Strategi Komunikasi Dakwah Berbasis Multikultural", *Islamic Communication Journal* Volume 02, Nomor 02, Juli-Desember 2017, hlm. 150.

<sup>4</sup> M. Bayu Firmansyah, "Representasi Bahasa Humor Dalam Acara *Stand Up Comedy* di Metro TV", *Kembara: Jurnal Keilmuan Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya* 2.2 (2017): 195-202, hlm. 196.

<sup>5</sup> Titi Puji Lestari dan Bambang Indiatmoko, "Pelanggaran Prinsip Percakapan dan Parameter Pragmatik dalam Wacana *Stand Up Comedy* Dodit Mulyanto", *Seloka: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia* 5.2 (2016): 148-162, hlm. 149.

Indonesia dan dikenal melalui humor-humornya dengan bahasan seputar Islam. Kepiawaian Diyah dalam berkomedinya ternyata mampu menarik perhatian dunia, hal ini dibuktikan ketika dirinya memperoleh berbagai penghargaan skala internasional yaitu *Vaclav Havel International Prize for Creative Dissent* serta masuk dalam jajaran daftar 100 wanita inspiratif dunia sebagai pelawak tunggal perempuan muslim pertama asal Indonesia yang menggunakan humor sebagai cara untuk menyuarakan ketidaksetujuannya terhadap ekstremisme Islam yang terjadi dan juga kekerasan terhadap perempuan.<sup>6</sup>

Berdasarkan hal di atas, maka dapat dilihat jika Sakdiyah Ma'ruf dengan materi-materi yang dibawakannya pada saat melakukan *stand up comedy*, bukan hanya sekadar komedi atau olok-olok belaka yang ingin disajikan, akan tetapi dirinya ingin secara santai menyampaikan sebuah pesan dakwah dengan pembahasan materi yang dianggap cenderung sensitif. Melalui komedi inilah, pesan-pesan dakwah dengan pembahasan materi yang berat maupun yang mengandung isu sensitif akan lebih mudah diserap dan diterima oleh para *audience* lantaran hanya dianggap sebagai guyon belaka. Namun tidak hanya itu pada akhirnya perlahan, dengan hanya menggunakan beberapa kalimat sederhana kesadaran penonton lantas dibangun. Atas latar belakang yang sudah dijelaskan di atas itulah, penulis kemudian tertarik untuk mengangkat judul **“Strategi Komunikasi Dakwah Sakdiyah Ma’ruf Melalui *Stand Up Comedy*”**.

---

<sup>6</sup> Ditya Widya Putri, “*Sakdiyah Ma'ruf: Melempar Komedi di Derasnya Arus Konservatisme*”, (<https://tirto.id/sakdiyah-maruf-melempar-komedi-di-derasnya-arus-konservatisme-dcNs>), diakses pada tanggal 10 Januari 2020, pukul 12.55).

## B. Rumusan masalah

Dari paparan yang telah disampaikan diatas maka dapat ditarik sebuah kesimpulan tentang rumusan masalah dalam penelitian ini antara lain:

1. Bagaimana materi dakwah *stand up comedy* Sakdiyah Ma'ruf?
2. Bagaimana strategi komunikasi dakwah *stand up comedy* Sakdiyah Ma'ruf?

## C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yakni:

1. Mengetahui bagaimana materi dakwah *stand up comedy* Sakdiyah Ma'ruf?
2. Mengetahui bagaimana strategi komunikasi dakwah *stand up comedy*

Sakdiyah Ma'ruf?

## D. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini diharapkan dapat diperoleh sebuah manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif di bidang komunikasi terutama dalam hal penyiaran Islam mengenai strategi komunikasi dakwah, berbagai tahapan dalam strategi dakwah serta fungsi dari strategi komunikasi dakwah melalui *stand up comedy*.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa menambah pengetahuan bagi penulis khususnya, serta masyarakat luas pada umumnya. Selain itu diharapkan juga dapat menambah referensi di IAIN Pekalongan tentang Ilmu dakwah, terutama dalam pembahasan mengenai strategi komunikasi dakwah.

## E. Tinjauan Pustaka

### 1. Analisis Teori

#### a. Pengertian Strategi Komunikasi

Menurut Effendi komunikasi diartikan sebagai sebuah proses penyampaian pesan yang dilakukan oleh seseorang kepada orang lain baik secara lisan (langsung) ataupun tidak langsung (melalui media) dengan maksud untuk memberitahu, mengubah sikap, pendapat, atau perilaku. Sedangkan menurut Laswell sendiri, komunikasi adalah gambaran tentang siapa yang menyampaikan, apa yang dikatakan, media apa yang digunakan serta kepada siapa pesan itu disampaikan dan apa efek yang ditimbulkan. Sementara itu Miller berpendapat, komunikasi akan terjadi disaat pesan disampaikan oleh satu sumber kepada penerima secara sadar untuk mempengaruhi perilaku mereka.<sup>7</sup>

Sedangkan strategi dalam komunikasi adalah cara mengatur pelaksanaan operasi komunikasi agar berhasil. Strategi komunikasi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai tujuan.<sup>8</sup> Namun dalam mencapai tujuan tersebut strategi tidak hanya berfungsi sebagai jalan yang hanya memberikan arah saja, akan tetapi strategi juga mampu memberikan petunjuk tentang taktik pengoperasionalannya.

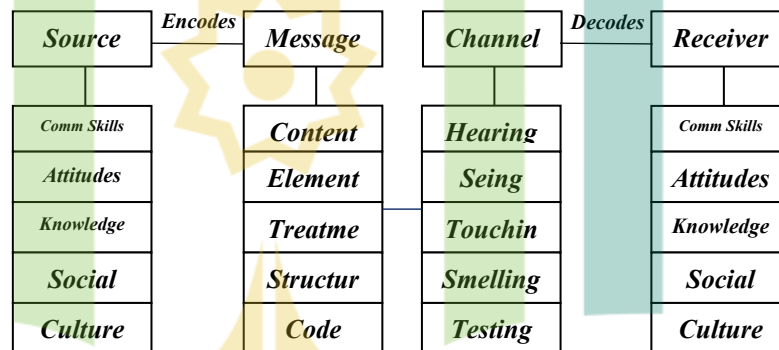
---

<sup>7</sup> Henson dan Erwiantono dan Hairunnisa, "Strategi penggunaan media sosial facebook oleh komunitas save the mahakam dolphin untuk membangun kesadaran masyarakat dalam pelestarian pesut mahakam", *eJournal Ilmu Komunikasi*, Volume 6, Nomor 3, 2018: 663-673, hlm. 665.

<sup>8</sup> Yusuf Zainal Abidin, *Manajemen Komunikasi (Filosofi, Konsep, dan Aplikasi)*, (Bandung: Pustaka Setia 2015), hlm.155

## b. Teori Strategi Komunikasi

Teori yang digunakan untuk mendukung penelitian ini adalah model komunikasi K.Berlo atau dikenal dengan SMCR. Dalam teori ini terdapat empat komponen atau elemen utama yang mendukung proses terjadinya komunikasi, antara lain; *sender/source*, *message*, *channel* dan *receiver*, yang masing-masing elemennya dipengaruhi oleh beberapa faktor.<sup>9</sup> Faktor-faktor tersebut antara lain kemampuan berkomunikasi, perilaku, pesan adalah perluasan berdasarkan elemen, struktur, isi, pemeliharaan dan kode dengan saluran berupa panca indera manusia. Dibawah ini merupakan gambar teori model komunikasi SMCR:



Gambar 1.1 Model Teori S-M-C-R

Selain itu, digunakan juga teori manajemen strategis yang dikemukakan oleh Fred R. David. Menurut Fred R. David dalam sebuah proses strategi terdiri dari tiga tahapan yaitu, tahap perencanaan, tahap implementasi, dan tahap evaluasi strategi.<sup>10</sup> Pertama, perumusan strategi

<sup>9</sup> Muhammad Denni Saputra, "Strategi komunikasi pemasaran dalam memasarkan produk cemilan khas Samarinda di UKM (Usaha Kecil Menengah) Center Samarinda", *eJournal Ilmu Komunikasi*, Volume 2, Nomor 1, 2014: 1-16, hlm. 5.

