



PROBLEMATIKA DAKWAH HUMOR: ANTARA DAYA TARIK DAN DANGKALNYA SUBSTANSI (TINJAUAN EPISTEMOLOGIS TERHADAP TEOLOGI TRANSFORMATIF DAN RETORIKA POPULER)

Ayu Trysnawati¹⁾, Suf Kasman²⁾, Ramsiah Tasruddin³⁾

¹⁾Dirasah Islamiyah, Pascasarjana, UIN Alauddin Makassar, Makassar, Indonesia
Email: ayu.trysnawati@uin-alauddin.ac.id

²⁾Dirasah Islamiyah, Pascasarjana, UIN Alauddin Makassar, Makassar, Indonesia
Email: suf.kasman@uin-alauddin.ac.id

³⁾Dirasah Islamiyah, Pascasarjana, UIN Alauddin Makassar, Makassar, Indonesia
Email: ramsiah.tasruddin@uin-alauddin.ac.id

Abstract

This The phenomenon of humorous da'wah (religious outreach) in a contemporary context reveals a significant shift in religious communication practices, particularly amidst the dominance of popular culture and digital media. This article aims to analyze the issues surrounding humorous da'wah from an epistemological perspective, highlighting the tension between popular rhetorical appeal and the depth of theological substance within the framework of transformative theology. Employing a qualitative approach and descriptive-analytical library research, the study examines scholarly literature on contemporary da'wah, humor, and religious communication published over the last five years. The finding indicate that humor in da'wah has transformed from a mere rhetorical technique into a communication paradigm that shapes the construction of religious knowledge. Humor serves as an effective mechanism for cognitive and affective simplification, bridging the gap between complex theological teachings and the audience's reality. However, the dominance of humor also triggers an epistemological shift, wherein the validity of the message is determined more by audience response than by substantive depth. Furthermore, humorous da'wah has become integrated into the logic of the digital cultural industry, leading to commodification that threatens to shift the orientation of da'wah from education to entertainment. This phenomenon implies a trend of theological de-substantiation, where religious messages become superficial due to the dominance of popular rhetoric. Consequently, this study emphasizes the importance of formulating ethical communication guidelines for the use of humor in da'wah. Humor must be positioned as an instrument rather than a primary goal, while remaining grounded in prophetic values that foster liberation and critical awareness. Thus, a synthesis between transformative theology and popular rhetoric can be achieved by balancing communicative appeal with theological depth.

Keywords: Humorous preachin; Epistemology of preaching; Commodification of religion; Popular rhetoric

Abstrak

Fenomena dakwah humor dalam konteks kontemporer menunjukkan pergeseran signifikan dalam praktik komunikasi keagamaan, terutama di tengah dominasi budaya populer dan media digital. Artikel ini bertujuan untuk menganalisis problematika dakwah humor dari perspektif epistemologis dengan menyoroti ketegangan antara daya tarik retorika populer dan kedalaman substansi teologis dalam kerangka teologi transformatif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode kepustakaan (library research) yang bersifat deskriptif analitis, dengan mengkaji berbagai literatur ilmiah terkait dakwah kontemporer, humor, dan komunikasi keagamaan dalam lima tahun terakhir. Hasil penelitian menunjukkan bahwa humor dalam dakwah telah mengalami transformasi dari sekadar teknik retorika menjadi paradigma komunikasi yang membentuk konstruksi pengetahuan keagamaan. Humor berfungsi sebagai mekanisme simplifikasi kognitif dan afektif yang efektif dalam menjembatani kompleksitas ajaran teologis dengan realitas audiens. Namun, dominasi humor juga memicu pergeseran epistemologis, di mana validitas pesan lebih ditentukan oleh respons audiens dibandingkan kedalaman substansi. Selain itu, dakwah humor telah terintegrasi dalam logika industri budaya digital, sehingga mengalami komodifikasi yang berpotensi menggeser orientasi dakwah dari edukasi menuju hiburan. Implikasi dari fenomena ini adalah munculnya gejala de-substansiasi teologis, di mana pesan keagamaan mengalami pendangkalan akibat dominasi retorika populer. Oleh karena itu, penelitian ini menegaskan pentingnya formulasi etis komunikatif dalam penggunaan humor dakwah. Humor harus diposisikan sebagai instrumen, bukan tujuan utama, serta tetap berorientasi pada nilai-nilai profetik yang membebaskan dan menyadarkan. Dengan demikian, sintesis antara teologi transformatif dan retorika populer dapat diwujudkan melalui keseimbangan antara daya tarik komunikasi dan kedalaman substansi teologis.

