

PERUMUSAN ETIS HUMOR DAKWAH DALAM DESAIN PESAN DAKWAH

Fenny Mahdaniar

STID Al-Hadid, Surabaya
fennymahdaniar@stidalhadid.ac.id

Alan Surya

STID Al-Hadid, Surabaya
alan@stidalhadid.ac.id

Abstrak: *Tulisan ini bertujuan menggagas perumusan etis humor dalam desain pesan dakwah. Tulisan ini merupakan hasil studi konseptual menggagas ide dengan metode adaptasi teori antara konsep etika humor dakwah dengan desain pesan dakwah. Pendekatan yang digunakan adalah etika. Hasil penelitian yang diperoleh bahwa, etis humor dalam desain pesan dakwah sebagai berikut: (1) humor sebagai selingan yang tidak boleh menggeser tujuan pesan dakwah; (2) humor yang disisipkan harus bersumber dari data yang valid dan tidak menjadikan dalil sebagai bahan lelucon; (3) penempatan humor dalam pesan dakwah tidak boleh pada pembuka, pembacaan selawat Nabi, kesimpulan, pembacaan doa dan pada materi yang mengandung penghayatan; (4) materi humor harus berkaitan dengan tema dakwah, tidak boleh mengandung unsur penghinaan terhadap SARA, kebohongan dan pornografi, serta perlu diberikan penjelasan terhadap humor agar mitra dakwah (mad'uw) memiliki persepsi yang sama terhadap materi humor yang diberikan dan ditangkap sebagai humor bukan inti materi dakwah; (5) penyampaian humor dakwah hendaknya disampaikan ketika dakwah berlangsung selama lebih dari 30 menit, dan durasi waktu penyampaian humor dakwah mempertimbangkan jeda strategis penyampaian materi dakwah, yakni jeda istirahat sejenak selama 3-5 menit setiap penyampaian materi dakwah sekitar 25-30 menit.*

Kata kunci: *etis humor dakwah, desain pesan dakwah, humor dalam pesan dakwah.*

ETHICAL FORMULATION OF DA'WAH HUMOR IN THE DESIGN OF DA'WAH MESSAGES. Abstract: *This paper aims to initiate ethical humor formulation in the design of da'wah message. It is the conceptual study result proposing an idea of adapting theories between ethical concept of da'wah humor and design of da'wah message. Its approach is ethics. The results indicate ethical humor in the design of da'wah message should be as follows: (1) humor as a diversion should not shift the purpose of da'wah message; (2) the inserted humor must come from valid data and not use Islamic postulate as a joke; (3) its placement in a da'wah message should not be in the opening part, during the Prophet's prayers, conclusions, the prayers, and in the da'wah materials containing reflection; (4) a humorous material should relate to the da'wah theme and not contain lies, pornography, and insults to ethnicity, race, religion. It is also necessary to provide an explanation on it so that mad'uw have the same perception and capture it as only humor, not the core of da'wah; (5) da'wah humor should be delivered when the da'wah lasts for more than 30 minutes, and its duration should consider strategic pause during the delivery of da'wah material, which is about 3-5 minutes in each 25-30 minutes.*

Keywords: *ethics of da'wah humor, design of da'wah message, humor in da'wah message*

Pendahuluan

Dakwah merupakan usaha menyampaikan, mengajak orang lain dengan cara bijaksana agar terbentuk kesadaran untuk mempelajari dan mengamalkan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari guna tercipta keselamatan hidup dunia-akhirat.¹ Dakwah bisa dilakukan dengan berbagai media (*wasilah*) salah satunya adalah dengan media lisan berupa ceramah agama.²

Dakwah juga merupakan aktivitas yang diwajibkan dan memiliki nilai yang mulia di hadapan Allah Swt. Hal ini sebagaimana terdapat dalam Al-Qur'an surat Ali Imran ayat 110: "*Kamu (umat Islam) adalah umat terbaik yang dilahirkan untuk manusia, (karena kamu) menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar, dan beriman kepada Allah Swt. Sekiranya Ahli Kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka. Di antara mereka ada yang beriman, namun kebanyakan mereka adalah orang-orang fasik.*"³

Penggunaan humor dalam dakwah sudah marak ditemui, baik dakwah di masjid, pengajian di perkampungan warga, ceramah pada peringatan hari besar Islam (PHBI),

dakwah di televisi, sampai dakwah di media sosial. Sangat maraknya, sehingga sudah banyak bermunculan penelitian tentang dai maupun acara dakwah yang mengandung humor, sebagai contoh: Humor dalam program dakwah Islamiyah di Trans TV.⁴ Teknik humor dakwah KH. Imam Chambali di program *Padhange ati* JTV.⁵ Humor dalam dakwah pada akun @Nunuzoo.⁶ Humor dakwah ust. Bangun Samudra.⁷ Humor dalam ceramah ustaz Das'ad Latif.⁸ Humor dalam ceramah kiai Ponpes Hudatul Muna,⁹ dan masih banyak penelitian lainnya.

Maraknya dakwah yang disertai humor disebabkan beberapa hal: *pertama*, selingan humor dalam dakwah mampu menjadi penarik perhatian *mad'uw*. *Kedua*, adanya humor dalam dakwah menjadikan *setting* kajian lebih santai dan menyenangkan bagi *mad'uw*.¹⁰ *Ketiga*, dai dan gaya ceramah yang disertai humor banyak disenangi masyarakat.¹¹ *Keempat*, adanya tuntutan hiburan dalam dakwah (*dakwahtainment*) mendorong para dai maupun penyelenggara kegiatan ceramah dan kajian keagamaan untuk menyelipkan humor dalam dakwah agar *mad'uw* merasa senang, terhibur, akan

¹ Alan Surya and Refita Prostyanyngtyas, "Kedudukan Antar Pesan Dakwah: Studi Ceramah Ustazah Mumpuni Handayekti Dalam Program Aksi Asia," *Realita: Jurnal Penelitian Dan Kebudayaan Islam* 19, no. 1 (2021): 22, <https://doi.org/10.24952/fitrah.v2i2.475>.

² M Munir and Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2006), 24.

³ Kemenag RI, "Ali 'Imran - آل عمران | Qur'an Kemenag," accessed November 24, 2021, <https://quran.kemenag.go.id/sura/3/110>.

⁴ Nur Hasanah and Andi Agussalim, "Humor Dalam Wacana Dakwah Islamiyah Di Trans TV," *Indonesia: Jurnal Pembelajaran Bahasa Dan Sastra Indonesia* Vol 2, No (2021), <https://doi.org/https://doi.org/10.26858/indonesia.v2i2.21598>.

⁵ Nurul Maghfiroh, "Teknik Humor Dakwah KH. Imam Chambali Dalam Teori Humor Goldstein Dan McGhee Di

Program Padhange Ati JTV" (UIN Sunan Ampel Surabaya, 2018).

⁶ Hemas Praschua Pane, "Humor Dalam Dakwah (Analisis Isi Video Komedi Pada Akun @Nunuzoo)" (UIN Sunan Ampel Surabaya, 2019).

⁷ Syafiq Yusab Ibrahim, "Humor Mualaf Teknik Retorika Dakwah Ustad Bangun Samudra" (UIN Sunan Ampel Surabaya, 2019).

⁸ Emi Sulfiani, "Bahasa Humor Dalam Ceramah Ustadz Das'ad Latif" (Univ. Muhammadiyah Makassar, 2020).

⁹ Ibnu Nugroho, "Humor Sebagai Komunikasi Dakwah (Studi Kasus Humor Kiai Di Pondok Pesantren Hudatul Muna 1" (IAIN Ponorogo, 2019).

¹⁰ Japarudin, "Humor Dalam Aktivitas Tabligh," *Jurnal Ilmiah Syi'ar* 17, no. 2 (2017): 11, <https://doi.org/10.29300/syr.v17i2.890>.

¹¹ Angga Gurnita, "Respon Masyarakat Terhadap Metode Dakwah Kiai Cepot" (UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2011).

hadir kembali dalam acara serupa dan meningkatkan rating acara.¹²

Dari studi penelitian terdahulu, dapat diketahui bahwa penggunaan humor dalam dakwah sebenarnya diperbolehkan sebab memiliki banyak manfaat antara lain: membuat ceramah tidak monoton, menarik perhatian mad'uw, meningkatkan kembali kefokusannya *mad'uw* dalam mendengarkan ceramah, karena dengan humor mampu menghindarkan dari kejenuhan dan rasa kantuk, serta membangun kedekatan antara dai dengan *mad'uw*.¹³

Salah satu contoh ustaz yang dipandang sukses berdakwah dengan ciri khas gaya ceramah yang memadukan logika runtut, logat Betawi yang jenaka dan humor cerdas adalah KH. Zainuddin MZ. Pesan dakwah berbalut humor yang disampaikan oleh KH Zainuddin MZ di hampir semua ceramahnya, hingga kini membuat nama beliau begitu fenomenal dan populer di kalangan umat dan menjadikannya dai sejuta umat.¹⁴ Namun, meskipun humor mengandung manfaat, tentunya penggunaan humor dalam dakwah tidak boleh sembarangan, perlu memperhatikan beberapa hal yaitu, kesesuaian tema dakwah dengan bahan humor, waktu penyampaian, intensitas, dan komposisi antara humor dengan isi ceramah. Karena jika hal tersebut tidak diperhatikan, maka akan menimbulkan efek negatif,

antara lain: menghilangkan konsentrasi terhadap isi ceramah, hilangnya wibawa dai karena terlalu banyak bercanda sehingga mirip komedian, serta dapat menyimpang dari isi ceramah,¹⁵ lebih tertangkap dan membekas unsur hiburan daripada ceramah agama, dan pada titik tertentu menimbulkan resistensi *mad'uw*.¹⁶

Salah satu fenomena penerapan humor dalam dakwah yang sempat menjadi sorotan adalah ceramah agama berbalut humor yang disampaikan salah satu ustaz kondang di tanah air. Beliau berdakwah dalam salah satu program dakwah di Trans TV. Gaya penyampaian ustaz tersebut selalu diselingi senda gurau yang berpotensi menjadikan ceramah agama sebagai bahan tertawaan dan hiburan. Dalam beberapa kali pesan dakwah yang disampaikan, ustaz tersebut juga terekspos media melakukan gerakan akrobatik dengan memanjat dinding tangga mimbar masjid, ketika berceramah di Masjid Agung Indah, Kolaka, Sulawesi Tenggara. Tindakan ustaz tersebut merupakan bagian dari humor yang ia selipkan dalam ceramahnya. Banyak pihak yang mengkritik tindakan humor tersebut. Hal itu, tentu dapat membuat kewibawaan agama dan perilaku dai menjadi tidak terjaga. Serta, dapat menjadi ancaman bagi eksistensi nilai dakwah yang luhur dan bermartabat secara jangka panjang.¹⁷

¹² Nur Huda Widiana, "Tantangan Penerapan Nilai-Nilai Etika Dakwah Pada Program Dakwahtainment Di Televisi 392-393," *At-Tabayir: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* vol.4, no. (2016): 392-393.