<sup>10</sup> Tiara Rahmadaniar, "Strategi Dakwah Akun Youtube MuslimahDailycom dalam Mensosialisasikan Jilbab", *Skripsi*, (Jakarta: Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah, 2018). hlm. 20.

yang mencakup berbagai hal mulai dari mengembangkan visi dan misi, mengidentifikasi peluang dan ancaman, sadar akan kelemahan dan kelebihan yang dimiliki, menentukan tujuan jangka panjang, mencari strategi alternatif dan pemilihan strategi tertentu guna mencapai tujuan yang diinginkan. Kedua, penerapan strategi merupakan tahap pengimplementasian dari strategi yang telah dirumuskan sebelumnya. Penerapan strategi sering juga disebut sebagai “tahap aksi” dimana dalam penerapannya dibutuhkan kedisiplinan, komitmen, bahkan pengorbanan. Ketiga, penilaian strategi yaitu berbagai tahapan yang sudah dilakukan lantas dievaluasi, karena apa yang berhasil saat ini belum tentu akan berhasil juga untuk kedepannya.

## 2. Penelitian yang Relevan

Agar nantinya tidak terdapat kekeliruan dan terjadi kesamaan dalam segi fokus, objek dan hasil penelitian, maka berikut ini penulis sajikan beberapa penelitian milik peneliti lain yang serupa dan akan kami jadikan sebagai bahan rujukan:

**Pertama**, penelitian berjudul “Teknik Dakwah *Stand Up Comedy* (Kajian *Stand Up Comedy* Sakdiyah Ma’ruf *The Bravest Coward*)” oleh Ishfi Raudlatun Nashihah mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya tahun 2019.<sup>11</sup> Penelitian Ishfi menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data berupa dokumentasi, metode bahan

---

<sup>11</sup> Ishfi Raudlatun Nashihah, “Teknik Dakwah *Stand up comedy* (Kajian *Stand up comedy* Sakdiyah Ma’ruf *The Bravest Coward*)”, (Surabaya: Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Ampel Surabaya: Skripsi, 2019).



visual dan studi pustaka. Sedangkan tujuan penelitiannya adalah untuk mengetahui teknik dakwah dalam *stand up comedy the Bravest Coward* Sakdiyah Ma'ruf. Adapun hasil penelitiannya yaitu Sakdiyah Ma'ruf menjadikan *stand up comedy* sebagai salah satu alternatif untuk berdakwah, dengan menyampaikan masalah berupa konservatisme, diskriminasi maupun ekstrimisme Agama atau teroris. Relevansi dengan penelitian penulis ialah sama-sama mengkaji tentang *stand up comedy* Sakdiyah Ma'ruf. Sedangkan perbedaan penelitian Ishfi dengan yang akan penulis kaji terletak pada strategi komunikasi dakwah yang digunakan oleh Sakdiyah Ma'ruf.

**Kedua**, penelitian berjudul “Dakwah melalui *Stand Up Comedy* (Studi di Komunitas *Stand Up Comedy* Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten)”, oleh Juanda mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten tahun 2018.<sup>12</sup> Penelitian Juanda menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan metode deskriptif kualitatif. Dalam pengumpulan data peneliti menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan tujuan penelitiannya adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan pesan serta efek dakwah yang digunakan dalam *stand up comedy* Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Adapun hasil penelitiannya yaitu bahwa *stand up comedy* dapat dijadikan sebagai media dalam penyampaian pesan dakwah oleh komunitas *stand up comedy*. Efek dari dakwah lebih ke kognitif,

---

<sup>12</sup> Juanda, “Dakwah Melalui *Stand Up Comedy* (Studi Di Komunitas *Stand Up Comedy* Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten)”, *Skripsi*, (Banten: Universitas Islam Negeri (UIN) Sultan Maulana Hasanuddin Banten, 2018).

sedangkan efek afektif dan efek behavioral tidak signifikan sehingga lebih kepada pengetahuan dan motivasi saja, tidak sampai merubah perilakunya. Relevansi dengan penelitian penulis ialah sama-sama mengkaji tentang dakwah melalui *stand up comedy*. Sedangkan letak perbedaan dengan skripsi Juanda yaitu dari segi fokus penelitian berupa pesan dan efek dakwah melalui *stand up comedy*, Adapun yang akan penulis kaji terletak pada strategi dakwah yang digunakan melalui *stand up comedy*.

**Ketiga**, penelitian berjudul “*Stand Up Comedy* Indonesia sebagai Media Kritik Sosial (Analisis Wacana *Stand Up Comedy* Indonesia Season 4 di Kompas TV)”, oleh Syamsul Alam mahasiswa UIN Alauddin Makassar tahun 2016.<sup>13</sup> Penelitian Syamsul menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan keilmuan komunikasi, sedangkan metode pengumpulan data menggunakan dokumentasi dan studi pustaka. Tujuan dari penelitiannya adalah untuk memperoleh gambaran mengenai isi materi, tema kritik sosial serta pewacanaan isu-isu kritik sosial dalam program *stand up comedy* Indonesia season 4 di Kompas TV. Adapun hasil penelitiannya yaitu isi materi program acara *stand up comedy* Indonesia season 4 dalam 4 episode, elemen topik struktur makro memuat unsur edukasi dan mengandung unsur informasi. Sedangkan tema kritik sosial yang muncul dari 4 episode yaitu berkaitan dengan pemerintah. Adapun pewacanaan kritik sosial, *stand up comedy* bukan hanya tampil di depan penonton, tetapi bagaimana dia

---

<sup>13</sup> Syamsul Alam, “*Stand up comedy* Indonesia Sebagai Media Kritik Sosial (Analisis Wacana *Stand up comedy* Indonesia Season 4 di Kompas TV)”, *Skripsi*, (Makasar: Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar, 2016).

mewacanakan materinya sehingga apa yang diucapkan dimengerti oleh penonton. Relevansi dengan penelitian penulis ialah mengkaji tentang *stand up comedy*, namun memiliki perbedaan dari segi fokus penelitian. Penelitian Syamsul lebih berfokus pada kritik sosial yang dilakukan melalui *stand up comedy*, sedangkan yang penulis teliti adalah lebih kepada strategi dakwah yang dilakukan melalui *stand up comedy*.

**Keempat**, penelitian berjudul “Humor dalam Wacana *Stand Up Comedy* Indonesia *Season 4* Di Kompas Tv”, oleh Emy Rizka Fadilah mahasiswi Universitas Negeri Semarang tahun 2015.<sup>14</sup> Penelitian Emy menggunakan pendekatan teoretis deskriptif kualitatif dan metodologis. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode simak dengan teknik dasar sadap dan teknik lanjutan catat. sedangkan tujuan penelitiannya adalah mengetahui teknik penciptaan serta fungsi humor dalam wacana humor *stand up comedy Indonesia Season 4*. Adapun hasil penelitiannya yaitu isi materi program acara *Stand up comedy* Indonesia season 4 dalam 4 episode, memuat unsur edukasi dan mengandung unsur informasi sehingga layak tayang. Sedangkan apabila dilihat dari segi etika berkomunikasi dalam Islam, maka program acara *stand up* bisa diterima khalayak. Selain itu terkait tema yang diwacanakan berupa kritik sosial yang berkaitan dengan pemerintah tidak hanya disampaikan ataupun ditampilkan di depan penonton saja, akan tetapi juga bagaimana agar wacana materi yang disampaikan atau diucapkan dapat dimengerti oleh penonton *stand up comedy*. Relevansi

---

<sup>14</sup> Emy Rizka Fadilah m, “Humor Dalam Wacana *Stand Up Comedy* Indonesia *Season 4* Di Kompas Tv”, *Skripsi*, (Semarang: Universitas Negeri Semarang, 2015).

dengan penelitian penulis ialah menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif dengan objeknya berupa *stand up comedy*, namun memiliki perbedaan dari segi fokus penelitian, dimana penelitian Syamsul lebih berfokus pada kritik sosial yang dilakukan melalui *stand up comedy*, sedangkan yang penulis teliti adalah lebih kepada strategi dakwah yang dilakukan melalui *stand up comedy*.

**Kelima**, penelitian yang berjudul “Pengaruh *Sense Of Humor* terhadap Komunikasi Interpersonal pada Anggota Komunitas *Stand Up Comedy* Indonesia Regional Makassar”, oleh Nurul Fajriani Mahasisiwi Universitas Negeri Makassar tahun 2016.<sup>15</sup> Penelitian Nurul menggunakan jenis penelitian kuantitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan datanya menggunakan skala *sense of humor* dan skala komunikasi interpersonal. Sedangkan tujuan penelitiannya adalah untuk mengetahui pengaruh *sense of humor* terhadap komunikasi interpersonal pada komunitas *stand up comedy* Indonesia regional Makassar. Adapun hasil penelitiannya yaitu *sense of humor* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kemampuan komunikasi interpersonal pada anggota komunitas *stand up comedy* Indonesia regional Makassar. Relevansi dengan penelitian penulis ialah objek penelitiannya berupa *stand up comedy*, sedangkan perbedaan dengan yang akan penulis teliti terletak pada pengaruh *Sense Of Humor* Terhadap Komunikasi Interpersonal, adapun yang peneliti dikaji lebih kepada strategi dakwah yang

---

<sup>15</sup> Nurul Fajriani, “Pengaruh *Sense Of Humor* Terhadap Komunikasi Interpersonal Pada Anggota Komunitas *Stand Up Comedy* Indonesia Regional Makassar”, (Makassar: Universitas Negeri Makassar: Skripsi, 2016).

dilakukan melalui *stand up comedy*.