Kata Kunci: Dakwah humor; Epistemologi Dakwah; Komodifikasi Agama; Retorika Populer



PENDAHULUAN

Dakwah kontemporer saat ini tengah berada di pusaran arus desakralisasi dan komodifikasi yang dipicu oleh nalar kapitalisme media. Sebagai sebuah proses komunikasi transformatif, dakwah tidak lagi sekadar diposisikan sebagai transmisi keilmuan normatif dan doktriner yang rigid, melainkan telah mengalami pergeseran kultural menjadi bagian dari industri hiburan populer. Fenomena ini melahirkan apa yang disebut sebagai komedifikasi pesan keagamaan, di mana batas antara yang sakral (*the sacred*) dan yang profan (*the profane*) menjadi kabur karena tuntutan pasar media.

Salah satu manifestasi paling masif dari pergeseran paradigma komunikasi keagamaan ini adalah maraknya penggunaan humor sebagai instrumen retorika utama oleh para mubaligh panggung maupun dai digital. Sebagaimana dikemukakan oleh (Huda, 2022) dalam penelitiannya mengenai etika komunikasi mubaligh kontemporer. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Arus industri kultural yang sangat kuat memaksa ruang publik keagamaan mengadopsi elemen rekreatif, sehingga mubaligh dituntut untuk terus memproduksi kelucuan estetis demi mempertahankan loyalitas dan atensi jamaah urban yang cepat bosan.

Fenomena "dakwah humor" ini muncul sebagai antitesis terhadap model dakwah konvensional atau monolog yang sering kali dipersepsikan kaku, menjemukan, dan gagal beradaptasi dengan psikologi masyarakat modern. Secara psikologis dan sosiologis, eksistensi humor dalam ruang dakwah memiliki legitimasi pragmatis yang kuat. Humor diakui sebagai pelumas sosial (*social lubricant*) yang efektif untuk menurunkan resistensi kognitif (*psychological reactance*) audiens, meruntuhkan formalitas komunikasi, serta mempermudah internalisasi pesan teologis yang abstrak ke dalam realitas keseharian yang praktis.

Menurut (Slama, 2021) menegaskan bahwa dakwah yang memanfaatkan aspek humor dan interaksi afektif di media sosial mampu menciptakan politik emosi yang kuat, yang pada gilirannya mendemokratisasi otoritas keagamaan penceramah di mata generasi muda. Melalui humor, nilai-nilai keagamaan dikemas menjadi lebih ramah, inklusif, dan mudah dicerna oleh berbagai strata sosial, khususnya masyarakat urban yang memiliki keterbatasan waktu dan ruang untuk melakukan kontemplasi spiritual yang mendalam.

Namun demikian, dari perspektif epistemologi dakwah, integrasi humor yang berlebihan di ruang publik menyisakan persoalan mendasar yang krusial. Ketika fungsi rekreasi (*entertainment*) mereduksi fungsi edukasi nilai (*education*), di situlah distorsi teologis dimulai. Terjadi gejala de-substansiasi agama, di mana kajian teologis yang membutuhkan kedalaman analisis, keseriusan berpikir, dan keterpautan hati (*khusyu'*) dikalahkan oleh atmosfer teatrikal yang superfisial. Dampak pendangkalan ini dalam studi (Pribadi, 2021) menggambarkan bahwa Populisme religius yang berwujud dalam dakwah-dakwah populer di Indonesia sering kali terjebak dalam batas tipis antara

menghibur dan de-substansiasi, di mana bobot teologis dan pesan moral orisinal dari syariat sengaja dikorbankan demi mengejar popularitas elektoral.

Tawa audiens yang meledak di ruang-ruang pengajian sering kali menjadi indikator keberhasilan semu. Mereka mengingat lelucon sang penceramah, tetapi kehilangan esensi doktrin ketuhanan yang seharusnya menggetarkan jiwa. Trivialisasi teologis ini berimplikasi pada lahirnya pemahaman keagamaan yang hitam putih, parsial, dan miskin akan nalar kritis dan reflektif.

