

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai efektivitas dakwah humoris melalui media hiburan digital pada channel YouTube Tekotok, maka dapat disimpulkan sebagai berikut.

Pertama, bentuk penyajian dakwah Tekotok dikemas lewat animasi kartun 2D yang lucu menggunakan komedi karakter dan sindiran halus (satir). Cerita yang diangkat sangat dekat dengan masalah sehari-hari, seperti urusan keuangan, keluarga, dan dunia kerja. Nilai-nilai Islam mengenai akidah, syariah, dan akhlak disisipkan secara alami ke dalam dialog tokoh. Melalui bahasa yang santai dan visual yang menarik, konten dakwah digital ini menjadi tidak kaku, tidak menggurui, serta sangat mudah diterima oleh generasi muda.

Kedua, dakwah humoris ini terbukti efektif dalam memengaruhi penontonnya melalui empat tahapan. Dari segi perhatian, konten ini sangat sukses karena berhasil menembus lebih dari 33,5 juta total penayangan. Secara kognitif, cerita

yang sederhana mampu memberikan pemahaman agama yang praktis. Secara afektif, unsur komedi berhasil menyentuh emosi dan menumbuhkan rasa empati audiens. Terakhir secara konatif, tayangan ini mampu menggerakkan niat penonton untuk bertobat dan memperbaiki diri, yang terlihat jelas dari ungkapan mereka di kolom komentar YouTube.

B. Saran

Akademik

1. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi tambahan dalam pengembangan kajian komunikasi dan penyiaran Islam, khususnya mengenai dakwah digital melalui media hiburan berbasis animasi dan humor.
2. penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan metode focus group discussion (FGD) atau wawancara mendalam dengan sampel audiens Tekotok dari berbagai latar belakang usia dan pendidikan, guna memverifikasi secara langsung apakah efek kognitif, afektif, dan konatif yang ditemukan dalam penelitian ini benar-benar dirasakan oleh audiens. Pendekatan kuantitatif dengan

instrumen kuesioner yang terstruktur juga dapat digunakan untuk mengukur tingkat efektivitas dakwah humoris secara lebih terukur dan dapat digeneralisasikan kepada populasi yang lebih luas.

Praktis

1. Para da'i dan pelaku dakwah digital diharapkan dapat memanfaatkan media hiburan digital sebagai sarana dakwah yang kreatif, inovatif, dan sesuai dengan karakteristik generasi muda tanpa mengurangi nilai edukatif dan etika dalam berdakwah.
2. Bagi masyarakat, khususnya generasi muda, diharapkan dapat lebih selektif dalam mengonsumsi konten digital serta mampu mengambil nilai-nilai positif dan pesan moral yang terkandung dalam konten hiburan berbasis dakwah.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Arifuddin. 2021. *Strategi Dakwah di Era Digital*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ali Aziz, Moh. 2017. *Ilmu Dakwah: Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana.
- Amin, Fathul dan Agus Ali Sururi. 2024. “Dakwah Digital: Mengukur Dampak dan Efektivitas Kampanye Dakwah Online terhadap Audiens Muda.” *Jurnal Progresif: Komunikasi dan Penyiaran Islam* 5, no. 2: 1–20.
- Ardianto, Elvinaro dan Soleh Soemirat. 2007. *Dasar-Dasar Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ardianto, Elvinaro dan Soleh Soemirat. 2010. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Asbi, Muhammad, Salsabil Fadilah Firdaus, dan Lilik Hamidah. 2025. “Strategi Dan Pendekatan Dakwah Di Era Digital Pada Pemikiran Al Bayanuni.” *Jurnal An-Nida* 17, no. 1: 15–26.
- Bandaro, Khadir Khatib. 2014. *Suatu Studi tentang Ilmu Dakwah, Tabligh, Menuju Para Da'i Profesional*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Baqi, Muhammad Fu'ad 'Abd al-. 1992. *Al-Mu'jam al-Mufahras li Alfaz al-Qur'an al-Karim*. Beirut: Dar al-Fikr.
- Bungin, Burhan. 2019. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Chandra, Lala Nabilah, et al. 2025. “Analisis Strategi Dakwah di Era Digital (Studi Kasus: Akun Instagram Ust. Hanan Attaki).” *Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 4.

- Chanra, M. dan Ramsiah Tasruddin. 2025. "Peran Media Sosial Sebagai Platform Dakwah di Era Digital: Studi Kasus pada Generasi Milenial." *Jurnal Kolaboratif Sains* 8.
- Effendy, Onong Uchjana. 2017. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Eriyanto. 2015. *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Prenadamedia.
- Fiske, John. 1990. *Introduction to Communication Studies*. 2nd ed. London: Routledge.
- Hasim, Nur. 2024. *Representasi Kritik Sosial dalam Animasi Tekotok (Analisis Semiotika Roland Barthes pada Channel YouTube Tekotok)*. Skripsi. Purwokerto: UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
- Ibnu Kasir dan Syahrol Awali. 2024. "Peran Dakwah Digital dalam Menyebarkan Pesan Islam di Era Modern." *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*: 59–68.
- Jurnantoro, Totok. 2010. *Psikologi Dakwah*. Jakarta: Amzah.
- Katz, Elihu, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch. 1974. "Utilization of Mass Communication by the Individual." Dalam *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research*, diedit oleh Jay G. Blumler dan Elihu Katz, 19–32. Beverly Hills: Sage Publications.
- Kriyantono, Rachmat. 2014. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Ma'luf, Louis. 1997. *Al-Munjid fi al-Lughah wa al-A'lam*. Beirut: Dar al-Masyriq.