Dari kelima kajian penelitian diatas, membuktikan bahwa penelitian yang penulis teliti sekarang ini memang memiliki kemiripan dengan penelitian-penelitian sebelumnya. Persamaannya berupa kajian tentang *stand up comedy* dan dakwah, dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Akan tetapi disini jelas yang menjadi perbedaannya adalah bahwa yang peneliti kaji lebih difokuskan kepada strategi komunikasi dakwah. Sehingga hal ini menunjukkan bahwa penelitian yang peneliti kaji saat ini adalah benar-benar murni dan belum di kaji sebelumnya.

## **F. Metode penelitian**

### **1. Jenis dan Pendekatan**

#### **a. Jenis Penelitian**

Penelitian yang dilakukan menggunakan jenis penelitian pustaka, dengan metode berupa kualitatif deskriptif yang mana nantinya penelitian ini akan menghasilkan data-data deskriptif yang diperoleh dari berbagai fakta yang ada dan kemudian menjadikannya sebagai sumber instrument dalam penelitian ini.<sup>16</sup>

#### **b. Pendekatan**

Sedangkan untuk mempermudah peneliti agar memperoleh data yang akurat, maka kemudian dalam penelitian ini digunakan pendekatan berupa analisis isi (*Content Analysis*). Analisa isi digunakan karena dianggap sebagai teknik analisis data yang sering digunakan. Atherton dan

---

<sup>16</sup> Lexy J Moeloeng, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Rosdakarya, 2005), hlm. 4.

Klemmack mendefinisikan analisis isi (*Content Analysis*) sebagai studi tentang arti komunikasi verbal, bahkan yang dipelajari dapat berupa bahan yang diucapkan atau bahan tertulis.<sup>17</sup>

## 2. Sumber Data

Pada penelitian ini terdapat dua jenis sumber data, yakni data primer dan sekunder;

### a. Data primer (*Primary Data*)

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber tertentu mengenai suatu data dari seseorang, tentang masalah yang sedang maupun akan diteliti (sumber *informan*). Data primer ini memiliki ragam kasus baik berupa orang, barang, binatang, atau lainnya yang menjadi subjek penelitian (sumber informasi pertama, *first hand* dalam mengumpulkan data penelitian).<sup>18</sup> Sumber data primer dalam penelitian ini ialah hasil wawancara kepada Sakdiyah Ma'ruf dan beberapa file video *stand up comedy* Sakdiyah Ma'ruf yang diunduh dari *youtube*.

### b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang tidak secara langsung memberikan data kepada peneliti atau berupa informasi penunjang (*second hand*) dengan ragam kasus yang berkaitan dengan masalah penelitian baik berupa orang, barang, binatang atau lainnya. Data sekunder ini nantinya

---

<sup>17</sup> Rawan Sohartono, *Metode Penelitian Sosial* (Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 2008), hlm. 7.

<sup>18</sup> Dewi Sadiyah, *Metode Penelitian Dakwah; Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*, Cet. Ke-1 (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015), hlm. 87.

dapat melengkapi pemahaman peneliti dalam menganalisis data yang dijelaskan secara rinci sesuai dengan lingkup masalah yang ditelitinya. Sumber data sekunder pada penelitian ini didapat dari berbagai pemberitaan, buku, maupun penelitian yang sudah ada, serta dokumentasi dari berbagai media terkait *Stand up comedy* Sakdiyah Ma'ruf.

### 3. Teknik Pengumpulan Data

Dalam sebuah penelitian teknik pengumpulan data menjadi langkah yang penting dan strategis, hal ini karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tidak diketahuinya teknik pengumpulan data, akan membuat peneliti tidak bisa mendapatkan data yang sesuai dengan standar data yang sudah ditetapkan. Berbagai cara, *setting* dan sumber dalam pengumpulan data dapat dilakukan. Jika dilihat dari sumber data yang akan diteliti maka sumber data yang diperoleh berasal dari sumber primer, dan sumber sekunder. Sumber primer adalah data yang dapat langsung diperoleh oleh pengumpul data, sedangkan sumber sekunder sendiri merupakan data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, seperti misalnya melalui orang lain maupun melalui berbagai dokumen.

Selanjutnya dalam melakukan sebuah penelitian dibutuhkan cara atau teknik untuk mengumpulkan data. Dimana dalam penelitian komunikasi kualitatif dapat dikelompokkan menjadi beberapa jenis, antara lain melalui wawancara, observasi (pengamatan), dan dokumentasi sebagai berikut:

#### a. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti

untuk mendapatkan keterangan-keterangan lisan melalui bercakap-cakap dan berhadapan muka dengan orang yang dapat memberikan keterangan pada peneliti.<sup>19</sup> Penulis melakukan wawancara terhadap Sakdiyah Ma'ruf untuk melengkapi data yang diperoleh melalui observasi.

b. Observasi

Proses pengumpulan data penelitian kualitatif, observasi digunakan sebagai alat untuk meneliti. Karena peneliti dapat melihat, mendengar, atau merasakan informasi yang ada secara langsung. Peneliti akan mengamati terhadap bahan visual yakni berupa video-video aksi *stand up* yang dilakukan oleh Sakdiyah Ma'ruf sehingga nantinya dapat diperoleh sebuah informasi atau petunjuk dalam penelitian ini.

c. Dokumentasi

Teknik dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data dari sumber non insani yang terdiri dari dokumen dan rekaman. Lincoln dan Guba mengartikan bahwa setiap tulisan atau pernyataan yang dibuat oleh dan untuk individu atau organisasi dengan tujuan membuktikan adanya suatu peristiwa atau memenuhi perhitungan (*accounting*) disebut sebagai sebuah "rekaman". Sedangkan "dokumen" adalah setiap tulisan yang bukan rekaman dan tidak dipersiapkan secara khusus untuk tujuan tertentu seperti: surat-surat, buku harian, catatan khusus, dan foto-foto.<sup>20</sup> Tidak hanya melakukan pemaknaan terhadap penuturan Sakdiyah Ma'ruf dalam

---

<sup>19</sup> Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal* (Jakarta: PT. Bumi Askara, 2010), hlm. 64.

<sup>20</sup> I Wayan Suwendra, *Metodologi Penelitian Dakwah* (Bandung: Nilacakra, 2018), hlm. 65.



*stand up comedy*, peneliti juga menggunakan metode dokumentasi melalui tayangan *Stand up comedy* Sakdiyah Ma'ruf dari internet untuk mengumpulkan data yang berhubungan dengan penelitian.