Secara teoretis, problematika ini memicu benturan epistemologis yang tajam antara prinsip Teologi Transformatif dan Retorika Populer. Teologi transformatif memandang dakwah sebagai agen perubahan sosial (*social change*) berlandaskan nilai-nilai profetik yang bertujuan melakukan pembebasan (*liberation*) dan penyucian jiwa (*tazkiyatun nafs*). Sebaliknya, retorika populer menempatkan dakwah dalam ekosistem masyarakat tontonan (*spectacle society*), di mana nilai sebuah pesan diukur dari seberapa besar daya pikat, popularitas, dan komoditas pasar yang mampu dihasilkannya. Ketika dai lebih disibukkan dengan taktik memancing tawa demi menjaga performativitas panggung, maka dakwah telah kehilangan fungsi profetiknya dan bergeser menjadi sekadar tontonan profan yang menghibur.

Meskipun kajian mengenai dakwah populer dan digitalisasi Islam di Indonesia telah banyak dilakukan oleh para sarjana, sebagian besar literatur terdahulu cenderung berfokus pada aspek sosiologis pergeseran otoritas keagamaan digital dan analisis resepsi pemirsa terhadap media baru. Belum banyak kajian yang secara spesifik membedah fenomena dakwah humor ini melalui pendekatan epistemologis kepastakaan (*library research*) yang membenturkan secara konseptual antara distorsi substansi materi keagamaan dengan batas-batas etika retorika profetik.

Artikel ini bermaksud mengisi ruang kosong tersebut dengan mengkaji mengenai ketegangan antara daya tarik estetika humor dan kedalaman substansi teologis. Melalui metode studi kepastakaan (*library research*) yang bersifat deskriptif analitis, penelitian ini bertujuan untuk menjawab tiga persoalan mendasar: Pertama, bagaimana epistemologis humor dalam strategi komunikasi dakwah kontemporer; Kedua, mengapa dominasi retorika populer berbasis humor berimplikasi pada pendangkalan substansi teologis ajaran agama; dan Ketiga, bagaimana formulasi etis komunikatif yang ideal untuk menyelaraskan penggunaan humor tanpa mengorbankan sakralitas pesan profetik dakwah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian kepastakaan (*library research*), yang berfokus pada penelusuran, pengkajian, dan analisis kritis terhadap berbagai literatur yang relevan dengan tema dakwah humor, retorika populer, dan teologi transformatif. Pendekatan ini dipilih karena objek kajian penelitian bersifat konseptual dan epistemologis, sehingga



mebutuhkan pendalaman terhadap gagasan, teori, serta wacana yang berkembang dalam studi dakwah kontemporer. Menurut (Zed, 2014), penelitian kepustakaan merupakan metode yang mengandalkan sumber-sumber tertulis sebagai basis utama dalam membangun argumen ilmiah secara sistematis dan reflektif.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer meliputi karya-karya ilmiah, buku, dan artikel jurnal yang secara langsung membahas konsep teologi transformatif, retorika dakwah, serta fenomena dakwah humor dalam konteks media dan budaya populer. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari literatur pendukung seperti hasil penelitian terdahulu, prosiding, serta sumber digital yang relevan dengan kajian komunikasi keagamaan dan sosiologi agama. Sebagaimana dijelaskan oleh Creswell (2016), dalam penelitian kualitatif, pemilihan sumber data yang beragam bertujuan untuk memperkaya perspektif dan memperdalam analisis terhadap fenomena yang dikaji.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi, yaitu dengan mengidentifikasi, mengklasifikasi, dan menginventarisasi berbagai sumber pustaka yang memiliki keterkaitan dengan fokus penelitian. Metode dokumentasi ini dinilai efektif dalam penelitian berbasis literatur karena memungkinkan peneliti melakukan eksplorasi mendalam terhadap teks dan wacana (Sugiyono, 2018). Selanjutnya, data yang telah terkumpul dianalisis menggunakan metode deskriptif analitis dengan pendekatan epistemologis. Analisis deskriptif digunakan untuk memaparkan fenomena dakwah humor sebagai praktik komunikasi keagamaan kontemporer, sedangkan analisis epistemologis digunakan untuk mengkaji konstruksi pengetahuan, validitas, serta batas-batas etis dari penggunaan humor dalam dakwah.