- Majid, Ahmad Asrof Fitri Abdul dan Sobirin. 2025. "Implementasi Pengelolaan Dakwah Digital Melalui YouTube di Kalangan Mahasiswa Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Al-Zaytun Indonesia." *Jurnal Dakwah Digital* 2.
- Maulana, Zidan Abid. 2025. *Pemaknaan Pesan Moral pada Channel YouTube Tekotok Segmen Full Movie (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce)*. Skripsi. Purwokerto: Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri.
- McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa McQuail*. Diterjemahkan oleh Putri Iva Izzati. Jakarta: Salemba Humanika.
- McQuail, Denis, Jay G. Blumler, dan J.R. Brown. 1972. "The Television Audience: A Revised Perspective." Dalam *Sociology of Mass Communications*, diedit oleh Denis McQuail. Middlesex: Penguin.
- Meilia, Stevy Arta dan Anna Fitri Ardana. 2024. "Dakwah Ustadz Abdul Somad pada Media Sosial TikTok: Upaya Menjaga Adab dalam Berkomunikasi." *Jurnal Komunikasi dan Dakwah*.
- Miles, Matthew B. dan A. Michael Huberman. 1994. *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*. California: Sage Publications.
- Moleong, Lexy J. 2017. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2008. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nafis Putri, et al. 2022. "Strategi Komunikasi Dakwah Husain Basyaiban Melalui Media Sosial TikTok @basyasman00." *Jurnal Komunikasi Islam* 14, no. 2.

- Patton, Michael Quinn. 2002. *Qualitative Research and Evaluation Methods*. 3rd ed. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Qadaruddin, Muhammad. 2019. *Pesan Dakwah dalam Perspektif Komunikasi Islam*. Yogyakarta: Deepublish.
- Qardhawi, Yusuf. 2007. *Fiqih Dakwah*. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2008. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ramli dan Ramsiah Tasruddin. 2024. "Teori Komunikasi Dakwah dalam Penyebaran Pesan Islam." *Jurnal Kolaboratif Sains* 7, no. 11: 4285–4295.
- Ridwan, Muhammad. 2020. "Strategi Dakwah di Era Digital: Analisis Konten Dakwah di Media Sosial." *Jurnal Komunikasi Islam* 10, no. 2: 221–236.
- Rizal, M., Ahmad Fikri, dan Lilis Yulianti. 2024. "Dakwah Digital: Mengukur Dampak dan Efektivitas Kampanye Dakwah Online terhadap Audiens Muda." *Jurnal Progresif: Komunikasi dan Penyiaran Islam* 5, no. 2: 45–56.
- Rosdyanto. 2011. *Dasar-dasar Animasi Digital*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Salmadanis. 2005. *Filsafat Dakwah*. Padang: IAIN Imam Bonjol Press.
- Sapa'at, Asep. 2020. *Fungsi dan Urgensi Dakwah dalam Pembinaan Umat*. Jakarta: Kencana.
- Setiawan, Arwah. 1990. *Teori Humor*. Jakarta: Majalah Humor.
- Shaleh, A. Rasyad. 1993. *Manajemen Dakwah Islam*. Jakarta:

Bulan Bintang.

Shannon, Claude E. dan Warren Weaver. 1949. *The Mathematical Theory of Communication*. Urbana: University of Illinois Press.

Sitorus, Chalid, et al. 2024. "Opinion of Public in Da'wah of KH. Zainudin, MZ." *Jurnal Studi Islam*.

Sopiyan, Wawan, Rahmat Ramdhani, dan Dede Sihabudin. 2023. "Transformasi Komunikasi Dakwah di Era Digital (Analisis Strategi dan Tantangan dalam Penyebaran Pesan Islami)." *Jurnal Khabar: Komunikasi dan Penyiaran Islam* 3.

Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Susanto, A. 2020. *Komunikasi Dakwah di Era Digital*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Suyanto. 2003. *Multimedia Interaktif: Konsep dan Aplikasi dalam Pendidikan*. Yogyakarta: Andi.

Syukur, Abdul dan Agus Hermanto. 2021. *Konten Dakwah Era Digital*.

ThoughtLeaders. t.t. "Tekotok YouTube Stats, Analytics, and Sponsorship Insights." Diakses 7 November 2025. <https://app.thoughtleaders.io/youtube/tekotok>.

Wulandari, Nurul Hikmatur Romdoni May Putri. 2025. "Dakwah Islam di Era Digital: Perspektif Sosial dan Budaya." *Al-Mubin: Jurnal Ilmiah Islami* 4.

Wulandari, Sri. 2023. *Analisis Isi Pesan Dakwah dalam Animasi Nussa di Channel YouTube Nussa Official – Episode 'Adab Menasehati'*. Skripsi. Mataram: Universitas Islam Negeri Mataram.

YouTube Tekotok. 2026. "About." Diakses 8 Maret 2026.
<https://www.youtube.com/@Tekotok>.

Yunus, Mahmud. 1989. *Kamus Arab-Indonesia*. Jakarta:
Hidakarya Agung.