#### 4. Teknik Analisis Data

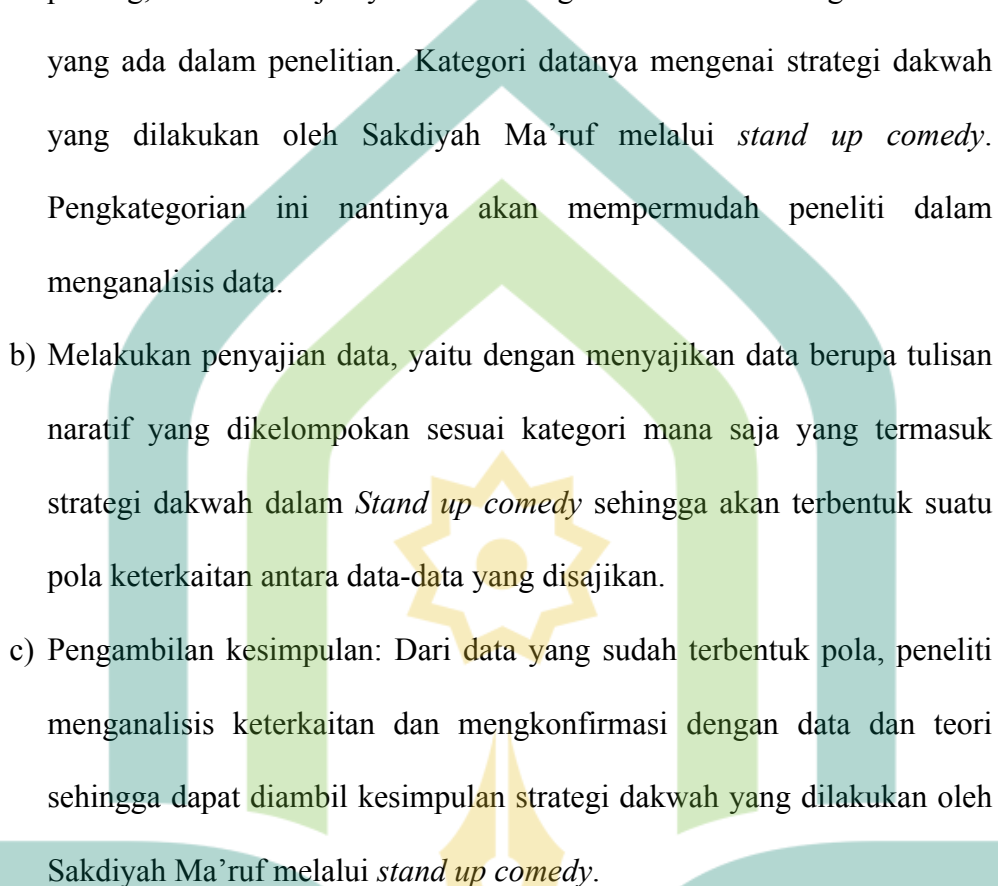
Analisis data merupakan suatu proses mencari dan menyusun data secara sistematis yang didapatkan dari wawancara, catatan lapangan, maupun dokumentasi yang nantinya akan disimpulkan sehingga dapat mempermudah diri sendiri maupun orang lain.<sup>21</sup> Penggunaan analisis data dilakukan untuk menghimpun berbagai data yang bersifat penelitian kualitatif yang nantinya dapat ditemukan apa yang diinginkan peneliti. Selanjutnya data kemudian diolah dan diinterpretasikan dalam bentuk konsep guna mendukung objek bahasan penelitian.

Maka dari itu kemudian, peneliti menggunakan teknik analisis isi (*Content Analysis*). Analisis isi merupakan sebuah teknik penelitian yang khusus digunakan untuk melaksanakan analisis tekstual dengan mereduksi teks menjadi unit-unit baik berupa kalimat, ide, gambar, bab, halaman depan majalah, dan sebagainya. Setelah itu dilakukan penerapan skema pengkodean pada unit-unit tersebut dan selanjutnya akan dihasilkan sebuah kesimpulan mengenai komunikasi dalam teks.<sup>22</sup> Selanjutnya langkah-langkah analisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

---

<sup>21</sup> Albi Anggito dan Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Sukabumi: CV Jejak, 2018), hlm. 236.

<sup>22</sup> Richard West dan Lynn H. Turner, *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*, Edisi 3, Terj. Maria Natalia Damayanti Maer (Jakarta: Penerbit Salemba Humanika, 2008), hlm. 86.

- 
- a) Melakukan reduksi data, yaitu dengan merangkum dan memilih data-data yang pokok dari data yang tadinya berjumlah banyak. Data yang tidak diperlukan kemudian dibuang, sehingga kemudian diperoleh data yang penting, untuk selanjutnya dibuat kategori data sesuai dengan masalah yang ada dalam penelitian. Kategori datanya mengenai strategi dakwah yang dilakukan oleh Sakdiyah Ma'ruf melalui *stand up comedy*. Pengkategorian ini nantinya akan mempermudah peneliti dalam menganalisis data.
- b) Melakukan penyajian data, yaitu dengan menyajikan data berupa tulisan naratif yang dikelompokkan sesuai kategori mana saja yang termasuk strategi dakwah dalam *Stand up comedy* sehingga akan terbentuk suatu pola keterkaitan antara data-data yang disajikan.
- c) Pengambilan kesimpulan: Dari data yang sudah terbentuk pola, peneliti menganalisis keterkaitan dan mengkonfirmasi dengan data dan teori sehingga dapat diambil kesimpulan strategi dakwah yang dilakukan oleh Sakdiyah Ma'ruf melalui *stand up comedy*.

## **G. Sistematika Penulisan**

Untuk mempermudah dalam memahami materi skripsi ini, kemudian akan diuraikan isi dari pembahasan, diantaranya sistematika penulisan skripsi ini terdiri dari lima bab yang masing-masing tersusun atas sub bab sebagai berikut:

**BAB I** adalah pendahuluan, yang terdiri dari beberapa sub bab. Pertama adalah latar belakang yang berisi tentang penjelasan mengapa penelitian ini menarik untuk dikaji dan perlu dilakukan. Selanjutnya adalah rumusan masalah, dimana pada sub bab ini ada pertanyaan yang nantinya akan dicarikan jawabannya. Selanjutnya yaitu sub bab ketiga yang berisi tentang tujuan penelitian. Keempat, manfaat penelitian. Kelima, tinjauan Pustaka. Keenam, adalah metode penelitian yang dipakai. Terakhir adalah sistematika penulisan.

**BAB II** akan dikemukakan teori-teori yang berkaitan dengan strategi, komunikasi, dakwah dan juga *stand up comedy* berdasarkan penelusuran peneliti terhadap referensi atau buku terkait.

**BAB III** adalah hasil penelitian tentang materi dakwah dan strategi komunikasi dakwah Sakdiyah Ma'ruf. Pada bab ini, penulis akan menyertakan transkrip materi atau narasi video dakwah dan hasil wawancara yang kemudian dijadikan sebagai data. Selain itu pada bab ini juga berisi tentang profil dan biografi Sakdiyah Ma'ruf, mulai dari riwayat hidup, pendidikan, karir, hingga penghargaan yang diperoleh.

**BAB IV** adalah penyajian dan analisis tentang strategi komunikasi dakwah Sakdiyah Ma'ruf melalui *stand up comedy*. Bab ini berisi tentang hasil temuan penelitian dan pembahasan analisis dari penjabaran mengenai materi dakwah dan strategi komunikasi dakwah Sakdiyah Ma'ruf, yang kemudian akan diperoleh hasil analisis yang telah dilakukan.

**BAB V** adalah penutup, yang berisi dua sub bab yaitu kesimpulan dan saran. Pada sub bab kesimpulan berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian

yang telah dilakukan. Sedangkan pada sub bab saran berisi tentang anjuran kepada peneliti selanjutnya.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. KESIMPULAN

Setelah meneliti mengenai strategi komunikasi dakwah Sakdiyah Ma'ruf melalui *stand up comedy*, maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. *Stand up comedy* Sakdiyah Ma'ruf, termasuk dalam kategori *observational comedia*, hal ini dapat dilihat dari materi-materi dakwah yang diangkat oleh Sakdiyah Ma'ruf yang banyak memasukkan unsur kehidupan pribadinya sebagai perempuan keturunan Arab konservatif. Selain itu kritik sosial banyak dinarasikan oleh Diyah terkait bagaimana kehidupannya sejak kecil hingga ia tumbuh dewasa di lingkungan yang begitu ketat. Dari konservatisme itulah kemudian materi-materi Sakdiyah Ma'ruf meluas dengan mengangkat tentang kesetaraan gender ataupun isu-isu tentang perempuan muslim. Selain dua materi tersebut, materi lain yang coba diangkat Sakdiyah adalah terkait dengan isu-isu sensitif seperti radikalisme maupun ekstrimisme Islam, dan juga perintah maupun larangan dalam Agama yang dibawakan secara ringan dan santai dibalut dengan komedi.
2. Strategi komunikasi dakwah Sakdiyah Maruf melalui *stand up comedy*, dilakukan dengan pola komunikasi persuasif dengan teknik berupa penyampaian bit *rule of three* dan terbagi menjadi tiga tahapan strategi komunikasi dakwah, yaitu;

a. Perumusan strategi komunikasi dakwah,

Pada tahap awal merumuskan strategi, Sakdiyah Ma'ruf terlebih dahulu mempersiapkan materi atau menentukan topik. Materi-materi yang ditampilkan dalam aksinya diperoleh dari catatan pengalaman, riset dan juga penulisan kreatif. Keresahan ini kemudian ditampilkan dalam beberapa aksi sakdiyah sesuai dengan konteks acaranya. Secara keseluruhan pada tahap perumusan strategi komunikasi, Sakdiyah Ma'ruf menentukan topik atau premis terlebih dahulu dengan berdasarkan riset, pengalaman maupun observasi untuk kemudian dapat dijadikan sebagai rumusan masalah yang nantinya dapat mewakili keresahan dirinya secara khusus maupun masyarakat luas atau pada umumnya.