Selain itu, penelitian ini juga menggunakan pendekatan kritis-reflektif untuk membenturkan dua kerangka konseptual utama, yaitu teologi transformatif dan retorika populer. Pendekatan ini bertujuan untuk mengungkap ketegangan antara dimensi normatif substantif dakwah dengan tuntutan performativitas dalam budaya media. Dalam konteks ini, analisis kritis digunakan untuk membaca fenomena secara lebih mendalam dan tidak berhenti pada level deskriptif semata (Fairclough, 2010).

Adapun tahapan analisis dilakukan melalui tiga langkah utama, yaitu: (1) reduksi data, dengan menyeleksi dan memfokuskan literatur yang relevan; (2) penyajian data, dengan mengorganisasi temuan ke dalam tema-tema konseptual; dan (3) penarikan kesimpulan, melalui interpretasi kritis terhadap hubungan antara humor, retorika populer, dan substansi teologis dalam dakwah. Model analisis ini merujuk pada konsep Miles dan Huberman (2014) yang menekankan pentingnya proses interaktif dalam analisis data kualitatif.

3.1 Epistemologis Humor dalam Strategi Dakwah Kontemporer

Hasil penelitian menunjukkan bahwa humor dalam dakwah kontemporer telah mengalami transformasi dari sekadar teknik retorika menjadi paradigma komunikasi

keagamaan itu sendiri. Dalam perspektif epistemologi dakwah, humor berfungsi sebagai mekanisme simplifikasi kognitif dan afektif yang menjembatani kompleksitas ajaran teologis dengan pengalaman keseharian audiens. Menurut (Abida, 2023) menunjukkan bahwa humor dalam dakwah memiliki fungsi sosio pragmatik yang meliputi pembentukan kedekatan interpersonal, penguatan daya ingat pesan, serta penciptaan suasana komunikasi yang lebih cair. Hal ini diperkuat oleh Andayani dan Santoso (2023) yang menemukan bahwa integrasi humor dalam dakwah bil-lisan mampu meningkatkan efektivitas penyampaian pesan karena audiens lebih mudah menerima materi yang disampaikan secara ringan.

Lebih jauh, dalam kerangka teori relevansi, humor bekerja dengan cara mengoptimalkan pemahaman audiens melalui konteks yang dekat dengan realitas mereka. Hasil penelitian (Anisa dan Al Farisi, 2023) menegaskan bahwa dakwah humor merupakan bentuk inovasi komunikasi yang menyesuaikan prinsip relevansi agar pesan lebih mudah diproses secara kognitif. Dengan demikian, humor tidak hanya berfungsi sebagai “hiasan retorika”, tetapi sebagai perangkat epistemik dalam produksi dan distribusi pengetahuan keagamaan.

Namun, di titik ini terjadi pergeseran epistemologis yang signifikan yaitu otoritas pengetahuan tidak lagi sepenuhnya bersandar pada kedalaman dalil atau otoritas keilmuan, melainkan pada performativitas komunikasi. Validitas pesan mulai diukur dari respons audiens seperti tawa, viralitas, dan engagement. Hal ini menandai lahirnya epistemologi populer dalam dakwah, di mana kebenaran sering kali dinegosiasikan melalui logika penerimaan publik.

3.2 Humor sebagai Komoditas (Dari Dakwah ke Industri Hiburan Religi)

Temuan penelitian menunjukkan bahwa dakwah humor telah terintegrasi dalam logika industri budaya, terutama melalui media digital. Humor tidak lagi hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai komoditas yang memiliki nilai jual dalam ekosistem media. Menurut (Wathon, 2025) menegaskan bahwa penggunaan humor dalam dakwah digital meningkat pesat karena kemampuannya menarik perhatian dan mempertahankan audiens, namun berisiko menggeser orientasi dakwah dari edukasi menuju hiburan. Hal ini menunjukkan bahwa dakwah telah mengalami proses komodifikasi, di mana keberhasilan diukur melalui popularitas, bukan kedalaman substansi.