¹³ Wandu, "Penggunaan Humor Dalam Dakwah Komunikasi Islam," *Al-Din: Jurnal Dakwah Dan Sosial Keagamaan*, n.d., <https://doi.org/>, DOI : 10.35673/ajdsk.v5i1.573.

¹⁴ Fitri Murfianti, "KOMODIFIKASI DAKWAH DALAM RELIGIOTAINMENT DI STASIUN TELEVISI INDONESIA," *Pendhapa* 3, no. 1 (2012): 109, <https://doi.org/10.33153/PENDHAPA.V3I1.1191>.

¹⁵ Rabiatul Awalayah, "Persepsi Masyarakat Terhadap Humor Dalam Ceramah Oleh Juru Dakwah Di Kota Banjarmasin" (UIN Antasari Banjarmasin, 2011).

¹⁶ Jalaludin, "Resistensi Terhadap Dakwah Konvensional Lewat Lenturan Humor: Sebuah Sudut Pandang Dakwah Humoritas Dalam Perspektif Mahasiswa Pecinta Masjid Di Universitas Hasanuddin" (UIN Alaudin Makassar, 2015).

¹⁷ Mustofa Hilmi, "Humor Dalam Pesan Dakwah," *Jurnal Ilmu Dakwah* 38, no. 1 (2019): 88-89, <https://doi.org/10.21580/jid.v38.1.3972>.

Persoalan adanya sisi negatif penggunaan humor dalam dakwah sebenarnya telah disadari banyak pihak. Untuk itu, telah dilakukan beberapa upaya pemecahan salah satunya dengan membuat ketentuan/kaidah etis umum penggunaan humor dalam dakwah sebagai upaya menjaga koridor dakwah. Hal ini, dapat dilihat dari telah ada beberapa penelitian terdahulu yang merumuskan sebuah ketetapan etika umum penggunaan humor dalam dakwah. Beberapa penelitian terdahulu tersebut antara lain: (1) penelitian Muhammad Yoga Firdaus dan Wahyudin Darmalaksana, berjudul 'Diskursus Humor Dan Etika Dalam Prespektif Al-Qur'an: Sebuah Analisis Psikologi Sosial';¹⁸ (2) penelitian Japarudin, berjudul 'Humor Dalam Aktifitas Tabligh';¹⁹ (3) penelitian Wandu, berjudul 'Penggunaan Humor Dalam Dakwah Komunikasi Islam';²⁰ (4) penelitian Aang Ridwan, berjudul 'Humor Dalam Tabligh Sisipan Yang Sarat Estetika';²¹ (5) dan penelitian Nur Huda Widiana, berjudul 'Tantangan Penerapan Nilai-Nilai Etika Dakwah Pada Program Dakwahtainment Di Televisi'.²² Dari beberapa penelitian tersebut jika dirangkum, maka diperoleh hasil bahwa ketetapan etika umum humor dalam dakwah harus memperhatikan beberapa hal, yaitu: (a) humor yang digunakan dalam dakwah tidak boleh menghilangkan substansi dan esensi dakwah; (b) humor dalam dakwah sebagai sarana mendidik mad'u; (c) humor dakwah tidak boleh

mengandung unsur penghinaan, rasisme dan pornografi; (d) humor dakwah tidak boleh mengandung dusta/kebohongan; (e) penggunaan humor dalam dakwah tidak boleh lebih dominan dibandingkan isi pesan dakwah; (f) isi humor dakwah tidak boleh bertentangan dengan Al-Qur'an dan hadis.

Adapun studi yang mirip adalah studi yang dilakukan Mustofa Hilmi berjudul 'Humor Dalam Pesan Dakwah'. Hasil studi Hilmi menyatakan bahwa, terdapat empat kriteria etis humor yang harus diperhatikan dai yaitu: *pertama*, humor edukatif yakni humor yang memiliki kandungan pesan mendidik dan membawa misi pencerahan; *kedua*, humor kritis yakni humor yang menstimulus dai untuk melakukan analisis terhadap sejumlah ketimpangan dan ketidakseimbangan realitas kehidupan; *ketiga*, tidak rasisme, humor tidak berisi hinaan, penodaan, dan citraan stigmatis terhadap seseorang, lembaga, agama, ras, atau golongan; *keempat*, tidak berunsur pornografi, yaitu humor yang tidak mengeksploitasi tubuh dan sensasional badaniah melalui pembicaraan jorok dan porno.²³ Perbedaan dengan studi ini, terletak pada rumusan masalah dan pendekatan yang digunakan. Studi yang dilakukan Mustofa Hilmi, mengambil rumusan masalah bentuk-bentuk humor dalam pesan dakwah, sehingga pendekatan yang digunakan adalah teori bentuk-bentuk humor. Sedangkan, tulisan ini mengambil

¹⁸ Muhammad Yoga Firdaus dan Wahyudin Darmalaksana, "Diskursus Humor Dan Etika Dalam Prespektif Al-Qur'an: Sebuah Analisis Psikologi Sosial," *Maghza: Jurnal Ilmu Al-Qur'an Dan Tafsir* vol.6, no. (2021), <https://doi.org/>. DOI: 10.24090/maghza.v6i1.4419.

¹⁹ Japarudin, "Humor Dalam Aktifitas Tabligh," *Syiar* vol.17, no (2017): 13.

²⁰ 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>.

²¹ Aang Ridwan, "Humor Dalam Tabligh Sisipan Yang Sarat Estetika," *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies* 5, no. 15 (2010): 921–56, <https://doi.org/10.15575/IDAJHS.V5I15.428>.

²² Widiana, "Tantangan Penerapan Nilai-Nilai Etika Dakwah Pada Program Dakwahtainment Di Televisi 392-393."

²³ Hilmi, "Humor Dalam Pesan Dakwah."

rumusan masalah rumusan etis humor dalam pesan dakwah sehingga, pendekatan yang digunakan adalah teori etika (perhitungan etis) dan desain pesan dakwah. Karena rumusan masalah dan pendekatan yang berbeda, maka hasil temuan akan berbeda. Jika studi terdahulu menemukan bentuk-bentuk humor dalam pesan dakwah, misal humor edukatif, humor kritis, dan lain-lain. Maka tulisan ini, akan menghasilkan draf ketentuan etis yang bisa jadi panduan dai atau penyelenggara kegiatan dakwah dalam menyusun pesan dakwah yang mengandung humor.

Perlu disadari bahwa, hasil penelitian terdahulu di atas terkait ketentuan etika penggunaan humor dalam dakwah tidak hanya bersifat konsep atau teoretis namun, harus dijadikan acuan dalam praktik dakwah/ceramah. Oleh karenanya dalam tulisan ini akan mendetailkan atau menurunkan pada setiap unsur dakwah (misal: kriteria dan kompetensi dai pengguna humor dakwah, etika penggunaan metode dakwah yang mengandung humor, etika humor dakwah dalam desain pesan dakwah, etika media dakwah yang mengandung humor, ataupun etika tujuan humor dalam dakwah), dengan adanya detail/turunan ketentuan etis humor dakwah pada setiap unsur, maka diharapkan nantinya mampu menjadi referensi atau panduan etis bagi dai ataupun penyelenggara program ceramah agama yang ingin menggunakan humor dalam dakwahnya, sehingga memudahkan saat praktik dakwah. Hal ini, dapat dicontohkan sebagaimana rumusan kode etik profesi jurnalistik yang tidak hanya ketentuan

umum, namun sudah didetailkan sampai tataran unsurnya (etika isi berita, etika mencari dan menampilkan foto dalam berita, etika memperlakukan narasumber, etika penulisan, dll.),²⁴ sehingga bisa menjadi acuan jurnalis dalam bekerja meliput berita.

Namun, mengingat luasnya cakupan unsur dakwah, maka pada tulisan ini memfokuskan perumusan etis humor pada unsur desain pesan dakwah (*maddah*). Hal ini, didasarkan karena pesan dakwah menjadi isi materi yang disampaikan kepada *mad'uw*. Selain itu, pesan dakwah juga dapat menjadi acuan keberhasilan dakwah, sebab dakwah dikatakan efektif apabila materinya bersifat informatif, edukatif, dan dapat memberikan solusi bagi masyarakat, serta linier dengan tujuan dakwah yang telah ditetapkan.²⁵

Dengan demikian, rumusan masalah tulisan ini adalah "Bagaimana rumusan etis humor dakwah dalam desain pesan dakwah?". Maksud rumusan masalah ini, hendak mengkaji spesifik terkait etis humor dakwah jika diterapkan pada pesan dakwah. Tentunya jika dai menyengaja menggunakan humor dalam dakwah maka, sejak awal pesan dakwah harus didesain dengan baik dengan mempertimbangkan etis agar dakwah tetap pada koridornya. Berdasarkan latar belakang dan maksud di atas, maka tujuan tulisan ini adalah membuat rumusan ketentuan etis humor dakwah yang dimasukkan dalam pesan dakwah.