b. Implementasi strategi komunikasi dakwah

Setelah merumuskan masalah dengan menentukan premis atau topik, maka selanjutnya dilakukan penulisan kreatif atau merumuskan isi dari rumusan yang sudah dibuat sebelum nantinya ditampilkan di hadapan *audience*. Penulisan kreatif atau perumusan isi dakwah dilakukan untuk mempermudah menentukan diksi yang tepat dengan strategi penulisan *juxtaposition* atau asosiasi. Dengan strategi asosiasi ini maka materi yang ditampilkan kepada *audience* akan dapat dengan mudah dipahami oleh *audience* karena berdasarkan kacamata keseharian Sakdiyah sendiri maupun orang lain. Seperti yang pernah dibahas pada bab dua bahwa dalam Islam sendiri, sejatinya humor bukanlah sesuatu yang baru dan

bukan sesuatu yang ditolak dalam Islam, sepanjang tetap memahami batasan maupun syarat agar tidak terlalu berlebihan.

c. Penilaian strategi komunikasi dakwah sakdiyah ma'ruf

Penilaian strategi atau evaluasi menjadi tahapan akhir dalam strategi, dimana berbagai tahapan yang sudah dilakukan lantas dievaluasi, karena apa yang berhasil saat ini belum tentu akan berhasil juga untuk kedepannya. Dalam tahapan terakhir yang tak kalah penting ini dilakukan untuk mengevaluasi, sudah sejauh mana hasil dakwah yang telah dicapai termasuk dalam hal *stand up comedy*. Materi yang telah dicobakan oleh Sakdiyah Ma'ruf di hadapan penonton kemudian akan terus dikembangkan lagi agar menemukan bit yang solid serta mengetahui apa yang kiranya kurang atau perlu diperbaiki sehingga disinilah letak dari evaluasinya.

## B. SARAN

Bagaimanapun hasil dari strategi komunikasi dakwah yang telah dirumuskan dalam penelitian kali ini, tentunya masih memiliki banyak kekurangan, jadi wajar jika penulis memberikan sumbangsih atau sedikit saran kepada Sakdiyah Ma'ruf dalam menjalankan strategi komunikasi dakwah melalui *stand up comedy*. Selain itu, penulis juga memberikan saran bagi penelitian berikutnya terutama bagi mahasiswa/i jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam. Saran-saran tersebut telah diuraikan sebagai berikut :

1. Adanya keberagaman diksi dalam setiap isi materi yang disampaikan, sehingga tidak hanya berkuat pada sub pembahasan yang dalam setiap aksi karena ditakutkan dapat menimbulkan kebosanan.
2. Saran untuk pembaca khususnya mahasiswa/i jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, dapat mengkaji lebih dalam lagi terkait aspek-aspek lain yang dapat diteliti. Karena peneliti hanya berfokus pada materi dan strategi komunikasi dakwah Sakdiyah Ma'ruf. Selain itu hendaknya karya tulis ini tidak menjadi satu-satunya acuan, tetapi bisa dilengkapi dan bahkan dibandingkan dengan karya lainnya





## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Muhammad Qadaruddin. 2019. *Pengantar Ilmu dakwah*, Cet. Ke-1. CV Penerbit Qiara Media.
- Abidin, Yusuf Zainal. 2015. *Manajemen Komunikasi (Filosofi, Konsep, dan Aplikasi)*. Bandung: Pustaka Setia.
- Alam, Syamsul. 2016. “*Stand Up Comedy Indonesia Sebagai Media Kritik Sosial (Analisis Wacana Stand Up Comedy Indonesia Season 4 di Kompas TV)*”. Skripsi. Makasar: Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin.
- Amin, Samsul Munir. 2013. *Ilmu dakwah*. Jakarta: Amzah.
- Anggito, Albi dan Johan Setiawan. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak.
- Ardial. 2018. *Komunikasi Organisasi*, Cet. Ke-1. Medan: Lembaga Penelitian dan Penulisan ilmiah Aqli.
- Ariefana, Pebriansyah. “*Sakdiyah Ma'ruf: Berkomedi Tentang Kehidupan Muslim yang Intoleran*”. (www.suara.com, diakses pada 7 Desember 2020).
- Arifin, Bustanol. 2018. “Strategi Komunikasi dakwah Da’i Hidayatullah dalam Membina Masyarakat Pedesaan”. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi* 2(2)159-178, 41–49.
- Aripudin, Acep. 2011. *Pengembangan Metode dakwah*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.

Ariyanto, Budi dkk. 2019. "Pembinaan Mental Di Lembaga Pemasarakatan: Tinjauan Strategi Komunikasi dakwah". *SAHAFA Journal of islamic Communication* Vol.1, No.2 Januari.

Aziz, H.M. Amin. 1994. *Memahami dan Mendalami Al-Qur'an*. Jakarta: Bangkit.

Beneto, Rio. 2014. "Stand Up Comedy Indonesia Terbaik 2014 Sakdiyah Idul Adha and Kurban Comic Action KompasTV Terbaru". ([https://www.youtube.com/watch?v=gM\\_WEr-wki4](https://www.youtube.com/watch?v=gM_WEr-wki4). Diakses pada tanggal 28 November 2020).

Bukalapak. 2019. "Sakdiyah Ma'ruf Buka Tawa". ([https://www.youtube.com/watch?v=IWRXL0\\_5QJUYBAHKjhv0wU](https://www.youtube.com/watch?v=IWRXL0_5QJUYBAHKjhv0wU). Diakses pada tanggal 28 November 2020).

Caropeboka, Ratu Mutialela. 2017. *Konsep dan Aplikasi Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Dika, Raditya. "Theory of Comedy". Chanel Youtube BukaTalks, (<https://www.youtube.com/watch?v=aHn1HJ4SDPQ&t=7s>) diakses pada 11 Juli 2019, Pukul 19.05 WIB

Fadilah m, Emy Rizka. 2015. "Humor Dalam Wacana *Stand Up Comedy* Indonesia Season 4 Di Kompas Tv". Skripsi. Semarang: Universitas Negeri Semarang.

Fajriani, Nurul. 2016. "Pengaruh *Sense Of Humor* Terhadap Komunikasi Interpersonal Pada Anggota Komunitas *Stand Up Comedy* Indonesia Regional Makassar". Skripsi. Makasar: Universitas Negeri Makassar.

Fatoni, Ahmad. 2019. *Juru dakwah yang Cerdas dan Mencerdaskan*, Cet. Ke-1 Jakarta: Siraja.

Firmansyah, M. Bayu. 2017. "Representasi bahasa humor dalam acara *Stand Up Comedy* di Metro TV", *Kembara: Jurnal Keilmuan Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya* 2.2.

Gejir, I Nyoman dkk. 2017. *Media Komunikasi dalam Penyuluhan Kesehatan*, Yogyakarta: Penerbit Andi.

Hanina, Tyas. "*Fakta Tentang Sakdiyah Ma'ruf: Menginspirasi Lewat Komedi*". (www.popbela.com, diakses pada 28 November 2020)

Hariko, Rezki. 2017. "Landasan Filosofis Keterampilan Komunikasi Konseling". *Jurnal Kajian Bimbingan dan Konseling*, 2(2).

Haryanto, Alexander. "Sakdiyah Ma'ruf, Komedian Asal Indonesia yang Masuk 100 BBC Women". (<https://tirto.id/sakdiyah-maruf-komedian-asal-indonesia-yang-masuk-100-bbc-women-daiG>, diakses pada 30 November 2020)

Henson dan Erwiantono dan Hairunnisa, 2018. "Strategi penggunaan media sosial facebook oleh komunitas save the mahakam dolphin untuk membangun kesadaran masyarakat dalam pelestarian pesut mahakam". *eJournal Ilmu Komunikasi*, Volume 6, Nomor 3: 663-673.

Id, Opini. 2019. "Sakdiyah Curhat Jadi Perempuan Arab | RUANG KOLABORAKSI". (<https://www.youtube.com/watch?v=lb24qNA9qXk>, diakses pada tanggal 28 November 2020).

Id, VLIX. 2020. "Komika Sakdiah Ma'ruf: Poster Caleg Pasang Orang Tua dan Terpilih | E-Talkshow tvOne".

(<https://www.youtube.com/watch?v=K7lhQ0HCeKA>. Diakses pada tanggal 28 November 2020).