Fenomena ini juga terlihat dalam praktik dakwah di media sosial. Penelitian tentang dakwah humor di platform digital menunjukkan bahwa konten humor lebih mudah viral dibandingkan dengan konten dakwah yang bersifat serius dan reflektif. Dengan demikian, algoritma media secara tidak langsung mendorong dai untuk memproduksi konten yang lebih menghibur daripada mendalam. Dalam konteks ini, dakwah bergerak menuju apa yang dalam teori kritis disebut sebagai “spectacle society”, di mana realitas dikonstruksi melalui tontonan. Dai tidak lagi hanya berperan sebagai penyampai pesan, tetapi juga sebagai



performer yang harus mempertahankan perhatian audiens. Akibatnya, muncul tekanan untuk terus menghadirkan humor sebagai strategi mempertahankan eksistensi di ruang publik digital.

3.3 Formulasi Etis-Komunikatif dalam Penggunaan

Dakwah Humor

Berdasarkan analisis kritis, penelitian ini menemukan bahwa humor tetap memiliki legitimasi dalam dakwah, tetapi harus berada dalam kerangka etis-komunikatif yang jelas. Humor tidak boleh menjadi tujuan utama, melainkan harus berfungsi sebagai medium penyampaian pesan yang tetap menjaga kesakralan nilai-nilai agama. Penelitian (Mahdaniar, 2022) menekankan pentingnya perumusan etika humor dalam desain pesan dakwah, agar humor tidak keluar dari koridor nilai-nilai Islam dan tetap berorientasi pada substansi pesan. Sementara itu, (Andayani & Santoso, 2023) menunjukkan bahwa humor yang efektif adalah humor yang relevan dengan konteks kehidupan audiens dan tetap mengandung pesan moral yang kuat.

Dari berbagai temuan tersebut, dapat dirumuskan beberapa prinsip etis penggunaan humor dalam dakwah, yaitu:

Tabel 1. Prinsip Etis Humor dalam Dakwah

Prinsip Etis	Deskripsi Operasional dalam Dakwah
Prinsip Qaulan Sadida	Humor wajib berbasis pada data, fakta, dan dalil yang valid. Tidak boleh mengarang cerita fiktif atau hadis palsu demi memancing tawa (Shihab, 2013)
Subordinasi Metode	Humor harus tetap ditempatkan sebagai <i>wasilah</i> (sarana/bumbu), bukan <i>ghayah</i> (tujuan akhir). Porsi materi substansial harus tetap dominan (minimal 70:30).
Bebas dari <i>Sarkasme</i> & <i>Ghibah</i>	Larangan keras menjadikan cacat fisik, ras, status sosial, atau aib individu lain sebagai objek tertawaan (<i>bullying</i> teologis).
	Humor yang dilemparkan harus berfungsi sebagai analogi cerdas (<i>tamsil</i>) yang

Kontekstualisasi	mempermudah pemahaman
Edukatif	konsep agama yang rumit bukan sekadar banyolan kosong

Dalam perspektif teologi transformatif, humor seharusnya tidak hanya menghibur, tetapi juga membebaskan dan menyadarkan. Artinya, humor harus diarahkan sebagai alat refleksi kritis yang mampu menggugah kesadaran spiritual, bukan sekadar memancing tawa sesaat. Dengan demikian, sintesis antara teologi transformatif dan retorika populer dapat dicapai melalui pendekatan etis-komunikatif yang menempatkan humor sebagai instrumen, bukan orientasi utama. Dakwah yang ideal adalah dakwah yang mampu menarik perhatian tanpa kehilangan kedalaman, serta mampu menghibur tanpa mengorbankan substansi teologis.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa fenomena dakwah humor dalam konteks kontemporer tidak lagi dapat dipahami sekadar sebagai teknik retorika, melainkan telah berkembang menjadi paradigma komunikasi keagamaan yang membentuk cara pengetahuan agama diproduksi, didistribusikan, dan diterima oleh publik. Dalam perspektif epistemologi dakwah, humor berfungsi sebagai perangkat simplifikasi kognitif dan afektif yang efektif dalam menjembatani kompleksitas ajaran teologis dengan realitas keseharian audiens. Namun, pada saat yang sama, transformasi ini memunculkan pergeseran epistemologis, di mana otoritas kebenaran tidak lagi sepenuhnya bertumpu pada kedalaman dalil dan otoritas keilmuan, melainkan pada performativitas komunikasi yang diukur melalui respons audiens seperti tawa, viralitas, dan engagement.