Dengan latar belakang dan tujuan di atas, maka *positioning* tulisan ini terhadap studi terdahulu adalah sebagai penelitian lanjutan yang berusaha mendetailkan/menurunkan

²⁴ Dewan Pers, *Buku Saku Wartawan*, vol. 148 (Jakarta: Dewan Pers, 2017).

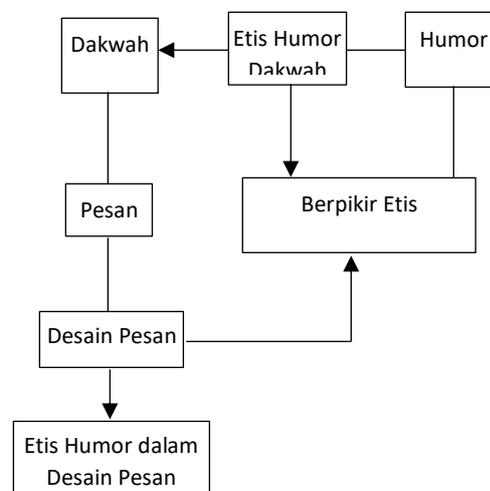
²⁵ Kamaluddin Ritonga, "Design Message Da'wah," *Hikmah* vol.10, no (2016), <https://doi.org/DOI:10.24952/hik.v10i2.699>.

ketentuan etis humor dakwah dalam unsur pesan dakwah. Selain itu, terdapat dua perbedaan antara tulisan ini dengan studi terdahulu, yaitu: pendekatan yang digunakan dalam tulisan ini adalah ilmu etika (perhitungan etis), tidak menggunakan pendekatan dalil Al-Qur'an ataupun hadis. Serta dalam tulisan ini menggunakan konsep desain pesan dakwah, bukan konsep dakwah secara umum.

Tulisan ini merupakan *conceptual research* dengan pendekatan *theory adaptation* yang bertujuan untuk memecahkan masalah teori atau konsep yang ada sebelumnya dan menyelesaikan dilema yang teridentifikasi dengan memperkenalkan teoretis baru.²⁶ Teori yang diadaptasikan dalam tulisan ini adalah teori desain pesan dakwah/ceramah dengan teori etika humor dakwah. Sedangkan, metode analisisnya menggunakan metode berpikir etis (perhitungan etis).

Cara kerja metode berpikir etis secara umum sebagai berikut: *Pertama*, membuka variabel/hal yang berhubungan dan akan dihitung etisnya. *Kedua*, menempatkan kedudukan tiap hal yang berhubungan untuk menghitung porsi yang seharusnya. *Ketiga*, menghitung kadar dampak dari setiap hal yang berhubungan untuk menetapkan nilai baik-buruk suatu perbuatan. Perbuatan bernilai baik ketika banyak membawa manfaat dan minim kerusakan. *Keempat*, melakukan verifikasi terhadap ketentuan etika umum yang telah ada. *Kelima*, menetapkan ketentuan etis atas suatu perbuatan.

Bekerjanya metode berpikir etis di atas jika diterapkan dalam persoalan merumuskan ketentuan etis humor dalam desain pesan dakwah dapat digambarkan sebagai berikut: *pertama*, membuka variabel desain pesan dakwah dan humor. *Kedua*, menempatkan kedudukan tiap variabel desain pesan dakwah dengan humor untuk menghitung porsi yang seharusnya. *Ketiga*, menghitung kadar dampak dari setiap variabel tersebut. Perbuatan bernilai baik ketika banyak membawa manfaat dan minim kerusakan. *Keempat*, melakukan verifikasi terhadap ketentuan umum etika humor dakwah yang telah ada. *Kelima*, membuat ketentuan etis humor dalam desain pesan dakwah.



Sketsa 1 - Kerangka Berpikir Studi

Etika Dasar Humor Dalam Dakwah

Ada tiga hal yang akan diuraikan pada pembahasan etika dasar humor dalam dakwah ini, yaitu: (1) konsep umum etika sebagai asumsi dasar tentang etika; (2)

²⁶ Lina Jaakkola, "Designing Conceptual Articles: Four Approaches," *AMS Review* 10, 2020, 23, <https://doi.org/doi:10.1007/s13162-020-00161-0>.

konsep humor; (3) konsep etika humor dalam Islam sebagai acuan etika dasar sehingga, rumusan etika humor dalam turunan/detail tiap unsur dakwah tidak keluar atau bertentangan dengan acuan tersebut.

Konsep Etika

Menurut K. Bertens, etika termasuk cabang dari filsafat yang berkenaan dengan moralitas, etika berkaitan dengan nilai-nilai dan norma-norma moral (sistem nilai) yang menjadi pegangan bagi seseorang atau suatu kelompok dalam mengatur tingkah lakunya. Contoh: etika Protestan, etika agama Budha, etika suku Indian. Etika dalam konteks keilmuan membahas tentang yang baik dan yang buruk. Hal itu, digunakan untuk membantu menyusun kode etik, contoh: etika Protestan dalam berpakaian dibuatkan ketentuan bahwa berpakaian yang baik adalah yang melindungi aurat, etika makan-minum ditentukan bahwa, tidak baik memakan babi atau meminum bir, etika dalam pergaulan ditentukan bahwa, ada batas-batas dalam pergaulan, tidak diperbolehkan atau tidak baik melakukan pergaulan bebas, serta etika dalam ekonomi-bisnis ditentukan bahwa, praktik riba' adalah praktik bisnis yang tidak baik.²⁷

Konsep etika ini juga dipertegas oleh Ahmad Amin bahwa, etika adalah ilmu yang menjelaskan arti baik dan buruk, menerangkan yang seharusnya dilakukan oleh sebagian besar manusia kepada lainnya, menyatakan tujuan yang harus dituju oleh manusia dalam perbuatan

mereka dan menunjukkan jalan untuk melakukan yang harus diperbuat.²⁸ Lebih lanjut, menurut Poedjawiyatna, etika sebagai ukuran baik-buruk pada tingkah laku manusia yang berlaku secara universal, memiliki prasyarat tingkah laku yang dapat diberi penilaian etik adalah perilaku atau tindakan manusia yang dilakukan secara sadar atas pilihan (tindakan sengaja).²⁹ Pendapat lain yang senada disampaikan oleh Michael Reiss, "*Ethics is the concerned with how we should decide what is morally wrong and what is morally right.*"³⁰

Berdasarkan penjelasan di atas disimpulkan bahwa, etika merupakan cabang ilmu filsafat yang mengkaji tentang nilai baik-buruk suatu perbuatan sadar manusia agar tampak jelas perbuatan mana saja yang baik dilakukan oleh manusia, atau sebaliknya perbuatan mana saja yang buruk agar tidak dilakukan. Sedangkan, ukuran baik-buruk berdasarkan nilai universal dan kadar dampak perbuatan.

Dalam Islam perilaku yang baik secara umum adalah perilaku yang berorientasi pada pembangunan masyarakat dengan berdasarkan wahyu Allah Swt. Secara operasional, pembangunan masyarakat harus berdasarkan pada hukum-hukum keseimbangan, mengarah pada perbaikan, serta menghindarkan diri dari kerusakan dan bencana. Sedangkan, yang buruk menurut Allah Swt. Adalah tindakan yang tidak berorientasi pada pembangunan masyarakat, tidak menegakkan hukum-hukum keseimbangan, dan berjalan pada hukum kerusakan.³¹ Dijelaskan lebih lanjut

²⁷ K Bertens, *Etika* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2011).

²⁸ Ahmad Amin, *Etika Ilmu Akhlak* (Jakarta: PT Bulan Bintang, 1991).

²⁹ Poedjawiyatna, *Etika Filsafat Tingkah Laku*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1990).

³⁰ Michael Reiss, "Ethical Thinking," in *Ethics in the Science and Technology Classroom: A New Approach to Teaching and Learning*, ed. A. Jones, A. McKim, and M. Reiss (Sense Publishers, 2010), 7–17.

³¹ Dhanny Wahyudianto, "Etika Sukses Di Organisasi Dakwah," *Inteleksia*, 2021, 82.

bahwa untuk menegakkan hukum keseimbangan, diperlukan ilmu pengetahuan yang sesuai dengan masalah atau objek kajiannya, tidak cukup hanya diperkirakan atau bahkan mengikuti hawa nafsu. Di lain sisi, pada titik tertentu manusia juga tidak dapat menentukan titik keseimbangan bila tidak melibatkan nilai-nilai ketuhanan.³²

Berdasarkan pengertian etika di atas diketahui bahwa, etika merupakan penilaian baik-buruk terhadap suatu perilaku, maka etika terbagi menjadi beberapa tingkat sesuai dengan bentuk perilaku/perbuatan. Frans Magnis Suseno menyatakan bahwa, etika dapat dibagi ke dalam dua tingkatan, yakni etika umum dan etika khusus. Etika umum berkaitan dengan prinsip-prinsip dasar yang berlaku bagi segenap tindakan manusia, sedangkan etika khusus membahas prinsip-prinsip itu dalam hubungan dengan kewajiban manusia dalam berbagai lingkup kehidupannya.³³ Sehingga, antara etika umum dan etika khusus saling terkait yaitu nilai baik-buruk perbuatan yang dirumuskan pada etika khusus merupakan turunan dari prinsip etika umum.