Ilahi, Wahyu. 2013. *Komunikasi dakwah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Indonesia, BBC. 2018. "Komedian Indonesia masuk daftar 'perempuan inspiratif dan berpengaruh". (<https://www.bbc.com/indonesia/majalah-46257719>, diakses pada tanggal 5 Desember 2020).

Istiningtyas, Listya. 2014. "Humor Dalam Kajian Psikologi Islam". *Jurnal Ilmu Agama: Mengkaji Doktrin, Pemikiran, Dan Fenomena Agama*, 15.1: 37-59.

Jeda Nulis Youtube Channel oleh Husein Ja'far Al Hadar. "Ngobrol Bervaedah Tapi Lucu Bareng Sakdiyah Ma'ruf". (<https://www.youtube.com/watch?v=sCGQtSaZG90&t=832s>, diakses pada 05 Agustus 2019).

Juanda. 2018. "Dakwah Melalui *Stand Up Comedy* (Studi Di Komunitas *Stand Up Comedy* Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten)". Skripsi. Banten: Universitas Islam Negeri (UIN) Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

Lestari, Titi Puji dan Bambang Indiatmoko. 2016. "Pelanggaran Prinsip Percakapan dan Parameter Pragmatik dalam Wacana *Stand Up Comedy* Dodit Mulyanto", *Seloka: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia* 5.2.

M. Sinabang Roganda Sahala & Rosmaini. "Analisis Gaya Bahasa komika Dalam Komunitas Stand Up Indo Medan." *Jurnal Sasindo (Program Studi Sastra Indonesia Fbs Unimed)* 9.2.

Ma'ruf, Sakdiyah. "No Hope, No Nothing: On Becoming a Muslim Comedienne in Indonesia". (www.huffpost.com, diakses pada 25 November 2020)

Mardalis. 2010. *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: PT. Bumi Askara

Marfu'ah, Usfiyatul. 2017. "Strategi Komunikasi Dakwah Berbasis Multikultural", *Islamic Communication Journal* Volume 02, Nomor 02.

Marfu'ah, Usfiyatul. 2017. "Strategi Komunikasi dakwah Berbasis Multikultural". *Islamic Communication Journal* Volume 02, Nomor 02, Juli-Desember.

Marlin, Cindi dkk. 2017. "Fenomena Tayangan *Stand Up Comedy* Di Kompas TV", *e-journal "Acta Diurna"* Volume VI. No. 2.

Melik, Sayuti. 2016. "Efek Tayangan *Stand Up Comedy* Metro Tv Terhadap Prilaku Penonton Usia Muda Di Loa Janan Kutai Kartanegara". *eJournal Imu Komunikasi*, 4 (3).

Moeloeng, Lexy J. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosdakarya.

Muslimin, Khoirul. 2019. *Buku Ajar Komunikasi Politik*, Cet Ke-1. Yogyakarta: Unisnu Press.

Nashihah, Ishfi Raudlatun. 2019. "Teknik Dakwah *Stand Up Comedy* (Kajian *Stand up comedy* Sakdiyah Ma'ruf *The Bravest Coward*)". Skripsi. Surabaya: Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Ampel Surabaya.

Nashihah. "Konsisten Usung Isu Radikalisme dan Perempuan". (<https://www.suaramerdeka.com/index.php/sm cetak/baca/147540/konsisten-usung-isu-radikalisme-dan-perempuan>, diakses pada 30 November 2020).

Nugroho, Panji. 2011. *Potret Stand Up Comedy*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

- Nurhadi, Zikri Fachrul dan Achmad Wildan Kurniawan. 2017. "Kajian Tentang Efektivitas Pesan Dalam Komunikasi", *Jurnal Komunikasi* Volume. 3 No. 1.
- Official, TV9. 2019. "Sakdiyah Ma'ruf Komika Santri", (<https://www.youtube.com/watch?v=zBI6G4YKIwM>. Diakses pada tanggal 28 November 2020).
- Oktarina, Yetty dan Yudi Abdullah. 2012. *Komunikasi dan Perspektif Teori dan Praktik*. Cet Ke-1. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Oktrison. 2019. "Open Mic-Kumpulan Materi Stand Up Comedy". Sukabumi: CV Jejak.
- Papana, Ramon. 2012. *Kiat Tahap Awal Belajar Stand Up Comedy Indonesia Kitab Suci*, Jakarta: Media Kita.
- Pragiwaksono, Pandji. 2012. *Merdeka Dalam Bercanda*. Bentang: Jakarta.
- Prasetya, Agus. "Cara Untuk Membuat Materi *Stand Up Comedy* Keren Pasti Membuat Ngakak Penonton". *Comica*. (<https://coomicka.wordpress.com>) diakses pada 15 September 2020.
- Prasetya, Kiftian Hady. 2018. "Analisis Percakapan Monolog Pada Acara *Stand Up Comedy* Metro Tv", *Jurnal Basataka: Universitas Balikpapan* Vol. 1, No. 1.
- Putri, Ditya Widya. 2019. "Sakdiyah Ma'ruf: Melempar Komedi di Derasnya Arus Konservatisme". (<https://tirto.id/sakdiyah-maruf-melempar-komedi-di-derasnya-arus-konservatisme-dcNs>, diakses pada tanggal 10 Januari 2020, pukul 12.55).
- Rahmadaniar, Tiara. 2018. "Strategi Dakwah Akun Youtube MuslimahDailycom dalam Mensosialisasikan Jilbab". Skripsi. Jakarta: Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah.

Rahmawati, Choirida. 2019. "Humor Sebagai Strategi dakwah (Kajian Terhadap Program 'Ngaji Bareng Kh Duri Azhari' Di Tvri Jawa Tengah)". Skripsi. (Semarang: Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo).

Ridwan, Aang. 2010. "Humor Dalam Aktivitas Tabligh Sisipan yang Sarat Estetika". *Jurnal Ilmu dakwah* Vol. 4 No. 15 Januari-Juni.

Sadiah, Dewi. 2015. *Metode Penelitian dakwah; Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Cet. Ke-1. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Said, Sayuthi Atman & Finsha Adhi Pratama. 2020. "Metode dakwah Pada Komunitas Marjinal". *Jurnal Al-mishbah*, Vol.16 No. 2.

Salam, Abdul dkk. 2020. "Dakwah Melalui Youtube (Analisis Pesan dakwah Ustadz Hanan Attaki)". *Jurnal Washiyah* Volume 1 No 3.

Sapu, Tukang. 2017. "Komika Wanita Raih Penghargaan Havel Prize di Norwegia • Hitam Putih 25 Mei 2017". ([https://www.youtube.com/watch?v=Bntnz\\_00KRI](https://www.youtube.com/watch?v=Bntnz_00KRI). Diakses pada tanggal 28 November 2020).

Saputra, Muhammad Denni. 2014. "Strategi komunikasi pemasaran dalam memasarkan produk cemilan khas Samarinda di UKM (Usaha Kecil Menengah) Center Samarinda", *eJournal Ilmu Komunikasi*, Volume 2, Nomor 1.

Soehartono, Rawan. 2008. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.

Spasi. 2020. “*Stand Up Comedy* Sakdiyah Ma’ruf Perdana di Tahun 2020”, (<https://www.youtube.com/watch?v=qjv6V9yxNpM>. Diakses pada tanggal 28 November 2020).

Sugiantomas, Aan dkk. 2017. "Humor Jui Purwoto, Cak Lontong, Pandji Pragiwaksono, Dan Ernest Prakas Dalam *Stand Up Comedy* (Analisis Makna Kontekstual. Makna Konseptual, Dan Teori Humor Dalam Kalimat Humor)." *Fon: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia* 10.

Sugondo, Adi. 2019. “Sakdiyah Ma’ruf di Komuji Jakarta”, (<https://www.youtube.com/watch?v=YBAHKjhv0wU>. Diakses pada tanggal 28 November 2020).

Suhandang, Kustadi. 2013. *Ilmu dakwah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Suwendra, I Wayan. 2018. *Metodologi Penelitian dakwah*. Bandung: Nilacakra.

Talks, TEDx. 2016. “*The bravest coward* | Sakdiyah Ma'ruf | TEDxUbud, (<https://www.youtube.com/watch?v=QZuUCMLPYWM>. Diakses pada tanggal 28 November 2020).

Tampubolon, Hans David. “*The Angry Hijabi Who Finds Solace In Comedy*”. ([www.thejakartapost.com](http://www.thejakartapost.com), diakses pada 25 November 2020).

Ummatin, Khoiro. 2008. “Globalisasi Komunikasi dan Tuntutan Dakwah Bermedia”. *Jurnal Dakwah* 9.2.

Video, Amazing. 2017. “Mengejutkan. Sakdiyah Ma'ruf bikin penonton kaget. Lucu banget. Komedi kelas satu” (<https://www.youtube.com/watch?v=wRLtAS1pgbc>. Diakses pada tanggal 28 November 2020).



Wandi. 2020. "Penggunaan Humor Dalam dakwah Komunikasi Islam". *Al-Din: Jurnal dakwah dan Sosial Keagamaan*, 5.1: 84-100.

West Richard & Lynn H. Turner. 2008. *Pengantar Teori Komunikas: Analisis dan Aplikasi*, Edisi 3, Terj. Maria Natalia Damayanti Maer. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika.

Wikipedia. "Sakdiyah Ma'ruf, Kehidupan pribadi dan Pendidikan". ([www.wikipedia.co.id](http://www.wikipedia.co.id), diakses pada 9 November 2020).

Yani, Muchammad. "Salah Satu komika Indonesia Dinobatkan Sebagai Wanita Paling Berpengaruh di Dunia". ([www.merahputih.com](http://www.merahputih.com), diakses pada 28 November 2020).

Amin, Samsul Munir. 2013. *Ilmu dakwah*. Jakarta: Amzah.

Anggito, Albi dan Johan Setiawan. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak.

Ardial. 2018. *Komunikasi Organisasi*. Cet. Ke-1. Medan: Lembaga Penelitian dan Penulisan ilmiah Aqli.

Ariefana, Pebriansyah. "Sakdiyah Ma'ruf: Berkomedi Tentang Kehidupan Muslim yang Intoleran". ([www.suara.com](http://www.suara.com), diakses pada 7 Desember 2020).

Arifin, Bustanol. 2018. "Strategi Komunikasi dakwah Da'i Hidayatullah dalam Membina Masyarakat Pedesaan". *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi* 2(2)159-178, 41-49.

Aripudin, Acep. 2011. *Penegembangan Metode dakwah*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.

- Ariyanto, Budi dkk. 2019. "Pembinaan Mental Di Lembaga Pemasarakatan: Tinjauan Strategi Komunikasi dakwah". *SAHAFA Journal of islamic Communication* Vol.1, No.2 Januari.
- Caropeboka, Ratu Mutialela. 2017. *Konsep dan Aplikasi Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Darmalakasanan, Wahyudin. 2020. *Cara Menulis Proposal Penelitian*. Bandung: Fakultas Ushuluddin UIN Sunan Gunung Djati.
- Dika, Raditya. "Theory of Comedy". Chanel Youtube BukaTalks, (<https://www.youtube.com/watch?v=aHn1HJ4SDPQ&t=7s>) diakses pada 11 Juli 2019, Pukul 19.05 WIB
- Efendi, Onong Uchayana. 1992. *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Fadilah m, Emy Rizka. 2015. "Humor Dalam Wacana *Stand Up Comedy* Indonesia Season 4 Di Kompas Tv". Skripsi. Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Fajriani, Nurul. 2016. "Pengaruh *Sense Of Humor* Terhadap Komunikasi Interpersonal Pada Anggota Komunitas *Stand Up Comedy* Indonesia Regional Makassar". Skripsi. Makasar: Universitas Negeri Makasar.
- Fatoni, Ahmad. 2019. *Juru dakwah yang Cerdas dan Mencerdaskan*, Cet. Ke-1 Jakarta: Siraja.
- Firmansyah, M. Bayu. 2017. "Representasi Bahasa Humor Dalam Acara *Stand Up Comedy* Di Metro TV". Kembara: *Jurnal Keilmuan Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya* 2.2.

Gejir, I Nyoman dkk. 2017. *Media Komunikasi dalam Penyuluhan Kesehatan*, Yogyakarta: Penerbit Andi.

Hafidhuddinl, Didin. 1998. *dakwah Aktual*. Cet. Ke-1. Jakarta: Gema Insani Press.

Hanina, Tyas. "*Fakta Tentang Sakdiyah Ma'ruf: Menginspirasi Lewat Komedi*".

(www.popbela.com, diakses pada 28 November 2020)

Harahap, Hamida Syari & Dessy Indah Kurniawati. 2018. "Whatsapp Sebagai Media Strategi Komunikasi Ustadzah Dalam Menyampaikan dakwah". *Jurnal DiMCC Conference Proceeding*, Vol. 1.

Hariko, Rezki. 2017. "Landasan Filosofis Keterampilan Komunikasi Konseling". *Jurnal Kajian Bimbingan dan Konseling*, 2(2).

Hartati, Intan. 2019. "Strategi Komunikasi dakwah Lembaga Amil Zakat Nasional Daarut Tauhid Peduli Jawa Tengah Dalam Mensejahterakan Umat Islam Di Semarang". Skripsi. Salatiga: Institut Islan Negeri (IAIN) Salatiga.

Haryanto, Alexander. "Sakdiyah Ma'ruf, Komedian Asal Indonesia yang Masuk 100 BBC Women". (<https://tirto.id/sakdiyah-maruf-komedian-asal-indonesia-yang-masuk-100-bbc-women-daiG>, diakses pada 30 November 2020)

Henson dan Erwiantono dan Hairunnisa, 2018. "Strategi penggunaan media sosial facebook oleh komunitas save the mahakam dolphin untuk membangun kesadaran masyarakat dalam pelestarian pesut mahakam". *eJournal Ilmu Komunikasi*, Volume 6, Nomor 3: 663-673.

Hutabarat, Jemsly dan Martani Huseini. 2006. *Pengantar Manajemen Strategik Kontemporer Strategik di Tengah Operasional*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

Ilahi, Wahyu. 2013. *Komunikasi dakwah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Istiningtyas, Listya. 2014. "Humor Dalam Kajian Psikologi Islam". *Jurnal Ilmu Agama: Mengkaji Doktrin, Pemikiran, Dan Fenomena Agama*, 15.1: 37-59.

Jeda Nulis Youtube Channel oleh Husein Ja'far Al Hadar. "Ngobrol Bervaedah Tapi Lucu Bareng Sakdiyah Ma'ruf". (<https://www.youtube.com/watch?v=sCGQtSaZG90&t=832s>, diakses pada 05 Agustus 2019).

Juanda. 2018. "Dakwah Melalui *Stand Up Comedy* (Studi Di Komunitas *Stand Up Comedy* Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten)". Skripsi. Banten: Universitas Islam Negeri (UIN) Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

Lestari, Titi Puji dan Bambang Indiatmoko. 2016. "Pelanggaran Prinsip Percakapan dan Parameter Pragmatik dalam Wacana *Stand Up Comedy* Dodit Mulyanto". Seloka: *Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia* 5.2: 148-162.

M. Sinabang Roganda Sahala & Rosmaini. "Analisis Gaya Bahasa komika Dalam Komunitas Stand Up Indo Medan." *Jurnal Sasindo (Program Studi Sastra Indonesia Fbs Unimed)* 9.2.

Ma'ruf, Sakdiyah. "*No Hope, No Nothing: On Becoming a Muslim Comedienne in Indonesia*". ([www.huffpost.com](http://www.huffpost.com), diakses pada 25 November 2020)

Mardalis. 2010. *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: PT. Bumi Askara

Marfu'ah, Usfiyatul. 2017. "Strategi Komunikasi dakwah Berbasis Multikultural". *Islamic Communication Journal* Volume 02, Nomor 02, Juli-Desember.

Marfu'ah, Usfiyatul. 2017. "Strategi Komunikasi dakwah Berbasis Multikultural". *Islamic Communication Journal* Volume 02, Nomor 02, Juli-Desember.

Marlin, Cindi dkk. 2017. "Fenomena Tayangan *Stand Up Comedy* Di Kompas TV", *e-journal "Acta Diurna"* Volume VI. No. 2.

Melik, Sayuti. 2016. "Efek Tayangan *Stand Up Comedy* Metro Tv Terhadap Prilaku Penonton Usia Muda Di Loa Janan Kutai Kartanegara". *eJournal Ilmu Komunikasi*, 4 (3): 482-495.

Moeloeng, Lexy J. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosdakarya.

Muslimin, Khoirul. 2019. *Buku Ajar Komunikasi Politik*, Cet Ke-1. Yogyakarta: Unisnu Press.

Nashihah, Ishfi Raudlatun. 2019. "Teknik dakwah *Stand Up Comedy* (Kajian *Stand Up Comedy* Sakdiyah Ma'ruf *The Bravest Coward*)". Skripsi. Surabaya: Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Ampel Surabaya.