Selain dua istilah tersebut, terdapat lagi istilah etika terapan, yakni etika yang dilaksanakan setiap waktu dalam kegiatan sehari-hari, di mana saja berada yang sifatnya disengaja.³⁴ Etika terapan berbicara tentang topik perbuatan manusia, menyangkut profesi dan kerja manusia. Secara garis besar, wilayah etika terapan adalah: (1) etika terapan dapat menyorot

masalah-masalah profesi. Sebagai contoh, tentang etika terapan, yaitu etika kedokteran, etika politik, etika bisnis; (2) etika terapan yang membahas masalah-masalah kehidupan, yaitu penggunaan tenaga nuklir, pembuatan alat-alat canggih, pencemaran lingkungan hidup, diskriminasi dalam segala bentuknya (ras, agama, jenis kelamin).³⁵

Etika terapan dapat dibagi menjadi setidaknya tiga bagian, yakni: (1) makro etika, membahas masalah etika sehari-hari pada skala besar. Misal: utang negara-negara selatan terhadap negara-negara utara, alokasi sarana pelayanan Kesehatan; (2) Mikro etika, membicarakan masalah-masalah individu terhadap profesi masing-masing. Seperti kewajiban dokter terhadap pasien, kewajiban guru terhadap muridnya; (3) Meso etika, membicarakan masalah-masalah yang berkaitan dengan suatu kelompok. Contoh, kelompok ilmuwan, kelompok wartawan, kelompok pedagang.³⁶

Berdasarkan tujuan tulisan yaitu, merumuskan ketentuan etis penggunaan humor dakwah dalam pesan dakwah maka persoalan etika berada pada tingkatan etika khusus/etika terapan spesifiknya mikro etika. Hal ini, dikarenakan persoalan yang dihadapi tidak di tataran perbuatan manusia secara dasar/umum namun, sudah khusus yaitu penggunaan humor dalam dakwah, spesifiknya soal etika humor di dalam desain pesan dakwah. Penetapan tingkatan etika ini akan mempengaruhi metode berpikir etis dalam merumuskan ketentuan etis.

³² Ibid.

³³ Franz Magnis-Suseno, *Etika Politik : Prinsip-Prinsip Moral Dasar Kenegaraan Modern*, Jurnal Mandala : Jurnal Ilmu Hubungan Internasional, Cet. 4, vol. 1 (Gramedia Pustaka Utama, 1994), 1.

³⁴ M. Yatimin, Abdullah, *Pengantar Studi Etika* (PT RajaGrafindo Persada, 2006), 676.

³⁵ Abdullah, 676.

³⁶ C. A. van Peursen, A. Sonny Keraf, and K. Bertens, "Fakta, Nilai, Peristiwa: Tentang Hubungan Antara Ilmu Pengetahuan Dan Etika," 1990, 79, <http://lib.ui.ac.id>.

Konsep Humor

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008): “Humor diartikan sesuatu yang lucu; keadaan yang menggelikan hati; kejenakaan; kelucuan. Sementara berhumor adalah menciptakan atau membuat humor, sedangkan pehumor diartikan orang yang suka melucu; pelawak”.³⁷ Menurut Asim Gunarwan, humor dari segi linguistik dapat ditinjau dengan tiga perspektif yakni, (1) teori pembebasan, bahwa lelucon tidak lain adalah tipu daya emosional yang seolah mengancam namun ternyata tidak ada apa-apanya; (2) teori konflik, yaitu memberikan tekanan pada implikasi perlakuan antara dorongan yang saling bertentangan, dan; (3) teori ketidakselarasan, yakni adanya dua makna atau interpretasi yang tidak sama dan digabungkan dalam satu makna gabungan yang kompleks.³⁸

Konsep Etika Humor dalam Islam

Berdasarkan penjelasan teori etika di atas bahwa antar tingkatan etika (umum-khusus) saling terhubung, serta tulisan ini merupakan persoalan etika tingkat khusus/terapan pada mikro etika. Maka, dalam perumusan ketentuan etis humor dakwah dalam desain pesan dakwah diperlukan landasan etis di tingkat atasnya/lebih umum. Atas keperluan ini maka, penulis mengambil ketentuan umum etis humor dakwah yang telah dirumuskan oleh penelitian terdahulu sehingga, penulis tidak perlu melakukan penelitian ulang.

Perumusan etis humor dalam dakwah bertolak dari asumsi bahwa, dakwah dan humor merupakan dua hal yang berbeda bahkan bisa jadi bertentangan, jika dakwah merupakan kegiatan konstruktif, penyadaran, pemecahan masalah kehidupan, dan dilandasi kebenaran ajaran Islam, sedangkan humor merupakan kegiatan menghibur, humor dengan cara membangun khayalan diperbolehkan selama mengundang tawa. Karena sifatnya berbeda bahkan bisa bertentangan maka jika keduanya digunakan secara bersamaan tanpa porsi yang tepat maka humor bisa mengganggu atau merusak dakwah.³⁹

Meskipun ada potensi efek samping yang ditimbulkan, namun humor dalam dakwah masih diperlukan sebab, dakwah terutama melalui lisan biasanya berlangsung selama 1-2 jam, sedangkan menurut Rizki Edmi Edison, Direktur Pusat Neurosains Uhamka menyatakan kemampuan optimal otak manusia menyerap informasi hanya 20 menit awal, setelah itu kemampuan menurun maka, untuk meningkatkan kembali perlu istirahat sejenak.⁴⁰ Dalam konteks ini maka, humor bisa digunakan untuk *refresh* sejenak, mengembalikan fokus dan perhatian *mad’uw*.⁴¹

Maka dapat disimpulkan bahwa, humor boleh dan bisa digunakan dalam dakwah dengan kedudukan sebagai salah satu teknik ceramah yang sifatnya sebagai selingan atau

³⁷ Formas Juitan Lase, “KOMODIFIKASI KONTEN HUMOR DALAM PROGRAM YUK KEEP SMILE DI TRANS TV,” *Sociale Polites* 15, no. 2 (October 5, 2014): 177–90, doi:10.33541/SPV15I2.456.

³⁸ Asim Gunarwan, “Dari Pragmatik Ke Pengajaran Bahasa (Makalah Seminar Bahasa Dan Sastra Indonesia Dan Daerah)” (IKIP Singaraja, 2004), 7.

³⁹ Jalaludin, “Resistensi Terhadap Dakwah Konvensional Lewat Lenturan Humor: Sebuah Sudut Pandang Dakwah

Humoritas Dalam Prespektif Mahasiswa Pecinta Masjid Di Universitas Hasanuddin.”

⁴⁰ “Kemampuan Optimal Otak Serap Pelajaran Hanya 20 Menit | Republika Online,” accessed November 24, 2021, <https://republika.co.id/berita/oda9jx284/kemampuan-optimal-otak-serap-pelajaran-hanya-20-menit>.

⁴¹ Wandu, “Penggunaan Humor Dalam Dakwah Komunikasi Islam,” n.d.

sisipan untuk mengurangi rasa jenuh, me-*refresh* konsentrasi, dan menarik perhatian kembali. Serta, adanya humor dalam dakwah tidak boleh merusak tujuan dakwah yaitu, menyadarkan *mad'uw* terhadap ajaran Islam.

Ditinjau dari pendekatan Al-Qur'an, berdakwah secara humor sesungguhnya tidaklah menjadi persoalan selama tidak berlebihan dan tidak bermaksud untuk mengolok-ngolok, mencela, atau melecehkan apa yang ada dalam Al-Quran, Hadist, Sunnah Rasul-Nya, dan orang lain (ghibah).⁴² Dalam surat At Taubah ayat 65, Allah Swt. Berfirman: *"Dan jika kamu tanyakan kepada mereka (tentang apa yang mereka lakukan itu), tentulah mereka akan menjawab, "sesungguhnya kami hanyalah bersenda gurau dan bermain-main saja." Katakanlah: "Apakah dengan Allah, ayat-ayat-Nya dan Rasul-Nya kamu selalu berolok-olok?" Maka hendaklah mereka tertawa sedikit dan menangis banyak, sebagai pembalasan dari apa yang selalu mereka kerjakan."*⁴³

Ketentuan umum di atas jika dirincikan berdasarkan hasil penelitian terdahulu,⁴⁴ Setidaknya terdapat beberapa ketentuan etis humor dakwah, antara lain: (a) tidak boleh ada kedustaan di dalam canda tersebut; (b) tidak boleh ada unsur penghinaan atau pelecehan terhadap seseorang, suku, ras golongan, dan agama; (c) tidak boleh menggunakan humor untuk

menakut-nakuti orang lain; (d) humor harus proporsional yaitu, tidak boleh menghabiskan sebagian besar waktu dakwah hanya untuk bercanda; (e) tidak boleh menggunakan humor yang melanggar syariat; (f) humor dakwah yang ditampilkan tidak boleh mengandung pornografi; (g) hendaknya tidak memperbanyak canda hingga menjadi tabiatmu, dan jatuhlah wibawamu, dan akibatnya kamu dipertontonkan oleh orang lain; (h) humor harus edukatif artinya harus mendidik dan mencerahkan *mad'uw*; (i) humor harus bersifat kritis artinya humor dapat menstimulus dai melakukan analisis tentang persoalan sosial kemasyarakatan; (j) humor memenuhi kriteria aplikatif yakni humor dapat membantu proses tablig mencapai tujuan; (k) humor harus proporsional yakni humor sebagai sisipan bersifat sekunder, tidak boleh menjadi primer dan mengabaikan tujuan utama dakwah.⁴⁵

Desain Pesan Dakwah

Pesan dakwah (*maudlu' al da'wah*) merupakan isi dakwah yang berupa kata, gambar, lukisan, dan sebagainya yang diharapkan dapat memberikan pemahaman bahkan perubahan sikap dan perilaku mitra dakwah.⁴⁶ Kedudukan pesan dakwah merupakan segala hal yang disampaikan oleh dai kepada *mad'uw*.⁴⁷ Pesan dakwah tersebut merupakan materi ajaran-ajaran Islam yang sumbernya adalah Al-Qur'an dan

⁴² Jalaludin, "Resistensi Terhadap Dakwah Konvensional Lewat Lenturan Humor: Sebuah Sudut Pandang Dakwah Humoritas Dalam Prespektif Mahasiswa Pecinta Masjid Di Universitas Hasanuddin," 1.