Nashihah. "Konsisten Usung Isu Radikalisme dan Perempuan". (<https://www.suaramerdeka.com/index.php/smcetak/baca/147540/konsisten-usung-isu-radikalisme-dan-perempuan>, diakses pada 30 November 2020).

Nugroho, Panji. 2011. *Potret Stand Up Comedy*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Nurhadi, Zikri Fachrul dan Achmad Wildan Kurniawan. 2017. “Kajian Tentang Efektivitas Pesan Dalam Komunikasi”, *Jurnal Komunikasi* Volume. 3 No. 1, April.

Oktarina, Yetty dan Yudi Abdullah. 2012. *Komunikasi dan Perspektif Teori dan Praktik*. Cet Ke-1. Yogyakarta: CV Budi Utama.

Oktrison. 2019. “*Open Mic-Kumpulan Materi Stand Up Comedy*”. (Sukabumi: CV Jejak.

Papana, Ramon. 2012. *Kiat Tahap Awal Belajar Stand Up Comedy Indonesia Kitab Suci*, Jakarta: Media Kita.

Pirol, Abdul. 2018. *Komunikasi dan dakwah Islam*. Yogyakarta: CV Budi Utama.

Pragiwaksono, Pandji. 2012. *Merdeka Dalam Bercanda*. Bentang: Jakarta.

Prasetya, Agus. “Cara Untuk Membuat Materi *Stand Up Comedy* Keren Pasti Membuat Ngakak Penonton”. *comica*, (<https://coomicka.wordpress.com>) diakses pada 15 September 2020.

Prasetya, Kiftian Hady. 2018. “Analisis Percakapan Monolog Pada Acara *Stand Up Comedy* Metro Tv”, *Jurnal Basataka: Universitas Balikpapan* Vol. 1, No. 1. Juni.

Pratiwi, Priska Sari. “*Ge Pamungkas Dilaporkan Dugaan Penghinaan Agama*” (<https://www.cnnindonesia.com/nasional/20180123130206-12-270950/ge-pamungkas-dilaporkan-dugaan-penghinaan-agama>, diakses pada 05 Januari 2020, pukul 20.00).

Putri, Ditya Widya. “*Sakdiyah Ma'ruf: Melempar Komedi di Derasnya Arus Konservatisme*”(<https://tirto.id/sakdiyah-maruf-melempar-komedi-di->

derasnya-arus-konservatisme-dcNs, diakses pada 10 Januari 2020, pukul 12.55).

Rahmadaniar, Tiara. 2018. "Strategi dakwah Akun Youtube MuslimahDailycom dalam Mensosialisasikan Jilbab". Skripsi. Jakarta: Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah.

Rahmawati, Choirida. 2019. "Humor Sebagai Strategi dakwah (Kajian Terhadap Program 'Ngaji Bareng Kh Duri Azhari' Di Tvri Jawa Tengah)". Skripsi. (Semarang: Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo.

Ridwan, Aang. 2010. "Humor Dalam Aktivitas Tabligh Sisipan yang Sarat Estetika". *Jurnal Ilmu dakwah* Vol. 4 No. 15 Januari-Juni.

Rustan Ahmad Sultra dan Nurhakki Hakki. 2017. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Cet Ke-1. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.

Sadiah, Dewi. 2015. *Metode Penelitian dakwah; Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Cet. Ke-1. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Said, Sayuthi Atman & Finsha Adhi Pratama. 2020. "Metode dakwah Pada Komunitas Marjinal". *Jurnal Al-mishbah*, Vol.16 No. 2 Juli - Desember.

Salam, Abdul dkk. 2020. " dakwah Melalui Youtube (Analisis Pesan dakwah Ustadz Hanan Attaki)". *Jurnal Washiyah* Volume 1 No 3 September.

Salim, Hanz Jimenez. "Diduga Nodai Agama, Joshua Suherman Dilaporkan ke Bareskrim". (<https://www.liputan6.com/news/read/3220760/diduga-nodai-agama-joshua-suherman-dilaporkan-ke-bareskrim>, diakses pada 01 Januari 2020, pukul 13.55).

Saputra, Muhammad Denni. 2014. "Strategi komunikasi pemasaran dalam memasarkan produk cemilan khas Samarinda di UKM (Usaha Kecil Menengah) Center Samarinda". *E-Journal Ilmu Komunikasi*, Volume 2, Nomor 1: 1-16.

Soehartono, Rawan. 2008. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.

Sugiantomas, Aan dkk. 2017. "Humor Jui Purwoto, Cak Lontong, Pandji Pragiwaksono, Dan Ernest Prakas Dalam *Stand Up Comedy* (Analisis Makna Kontekstual, Makna Konseptual, Dan Teori Humor Dalam Kalimat Humor)." *Fon: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia* 10.

Suhandang, Kustadi. 2013. *Ilmu dakwah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Suprpto, Tommy. 2009. *Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi*. Cet. Ke-1. Yogyakarta: MedPress.

Suwendra, I Wayan. 2018. *Metodologi Penelitian dakwah*. Bandung: Nilacakra.

Tampubolon, Hans David. "The Angry Hijabi Who Finds Solace In Comedy". ([www.thejakartapost.com](http://www.thejakartapost.com), diakses pada 25 November 2020).

Ummatin, Khoiro. 2008. "Globalisasi Komunikasi dan Tuntutan dakwah Bermedia". *Jurnal dakwah* 9.2.

Wandi. 2020. "Penggunaan Humor Dalam dakwah Komunikasi Islam". *Al-Din: Jurnal dakwah dan Sosial Keagamaan*, 5.1: 84-100.

West Richard & Lynn H.Turner. 2008. *Pengantar Teori Komunika: Analisis dan Aplikasi*, Edisi 3, Terj. Maria Natalia Damayanti Maer. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika.



Wikipedia. “Sakdiyah Ma’ruf, Kehidupan pribadi dan Pendidikan”.  
([www.wikipedia.co.id](http://www.wikipedia.co.id), diakses pada 9 November 2020).

Yani, Muchammad. “Salah Satu komika Indonesia Dinobatkan Sebagai Wanita  
Paling Berpengaruh di Dunia”. ([www.merahputih.com](http://www.merahputih.com), diakses pada 28  
November 2020).



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### IDENTITAS DIRI

Nama : Ahmad Osan Farkhani  
Tempat/Tanggal Lahir : Pekalongan, 11 Desember 1994  
Agama : Islam  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Alamat : Dk. Dukuh Sokosaru RT. 01/ RW. 03 Kecamatan.  
Karanganyar Kabupaten Pekalongan 51182


### IDENTITAS ORANG TUA

Nama Ayah : Sahroni  
Nama Ibu : Kasih  
Agama : Islam  
Alamat : Dk. Dukuh Sokosaru RT. 01/ RW. 03 Kecamatan.  
Karanganyar Kabupaten Pekalongan 51182

### RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SD N 01 SOKOSARI Lulus tahun 2006
2. SMP Muhammadiyah Wonopringgo Lulus tahun 2009
3. SMK Muhammadiyah Kajen Lulus tahun 2012
4. IAIN Pekalongan Fakultas Ushuluddin, Adab dan dakwah Jurusan KPI  
Angkatan 2016.

Pekalongan, 26 Maret 2021

  
Penulis  
**AHMAD OSAN FARKHANI**  
NIM. 2042116053



## KEMENTERIAN AGAMA

### INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PEKALONGAN

Jl. Kusuma Bangsa No. 9 Pekalongan, Telp. (0285) 412575 ext : 112 | Faks. (0285) 423418  
Website : [perpustakaan.iainpekalongan.ac.id](http://perpustakaan.iainpekalongan.ac.id) | Email : [perpustakaan@iainpekalongan.ac.id](mailto:perpustakaan@iainpekalongan.ac.id)

#### LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika IAIN Pekalongan, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : AHMAD OSAN FARKHANI  
NIM : 2012116653  
Jurusan/Prodi : FIUAD / KPI  
E-mail address : Radenosand8@gmail.com / farkhani.Ahmad01112@gmail.com  
No. Hp : 0823 2193 6500

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan IAIN Pekalongan, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Tugas Akhir  Skripsi  Tesis  Desertasi  Lain-lain (.....)  
yang berjudul :

" STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH SAKDIYAH MA'RUF  
MELALUI STAND UP COMEDY "

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan IAIN Pekalongan berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan IAIN Pekalongan, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Pekalongan, 09 April 2021.



A. Osan F  
nama terang dan tanda tangan penulis

NB : Harap diisi, ditempel meterai dan ditandatangani  
Kemudian diformat pdf dan dimasukkan dalam Flashdisk  
(Flashdisk dikembalikan)