⁴³ "Qur'an Kemenag," accessed December 28, 2021, <https://quran.kemenag.go.id/>.

⁴⁴ Darmalaksana, "Diskursus Humor Dan Etika Dalam Prespektif Al-Qur'an: Sebuah Analisis Psikologi Sosial," 63–79.

⁴⁵ Aang Ridwan, "Humor Dalam Tabligh Sisipan Yang Sarat Estetika," *Jurnal Ilmu Dakwah* vol.4, no. (2010).

⁴⁶ Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, Revisi (Jakarta: Prenadamedia grup, 2016).

⁴⁷ H. Hafi Anshari, *Pemahaman Dan Pengamalan Dakwah* (Surabaya: Al-Ikhlash, 1993).

hadis, ijtihad, dan fatwa ulama, dapat juga berasal dari realitas kehidupan yang terjadi di masyarakat yang dapat sebagai *ibrah* (materi pelajaran bagi *mad'uw*). Pesan tersebut dapat berupa kata-kata, simbol, lambang, gambar, dan sebagainya yang diharapkan dapat memberikan pemahaman dan perubahan perilaku kalangan *mad'uw*.⁴⁸ Materi dakwah dapat disampaikan melalui berbagai media, salah satunya adalah dengan ceramah.

Menurut Mulyadi, pengertian ceramah adalah kegiatan menyampaikan informasi, pengetahuan, nasihat, dan lain-lain di depan khalayak umum.⁴⁹ Diperjelas oleh Ali Aziz, metode ceramah atau disebut juga *muhadlarah* atau pidato memiliki sifat monolog (searah) dari pendakwah ke audiensi, sekalipun sering juga diselipi atau diakhiri dengan dialog (komunikasi 2 arah) dalam bentuk tanya jawab.⁵⁰

Menurut Ali Aziz, dalam penyampaian ceramah, setidaknya terdapat beberapa bagian, yaitu: Pertama, bagian pembuka ceramah. Beberapa hal yang dapat disampaikan adalah menyebutkan topik ceramah, melukiskan latar belakang masalah, untuk mengantarkan pikiran dan menambahkan perhatian kepada pokok pembicaraan. Kedua, bagian isi ceramah. Berupa gagasan utama pesan dakwah yang hendak disampaikan. Ketiga, bagian penutupan ceramah yang harus memfokuskan pikiran dan gagasan pendengar kepada gagasan utamanya, hal ini dapat berupa pernyataan ikhtisar

ceramah dengan kalimat yang singkat dan bahasa yang berbeda.⁵¹

Secara isi atau pokok pembahasan dalam materi dakwah yang disampaikan dai, menurut Wahyu Ilaihi, serta Endang Saifuddin Anshari, setidaknya berkaitan tentang tiga hal yakni pesan akidah, pesan akhlak, dan pesan syariat. Pokok-pokok isi pesan dari masing-masing pesan dakwah tersebut adalah: (a) Pesan akidah, berkaitan dengan pembahasan iman kepada Allah Swt. Iman kepada malaikat-Nya, iman kepada kitab-kitab-Nya, iman kepada rasul-rasul-Nya, iman kepada hari akhir, iman kepada qada dan kadar; (b) Pesan syariah, meliputi pembahasan ibadah (seperti: taharah, salat, zakat, puasa, dan haji), *muamalah* yang meliputi hukum perdata (meliputi: hukum niaga, hukum nikah, dan hukum waris), serta hukum publik (meliputi: hukum pidana, hukum negara, hukum perang dan damai); (c) Pesan akhlak, meliputi akhlak kepada Allah Swt. Akhlak terhadap makhluk yang meliputi akhlak terhadap manusia (diri sendiri, tetangga, masyarakat lainnya), dan akhlak terhadap bukan manusia (terhadap flora, fauna, dan sebagainya).⁵²

Panduan mendesain pesan dakwah menurut Wahyu Ilaihi menekankan tentang beberapa cara yang dapat dilakukan untuk menyiapkan sebuah pesan dakwah dapat terorganisir dengan baik, antara lain: pertama, menentukan tujuan yang jelas. Kedua, mengorganisasikan ide dan menyesuaikan bahasa yang hendak dipakai.

⁴⁸ Ritonga, "Design Message Da'wah."

⁴⁹ Yadi Mulyadi, *Buku Teks Pendamping Bahasa Indonesia Untuk Siswa SMA-MA/SMK-MAK Kelas XI*. (Bandung: Yrama Widya, 2017).

⁵⁰ Ali Aziz, *Ilmu Dakwah: Edisi Revisi* (Jakarta: Kencana, 2019), <https://books.google.co.id/books?id=zcq2DwAAQBAJ>.

⁵¹ Aziz, *Ilmu Dakwah*, 365.

⁵² Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: Remaja rosdakarya offset, 2016).

Ketiga, membuat pesan yang jelas, tepat, dan meyakinkan.⁵³

Hal yang juga perlu diperhatikan dalam mendesain pesan dakwah adalah terkait teknik penyusunan pesannya. Cassandra dalam Kamaludin Ritonga menjelaskan, ada dua macam teknik penyusunan pesan, yakni penyusunan pesan yang bersifat informatif dan penyusunan pesan bersifat persuasif. Teknik penyusunan pesan yang bersifat informatif adalah penyusunan pesan yang lebih banyak ditujukan pada perluasan wawasan dan kesadaran khalayak. Prosesnya lebih banyak bersifat difusi atau penyebaran, sederhana, jelas, dan tidak banyak menggunakan jargon atau istilah-istilah yang kurang populer di kalangan khalayak.⁵⁴

Sedangkan, teknik penyusunan pesan yang bersifat persuasif memiliki tujuan untuk mengubah persepsi, sikap, dan pendapat khalayak. Terdapat beberapa teknik dalam penyusunan pesan persuasif, antara lain: (1) *Fear appeal*, yaitu metode penyusunan atau penyampaian pesan dengan menimbulkan rasa ketakutan bagi khalayak dengan menjelaskan dampak negatif seperti ancaman dosa, musibah, dan siksa di akhirat. (2) *Emotional appeal*, yaitu penyusunan pesan dengan cara membangkitkan emosional khalayak *mad'uw*. Misalnya, mengangkat masalah ras, suku, kesenjangan sosial, semangat jihad, dan sebagainya. Pesan-pesan yang dapat membakar emosional sangat berpengaruh dalam melahirkan jihad. (3) *Reward appeal*, yaitu penyusunan pesan dengan menawarkan janji-janji atau kabar gembira kepada khalayak. Dalam istilah dakwah teknik

reward ini disebut *tabisyir* (memberi kabar gembira) dan *wa'du* atau janji pahala, rezeki, ketenangan dan kebahagiaan di surga. (4) *Motivational appeal*, yaitu teknik penyampaian pesan dengan cara menumbuhkan internal psikologis khalayak sehingga, mereka dapat mengikuti pesan-pesan itu. Misalnya, menanamkan semangat ukhuwah, rasa nasionalisme, dan sebagainya. (5) *Humorous appeal*, yaitu penyusunan pesan yang disertai dengan humor, sehingga khalayak tidak merasa jenuh, pesan mudah diterima, enak dan menyegarkan. Tetapi harus diusahakan jangan sampai humornya lebih dominan dari materi pesan yang disampaikan.⁵⁵

Dari berbagai penjelasan terkait, desain pesan dakwah dapat disimpulkan beberapa hal penting atau unsur yang diperlukan dalam mendesain pesan dakwah yaitu, tujuan pesan dakwah, sumber humor dakwah, sistematika pesan dakwah, isi/pokok materi pesan dakwah ceramah, durasi dakwah.

Perumusan Etis Humor Dakwah Dalam Desain Pesan Dakwah

Cara kerja pada bagian analisis dengan menerapkan metode berpikir etis ke dalam setiap unsur desain pesan dakwah. Unsur-unsur yang perlu dirumuskan terkait etis humor dakwah dalam menyusun pesan dakwah berkaitan dengan: (1) etis humor dakwah terhadap tujuan pesan dakwah; (2) etis sumber humor dakwah; (3) etis penempatan humor dalam sistematika pesan dakwah; (4) etis materi humor dakwah terhadap isi/pokok materi pesan

⁵³ Ilahi, 100–101.

⁵⁴ Ritonga, "Design Message Da'wah."

⁵⁵ Ritonga.

dakwah ceramah; (5) etis waktu penyampaian dan durasi humor dakwah dalam pesan dakwah ceramah.

Etis Humor Dakwah Dalam Tujuan Pesan Dakwah

Diketahui bahwa, dakwah merupakan kegiatan menyeru manusia kepada kebajikan dan petunjuk, serta menyuruh menjalankan kebajikan dan melarang kemungkaran sesuai dengan ajaran Islam agar manusia mendapat kebahagiaan dunia dan akhirat.⁵⁶ Dari penjelasan tersebut maka, tujuan pesan dakwah adalah mengajarkan dan mengajak manusia ke dalam ajaran Islam. Sedangkan, humor adalah kegiatan memunculkan tawa sebagai hiburan.⁵⁷

Dikarenakan kegiatan utama adalah dakwah bukan humor maka, perlu didudukan dengan tepat antara humor dengan dakwah, sehingga jika nantinya menyelipkan unsur humor dalam pesan dakwah tentunya tidak boleh menggeser atau mengganti tujuan pesan dakwah.

Berdasarkan hakikat aktivitas humor dan dakwah maka dapat dirumuskan etis humor dalam tujuan pesan dakwah yaitu: pertama, kedudukan humor merupakan sisipan atau selingan dalam menyampaikan pesan dakwah, sehingga porsi tidak boleh berlebihan yang dapat membuat disorientasi pesan dakwah menjadi pesan humor. Kedua, tujuan humor dalam pesan dakwah adalah sebatas sebagai sarana memudahkan penyampaian pesan, teknik menarik perhatian *mad'uw*, sejenak

menghilangkan rasa jenuh yang dialami *mad'uw* selama proses mendengarkan ceramah.

Rumusan kaidah etis di atas masih sejalan dengan kaidah umum etis humor dakwah yaitu, bahwa kandungan humor dalam dakwah hanya sebagai selingan dan tidak boleh menggeser tujuan dakwah.⁵⁸ Serta, jika dihitung dampak baik-buruknya maka akan berdampak buruk jika humor tidak didudukan dengan tepat, karena ajaran Islam yang ada dalam pesan dakwah akan hilang dan bukan lagi kegiatan dakwah, namun menjadi kegiatan humor.

Etis Sumber Humor Dakwah

Berdasarkan teori pesan dakwah di atas dapat disimpulkan bahwa sumber humor dakwah adalah asal rujukan cerita humor yang disampaikan dalam pesan dakwah. Sumber pesan dakwah bisa berasal dari Al-Qur'an, hadis, kisah sejarah Islam, Ijmak ulama maupun realitas kehidupan sehari-hari.

Dikarenakan kedudukan cerita humor sebagai selingan atau sisipan dalam pesan dakwah yang tentunya tidak boleh menghilangkan substansi dakwah yaitu, mengajak pada kebaikan dan sesuai ajaran Islam, maka ketika menyisipkan humor hendaknya memperhatikan aspek rujukan sumber humor. Berdasarkan pertimbangan tersebut, maka rumusan etis sumber humor dalam pesan dakwah antara lain: 1) sumber humor diperbolehkan berasal dari hadis, sejarah, ijmak ulama maupun realitas kehidupan sehari-hari; (2) namun tentunya

⁵⁶ Aziz, *Ilmu Dakwah*.

⁵⁷ Sicilia Anastasya, "Teknik-Teknik Humor Dalam Program Komedi Di Televisi Swasta Nasional Indonesia," *Jurnal E-Komunikasi* 1, no. 1 (2013): 1-11,

<http://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/88>.

⁵⁸ Ridwan, "Humor Dalam Tabligh Sisipan Yang Sarat Estetika," 2010.

ketika menjadikan hadis, sejarah Islam ataupun ijmak ulama sebagai sumber humor tentunya harus terdapat cerita atau kandungan humor dalam hadis, sejarah ataupun isi ijmak ulama tersebut, bukan menjadikan guyonan sehingga merendahkan. Sebagai contoh, hadis yang bisa dijadikan humor sebagaimana Nabi bercanda dengan istri, sahabat dan salah seorang wanita tua yang bertanya tentang kehidupan surga.⁵⁹

Salah satu contoh hadisnya: Sebagaimana yang diriwayatkan oleh Ahmad dan Abi Dawud RA): Aisyah RA berkata, “Aku pernah bersama Rasulullah saw. dalam suatu perjalanan, saat itu tubuhku masih ramping. Beliau lalu berkata kepada para sahabat beliau, “Silakan kalian berjalan duluan!” Para sahabat pun berjalan duluan semua, kemudian beliau berkata kepadaku, “Marilah kita berlomba.” Aku pun menyambut ajakan beliau dan ternyata aku dapat mendahului beliau dalam berlari. Beberapa waktu setelah kejadian itu dalam sebuah riwayat disebutkan: “Beliau lama tidak mengajaku bepergian sampai tubuhku gemuk dan aku lupa akan kejadian itu.” suatu ketika aku bepergian lagi bersama beliau. Beliau pun berkata kepada para sahabatnya. “Silakan kalian berjalan duluan.” Para sahabat pun kemudian berjalan lebih dulu. kemudian beliau berkata kepadaku, “Marilah kita berlomba.” Saat itu aku sudah lupa terhadap kemenanganku pada waktu yang lalu dan kini badanku sudah gemuk. Aku berkata, “Bagaimana aku dapat mendahului engkau, wahai Rasulullah, sedangkan keadaanku seperti ini?” Beliau

berkata, “Marilah kita mulai.” Aku pun melayani ajakan berlomba dan ternyata beliau mendahului aku. Beliau tertawa seraya berkata, “ Ini untuk menebus kekalahanku dalam lomba yang dulu.” (HR Ahmad dan Abi Dawud).⁶⁰

(3) hendaknya tidak menjadikan Al-Qur’an sebagai sumber humor dakwah atau bahan lelucon; (4) meskipun hanya sebagai bahan humor namun penggalan sumber humor harus dari sumber yang valid, tidak boleh ada unsur kebohongan atau karangan.

Rumusan kaidah etis di atas dengan mempertimbangkan beberapa hal, yaitu: pertama, dikarenakan humor yang disampaikan harus linier dengan pesan dakwah yang di dalamnya juga memuat ajaran dari hadis, sejarah dan realitas sehari-hari maka sumber humor bisa digali dari hadis, ijmak, sejarah ataupun realitas sehari-hari. Kedua, hadis, sejarah, ijmak yang diambil harus dalil yang bercerita tentang humor agar tidak memilih dalil-dalil yang mengandung ajaran yang tidak bersifat bercanda agar nilai dari dalil tersebut tetap terjaga dan tidak direndahkan, sebab dalil merupakan hal sensitif bagi *mad’uw* dan berpotensi menimbulkan penolakan pesan dakwah jika ada dalil yang dilecehkan. Ketiga, tidak boleh mengambil sumber humor dalam Al-Qur’an dikarenakan di dalam Al-Qur’an tidak ada pesan atau kisah humor di dalamnya, juga dalam rangka menjaga kredibilitas Al-Qur’an sebagai hujah utama dan tertinggi dari Allah Swt. Selain itu, agar Al-Qur’an tidak sampai dianggap sebagai kitab berisi *dagelan/guyonan*.

⁵⁹ Ridwan, “Humor Dalam Tabligh Sisipan Yang Sarat Estetika,” 2010.

⁶⁰ Lihat Ibnu Al-Jauzi, Ahla al-hikayat min Kitabi al-Adzkiya, edisi terjemahnya, Humor Cerdas Ala Orang-Orang Cerdik,

(Jakarta: Qisthi Press, 2007). hlm.15. dalam jurnal Aang Ridwan, Humor dalam tabligh sisipan yang sarat estetika, Jurnal Ilmu Dakwah Vol. 4 No. 15 Januari-Juni 2010, h.944-945

Keempat, sumber humor harus valid atau tidak ada kebohongan agar tidak mengurangi nilai kebenaran atau nilai ajaran Islam dari pesan dakwah yang disampaikan.

Etis Penempatan Humor Dakwah Dalam Sistematika Pesan Dakwah

Sebagaimana kedudukan humor dakwah dalam ceramah yang menjadi sisipan, tidak boleh berlebihan dalam penyampaiannya, serta tujuan adanya humor dakwah untuk memudahkan pesan dakwah yang disampaikan dan untuk menghindari kejenuhan dalam penerimaan materi dakwah, maka dalam mendesain pesan dakwah lewat ceramah, perlu juga memperhatikan penempatan humor dakwah dalam ceramah.

Rumusan etis penempatan humor dakwah dalam sistematika pesan dakwah antara lain: (1) sisipan humor sebaiknya tidak disampaikan sebagai pembuka agar kesan pertama materi dakwah yang disampaikan tidak ditangkap humornya dahulu sehingga mengurangi keseriusan dari pesan dakwah yang akan disampaikan, dan juga tidak disampaikan saat penutup agar tidak membekas humornya sebagai kesimpulan, sehingga menutupi hikmah dari pesan dakwah yang disampaikan, selain itu selingan humor tidak boleh disampaikan saat pengucapan selawat kepada Nabi Muhammad saw. serta doa penutup agar tidak menimbulkan resistensi dari *mad'uw* sebab dianggap mengurangi rasa penghormatan kepada Nabi dan nilai sakral dari doa; (2) pemberian sisipan humor dakwah bisa saat mengawali materi dakwah, sebagai deskripsi contoh realitas pesan dakwah yang akan disampaikan, atau juga bisa setelah materi dakwah sebagai upaya memudahkan contoh materi dakwah yang

telah disampaikan; (3) humor sebaiknya disisipkan di jeda antar isi materi pesan yang sedang disampaikan. Dapat disampaikan misalnya, pada perpindahan antar pokok gagasan inti pesan, atau jeda topik ceramah kedua dan ketiga, atau jeda topik ceramah ke dua dan keempat. Hal ini, dalam rangka pesan dakwah dai dapat terserap terlebih dahulu dibandingkan humor yang diberikan serta jeda humor pun diberikan untuk menurunkan tensi ketegangan *mad'uw* dalam proses penerimaan materi dakwah; (4) Humor tidak dijadikan sebagai bagian dari kesimpulan pokok ceramah, hal ini bertujuan agar *mad'uw* dapat jelas menangkap simpulan pesan dakwah yang disampaikan, bisa mengambil hikmah dari materi dakwah serta menerapkan dalam kehidupan kesehariannya; (5) Dalam penyampaian pesan dakwah yang berorientasi informatif, humor dakwah dapat disisipkan pada jeda antar isi gagasan informatif, dalam rangka penyegaran atau mengurangi ketegangan atau kepenatan saat menerima wawasan dakwah yang bersifat informatif; (6) Dalam penyampaian pesan dakwah yang berorientasi persuasif, humor dakwah tidak disisipkan pada bagian yang berkaitan dengan penghayatan nilai-nilai akhirat dan akidah sebab membuat nuansa penghayatan menjadi hilang (tujuan perenungan menjadi *banyol*); (7) humor tidak disisipkan pada penyampaian pesan dakwah berorientasi persuasif yang menggunakan teknik *fear around appeal*. Hal ini, agar tidak merusak orientasi teknik *fear around appeal* yang hendak membangun keseriusan dan kefokuskan terhadap materi yang disampaikan; (8) humor dapat disisipkan pada penyampaian pesan dakwah berorientasi persuasif yang menggunakan teknik *emosional appeal*, *reward appeal* dan *motivational appeal*

untuk membangun nuansa pesan dakwah persuasif yang lebih hidup dan riil.

Rumusan etis humor dalam desain pesan dakwah di atas juga sejalan dengan kaidah umum etis humor dakwah yaitu, humor dakwah hendaknya bersifat edukatif, kritis dan aplikatif, serta humor tidak boleh merusak tujuan dakwah yaitu menyadarkan *mad'uw* terhadap ajaran Islam.⁶¹

Etis Materi Humor Dakwah Terhadap Isi/Pokok Pesan Dakwah

Maksud materi humor dakwah adalah cerita-cerita humor yang dipilih untuk disisipkan dalam pesan dakwah. Pemilihan materi humor pada desain pesan dakwah menjadi perlu sebab sebelum berceramah seorang dai akan mempersiapkan pesan dakwah secara detail mulai topik ceramah, susunan gagasan inti dan penjabaran, data pendukung, dalil yang digunakan termasuk juga bahan-bahan, atau materi humor yang akan disampaikan.

Berdasarkan asumsi di atas maka etis materi humor dakwah terhadap isi/pokok pesan dakwah, antara lain: (1) Materi humor dakwah harus berkaitan dengan tema dakwah yang sedang dibahas saat itu. Jika membahas materi tentang akhlak pada sesama manusia, maka juga dapat mengangkat humor dakwah yang berkaitan dengan akhlak sesama manusia. Hal ini, agar struktur pembahasan pesan dakwah yang sedang dibangun dalam rangka informatif maupun persuasif dapat konsisten dan linier, tidak rusak sebab melompat membahas hal *'out of topic'* yang dapat membuat *mad'uw* menjadi bingung/tidak memahami

kebersambungan pesannya; (2) Materi humor dakwah yang disampaikan harus dapat ditangkap *mad'uw* sebagai humor dakwah, bukan sebagai inti materi dakwah. Sehingga, lebih baik menyampaikan humor yang sederhana, mudah dipahami *mad'uw* dan familier. Hal ini, dengan pertimbangan agar *mad'uw* jelas dalam menerima inti materi dakwah dan selingan humor; (3) Materi humor harus benar, tidak mengandung kebohongan/dusta, tidak mengandung rasisme/penghinaan, tidak mengandung pornografi serta tidak menciptakan ketakutan/kecemasan pada *mad'uw*. Hal ini dengan pertimbangan agar tetap menjaga muruah dan kredibilitas dai serta materi dakwah yang disampaikan, berorientasi *rahmatan lil alamin*, menjaga karakteristik pesan dakwah yang orisinal dari Allah Swt. Universal, masuk akal, dan membawa kebaikan, serta tidak berdampak terhadap pelanggaran hukum yang berlaku misalnya pelanggaran terhadap UU ITE; (4) Setelah menyampaikan materi humor dakwah, harus diberi penjelasan terkait analisis makna atau maksud pesan humor dakwah yang disampaikan tersebut. Pemberian penjelasan atau analisis bertujuan agar *mad'uw* tidak berbeda-beda persepsi memaknai pesan humor dakwah tersebut, dan juga agar paham keterhubungan humor dengan tema kajian dakwah yang sedang disampaikan.

Etis Waktu Penyampaian Dan Durasi Humor Dakwah Dalam Pesan Dakwah Ceramah

Dalam penyampaian pesan ceramah, tentu terdapat durasi waktu yang harus diperhatikan dan menjadi pertimbangan saat dai hendak menyisipkan humor dakwah

⁶¹ Aang Ridwan, "Humor Dalam Tablig Sisipan Yang Sarat Estetika," *Ilmu Dakwah* 5, no. 15 (2010): 921–56, <https://doi.org/https://doi.org/10.15575/idajhs.v5i15.428>.

dalam pesan ceramahnya. Durasi humor dakwah didasarkan atas durasi total waktu pesan dakwah ceramah yang hendak disampaikan dai. Adakalanya ceramah memerlukan waktu yang cukup panjang hingga lebih dari 30 menit seperti khotbah hari raya, khotbah Jumat,⁶² namun, ada kalanya juga ceramah berdurasi singkat seperti saat ceramah kultum.

Berdasarkan asumsi di atas maka, etis materi humor dakwah yang berkaitan dengan durasi humor dalam pesan dakwah:

Pertama, humor dapat disisipkan terutama saat penyampaian materi ceramah berlangsung selama lebih dari 30 menit yang memungkinkan *mad'uw* mengalami penurunan konsentrasi dan fokus dalam menerima materi dakwah yang disampaikan dai. Kedua, humor disisipkan pada jeda strategis saat menyampaikan pesan dakwah. Jeda strategis adalah istirahat sejenak sekitar 3-5 menit dalam proses pembelajaran, setelah pembelajaran berjalan selama periode waktu 25-30 menit. Humor disisipkan tidak sampai melebihi 5 menit setiap sesi humor yang diberikan. Hal ini, mengacu pada pendapat Cooper dan Sawaf yakni, jika seseorang bekerja dan belajar terlalu lama pada kegiatan-kegiatan yang memeras otak, waktu yang dibutuhkan untuk memecahkan masalah meningkat hingga 500 persen (lima kali lipat).⁶³ Oleh karena itu, diperlukan istirahat yang disebut jeda strategis. Jeda strategis adalah istirahat singkat secara sadar dari pekerjaan setiap 20 hingga 30 menit untuk menyempatkan diri mengubah perhatian dan fokus serta relaksasi. Senada itu, berdasarkan hasil

penelitian Bobbi DePotter dan Mike Hernacki dalam buku *Quantum Learning*, juga disampaikan jika melaksanakan pembelajaran tanpa henti selama 90 menit, maka konsentrasi dan daya ingat peserta akan menurun mencapai titik terendah. Penurunan dapat mencapai lebih dari 50%, dan hal ini tentu dapat berpengaruh terhadap pemerolehan pengetahuan dan capaian hasil belajar. Tetapi jika pembelajaran diselingi jeda strategis pada setiap periode 30 menit, maka daya ingat dan konsentrasi dapat terpelihara konstan.⁶⁴

Kesimpulan

Dari analisis di atas maka dapat diambil kesimpulan bahwa, rumusan etis humor dalam desain pesan dakwah meliputi aspek (1) etis humor dakwah terhadap tujuan pesan dakwah; (2) etis sumber humor dakwah; (3) etis penempatan humor dalam sistematika pesan dakwah; (4) etis materi humor dakwah terhadap isi/pokok materi pesan dakwah ceramah; (5) etis durasi humor dakwah.

Rumusan kaidah etis humor dalam desain pesan dakwah, antara lain: *pertama*, humor boleh digunakan dalam dakwah namun kedudukan sebagai selingan dengan tujuan menurunkan kejenuhan *mad'uw* selama mendengarkan ceramah dan tidak boleh menggeser tujuan pesan dakwah yaitu, mengajarkan dan mengajak manusia pada ajaran Islam.

Kedua, humor yang digunakan dalam desain pesan dakwah lebih baik bersumber dari

⁶² Aziz, *Ilmu Dakwah*, 265.

⁶³ Robert K. Cooper and Adyaman Sawaf, *Executive EQ: Kecerdasan Emosional Dalam Kepemimpinan Dan Organisasi*, ed. Alex Tri Kantjono Widodo, accessed

November 24, 2021, <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=441831>.

⁶⁴ D Darmansyah, *Strategi Pembelajaran Menyenangkan Dengan Humor* (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), 190–91.

hadis, sejarah, ijmak ulama maupun realitas kehidupan sehari-hari yang memang mengandung cerita atau kandungan humor, serta tidak menjadikan Al-Qur'an sebagai sumber humor dakwah atau bahan lelucon. Meskipun hanya sebagai bahan humor namun, penggalian sumber humor harus dari sumber yang valid, tidak boleh ada unsur kebohongan atau karangan.

Ketiga, penempatan humor dakwah dalam pesan dakwah harus tepat agar tidak merusak isi materi dakwah dan penerimaan *mad'uw*. Untuk itu humor dalam pesan dakwah lebih baik dipilih yang sesuai dengan tema dakwah. Tidak ditempatkan pada pembuka, penutup, kesimpulan, pembacaan selawat Nabi dan doa agar tidak ditangkap sebagai kesimpulan materi, menjadi berbekas, menimbulkan resistensi *mad'uw* dan menghilangkan unsur kesakralan. Selingan humor bisa ditempatkan saat jeda pergantian antar materi atau memberikan contoh real. Serta tidak menggunakan selingan humor pada materi yang mengandung penghayatan.

Keempat, meskipun sebagai selingan dakwah namun materi humor yang akan disampaikan juga perlu direncanakan. Ketentuan yang perlu diperhatikan adalah pemilihan materi humor harus berkaitan dengan tema dakwah/ceramah yang akan disampaikan, tidak boleh mengandung unsur penghinaan terhadap SARA, kebohongan dan pornografi, serta perlu diberikan penjelasan terhadap humor agar *mad'uw* memiliki persepsi yang sama terhadap materi humor yang diberikan dan

ditangkap sebagai humor bukan inti materi dakwah.

Kelima, *timing* dan durasi penyampaian humor dakwah hendaknya disampaikan ketika dakwah berlangsung selama lebih dari 30 menit, dan durasi waktu penyampaian humor dakwah mempertimbangkan jeda strategis penyampaian materi dakwah, yakni jeda istirahat sejenak selama 3-5 menit setiap penyampaian materi dakwah sekitar 25-30 menit.

Dari hasil tulisan ini, mengenai rumusan ketentuan etis humor dalam desain dakwah harapannya dapat dijadikan referensi bagi dai atau penyelenggara kegiatan dakwah, untuk memperhatikan etis penyusunan pesan dakwah jika menyelipkan humor di dalamnya.

Tidak dipungkiri bahwa, penelitian tentang etis humor dakwah masih bisa dikembangkan ke dalam setiap unsur dakwah, sehingga penelitian selanjutnya bisa melengkapi kajian tentang etis humor dakwah, misalnya meneliti aspek syarat dan kompetensi dai yang bisa menggunakan humor dalam dakwah, atau meneliti etis penggunaan metode dalam dakwah yang mengandung humor, atau meneliti etis pemilihan dan penggunaan media dakwah yang terkandung humor di dalamnya. Dengan dilengkapi penelitian yang lain maka bisa terumuskan kaidah etis penggunaan humor dalam dakwah yang lengkap.

Bibliografi

- A. Jones, A. McKim, M. Reiss (eds.), *Ethics in the Science and Technology Classroom: A New Approach to Teaching and Learning*, 07–17. © 2010 Sense Publishers. All rights reserved. <https://doi.org/>, DOI: 10.1163/9789460910715_003
- Abdullah, M. Yatimin. *Pengantar Studi Etika*. PT RajaGrafindo Persada, 2006.
- Amin, Ahmad. *Etika Ilmu Akhlak*. Jakarta: PT Bulan Bintang, 1991.
- Anastasya, Sicilia. "Teknik-Teknik Humor Dalam Program Komedi Di Televisi Swasta Nasional Indonesia." *Jurnal E-Komunikasi* 1, no. 1 (2013): 1–11. <http://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/88>.
- Awaliyah, Rabiatul. "Persepsi Masyarakat Terhadap Humor Dalam Ceramah Oleh Juru Dakwah Di Kota Banjarmasin." UIN Antasari Banjarmasin, 2011.
- Aziz, Ali. *Ilmu Dakwah: Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana, 2019. <https://books.google.co.id/books?id=zcq2DwAAQBAJ>.
- . *Ilmu Dakwah*. Revisi. Jakarta: Prenadamedia grup, 2016.
- Bertens, K. *Etika*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2011.
- Cooper, Robert K., and Adyman Sawaf. *Executive EQ : Kecerdasan Emosional Dalam Kepemimpinan Dan Organisasi*. Edited by Alex Tri Kantjono Widodo. Accessed November 24, 2021. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=441831>.
- Darmalaksana, Muhammad Yoga Firdaus dan Wahyudin. "Diskursus Humor Dan Etika Dalam Prespektif Al-Qur'an: Sebuah Analisis Psikologi Sosial." *Maghza: Jurnal Ilmu Al-Qur'an Dan Tafsir* vol.6, no. (2021). <https://doi.org/>. DOI: 10.24090/maghza.v6i1.4419.
- Darmansyah, D. *Strategi Pembelajaran Menyenangkan Dengan Humor*. Jakarta: Bumi Aksara, 2012.
- Dewan Pers. *Buku Saku Wartawan*. Vol. 148. Jakarta: Dewan Pers, 2017.
- Gurnita, Angga. "Respon Masyarakat Terhadap Metode Dakwah Kiai Cepot." UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2011.
- H. Hafi Anshari. *Pemahaman Dan Pengamalan Dakwah*. Surabaya: Al-Ikhlas, 1993.
- Hasanah, Nur, and Andi Agussalim. "Humor Dalam Wacana Dakwah Islamiyah Di Trans TV." *Indonesia: Jurnal Pembelajaran Bahasa Dan Sastra Indonesia* Vol 2, No (2021). <https://doi.org/https://doi.org/10.26858/indonesia.v2i2.21598>.
- Hilmi, Mustofa. "Humor Dalam Pesan Dakwah." *Jurnal Ilmu Dakwah* 38, no. 1 (2019): 87. <https://doi.org/10.21580/jid.v38.1.3972>.
- Ibrahim, Syafiq Yusab. "Humor Mualaf Teknik Retorika Dakwah Ustad Bangun Samudra." UIN Sunan Ampel Surabaya, 2019.
- Ilaihi, Wahyu. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: Remaja rosdakarya offset, 2016.
- Jaakkola, Lina. "Designing Conceptual Articles: Four Approaches,." *AMS Review* 10, 2020, 23. <https://doi.org/>, doi:10.1007/s13162-020-00161-0.
- Jalaludin. "Resistensi Terhadap Dakwah Konvensional Lewat Lenturan Humor: Sebuah Sudut Pandang Dakwah Humoritas Dalam Prespektif Mahasiswa Pecinta Masjid Di Universitas Hasanuddin." UIN Alaudin Makassar, 2015.
- Japarudin. "Humor Dalam Aktifitas Tabligh." *Syi'ar* vol.17, no (2017): 13.
- . "Humor Dalam Aktivitas Tabligh." *Jurnal Ilmiah Syi'ar* 17, no. 2 (2017): 11. <https://doi.org/10.29300/syr.v17i2.890>.

- “Kemampuan Optimal Otak Serap Pelajaran Hanya 20 Menit | Republika Online.” Accessed November 24, 2021. <https://republika.co.id/berita/oda9jx284/kemampuan-optimal-otak-serap-pelajaran-hanya-20-menit>.
- Maghfiroh, Nurul. “Teknik Humor Dakwah KH. Imam Chambali Dalam Teori Humor Goldstein Dan McGhee Di Program Padhange Ati JTV.” UIN Sunan Ampel Surabaya, 2018.
- Magnis-Suseno, Franz. *Etika Politik : Prinsip-Prinsip Moral Dasar Kenegaraan Modern*. Jurnal Mandala : Jurnal Ilmu Hubungan Internasional. Cet. 4. Vol. 1. Gramedia Pustaka Utama, 1994.
- Mulyadi, Yadi. *Buku Teks Pendamping Bahasa Indonesia Untuk Siswa SMA-MA/SMK-MAK Kelas XI*. Bandung: Yrama Widya, 2017.
- Munir, M, and Wahyu Ilaihi. *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2006.
- Murfianti, Fitri. “KOMODIFIKASI DAKWAH DALAM RELIGIOTAINMENT DI STASIUN TELEVISI INDONESIA.” *Pendhapa* 3, no. 1 (2012). <https://doi.org/10.33153/PENDHAPA.V3I1.1191>.
- Nugroho, Ibnu. “Humor Sebagai Komunikasi Dakwah (Studi Kasus Humor Kiai Di Pondok Pesantren Huda'ul Muna 1.” IAIN Ponorogo, 2019.
- Pane, Hemas Praschua. “Humor Dalam Dakwah (Analisis Isi Video Komedi Pada Akun @Nunuzoo).” UIN Sunan Ampel Surabaya, 2019.
- Peursen, C. A. van, A. Sonny Keraf, and K. Bertens. “Fakta, Nilai, Peristiwa: Tentang Hubungan Antara Ilmu Pengetahuan Dan Etika,” 1990. <http://lib.ui.ac.id>.
- Poedjawiyatna. *Etika Filsafat Tingkah Laku*. Jakarta: Rineka Cipta, 1990.
- “Qur’an Kemenag.” Accessed December 28, 2021. <https://quran.kemenag.go.id/>.
- Reiss, Michael. “Ethical Thinking.” In *Ethics in the Science and Technology Classroom: A New Approach to Teaching and Learning*, edited by A. Jones, A. McKim, and M. Reiss, 7–17. Sense Publishers, 2010.
- RI, Kemenag. “Ali ‘Imran - آل عمران | Qur’an Kemenag.” Accessed November 24, 2021. <https://quran.kemenag.go.id/sura/3/110>.
- Ridwan, Aang. “Humor Dalam Tablig Sisipan Yang Sarat Estetika.” *Ilmu Dakwah* 5, no. 15 (2010): 921–56. <https://doi.org/https://doi.org/10.15575/idajhs.v5i15.428>.
- . “Humor Dalam Tabligh Sisipan Yang Sarat Estetika.” *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies* 5, no. 15 (2010): 921–56. <https://doi.org/10.15575/IDAJHS.V5I15.428>.
- . “Humor Dalam Tabligh Sisipan Yang Sarat Estetika.” *Jurnal Ilmu Dakwah* vol.4, no. (2010).
- Ritonga, Kamaluddin. “Design Message Da’wah.” *Hikmah* vol.10, no (2016). <https://doi.org/DOI: 10.24952/hik.v10i2.699>.
- Sulfiani, Emi. “Bahasa Humor Dalam Ceramah Ustadz Das’ad Latif.” Univ. Muhammadiyah Makassar, 2020.
- Surya, Alan, and Refita Prostyaningtyas. “Kedudukan Antar Pesan Dakwah: Studi Ceramah Ustazah Mumpuni Handayekti Dalam Program Aksi Asia.” *Realita : Jurnal Penelitian Dan Kebudayaan Islam* 19, no. 1 (2021): 21–37. <https://doi.org/10.24952/fitrah.v2i2.475>.
- Wahyudianto, Dhanny. “Etika Sukse'si Di Organisasi Dakwah.” *Inteleksia*, 2021, 82.
- Wandi. “Penggunaan Humor Dalam Dakwah Komunikasi Islam.” *Al-Din: Jurnal Dakwah Dan*

- Sosial Keagamaan*, n.d. <https://doi.org/>, DOI : 10.35673/ajdsk.v5i1.573.
- . “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>.
- Widiana, Nur Huda. “Tantangan Penerapan Nilai-Nilai Etika Dakwah Pada Program Dakwahtainment Di Televisi 392-393.” *At-Tabsyir: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* vol.4, no. (2016): 392-393.

*Fenny Mahdaniar
Alan Surya*