Lebih lanjut, penelitian ini menemukan bahwa dakwah humor telah terintegrasi dalam logika industri budaya digital, sehingga mengalami proses komodifikasi. Humor tidak hanya berfungsi sebagai medium dakwah, tetapi juga sebagai komoditas yang memiliki nilai jual dalam ekosistem media. Kondisi ini mendorong pergeseran orientasi dakwah dari fungsi edukatif menuju fungsi hiburan, di mana popularitas sering kali menjadi indikator keberhasilan. Dalam situasi tersebut, dakwah berisiko terjebak dalam logika masyarakat tontonan (*spectacle society*), yang menempatkan dai sebagai performer dan pesan keagamaan sebagai konten yang harus menarik secara estetis.

Implikasi dari fenomena ini adalah munculnya gejala de-substansiasi teologis, yaitu pendangkalan makna ajaran agama akibat dominasi retorika populer berbasis humor. Ketika humor menjadi orientasi utama, substansi teologis cenderung tersubordinasi, bahkan mengalami distorsi. Audiens lebih mudah mengingat aspek hiburan daripada pesan normatif yang seharusnya menjadi inti dakwah. Hal ini berdampak pada terbentuknya pemahaman keagamaan yang dangkal, parsial, dan kurang reflektif.



Namun demikian, penelitian ini juga menegaskan bahwa humor tetap memiliki legitimasi dalam dakwah selama ditempatkan dalam kerangka etis-komunikatif yang tepat. Humor harus diposisikan sebagai instrumen (wasilah), bukan tujuan utama (ghayah), serta harus tunduk pada prinsip-prinsip etika dakwah seperti kebenaran (qaulan sadida), bebas dari unsur penghinaan dan ghibah, serta memiliki fungsi edukatif yang kontekstual. Dalam perspektif teologi transformatif, humor seharusnya tidak hanya menghibur, tetapi juga membebaskan dan menyadarkan, sehingga mampu menjadi sarana refleksi kritis yang menggerakkan kesadaran spiritual. Dakwah yang ideal adalah dakwah yang mampu beradaptasi dengan dinamika budaya populer tanpa kehilangan kedalaman substansi teologis, serta mampu menghadirkan keseimbangan antara daya tarik estetika dan tanggung jawab profetik sebagai agen transformasi sosial

DAFTAR PUSTAKA

- Abida, Nurul, et al. 2023. "Humor in Da'wah: A Socio-Pragmatic Analysis of Contemporary Islamic Preaching." *Randwick International of Education and Linguistics Science Journal*.
<https://www.randwickresearch.com/index.php/rielsj/article/view/983>.
- Andayani, Siti, dan Agus Santoso. 2023. "Efektivitas Humor dalam Dakwah Bil-Lisan di Era Digital." *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*.
<https://journal.uinjkt.ac.id/index.php/dakwah/article/view/36747>.
- Anisa, R., dan M. Al Farisi. 2023. "Teori Relevansi dalam Dakwah Humor sebagai Alternatif Dakwah Kontemporer." *Jurnal Komunikasi Islam*.
<https://www.researchgate.net/publication/375775767>.
- Denzin, Norman K., dan Yvonna S. Lincoln. 2011. *The Sage Handbook of Qualitative Research*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Fajrussalam, H., et al. 2022. "Strategi Komunikasi Dakwah di Era Digital: Analisis Preferensi Audiens terhadap Humor." *Jurnal Komunikasi Islam*.
- Mahdaniar. 2022. "Perumusan Etis Humor Dakwah dalam Desain Pesan Dakwah." *Jurnal Ilmu Dakwah*.
<https://www.researchgate.net/publication/359461857>.
- Mulyawati, Lina. 2023. "Islamohumorism: Between Religious Expression and Trivialization of Faith." *Indonesian Journal of Religion and Society*.
<https://journal.uiii.ac.id/index.php/isr/article/view/179>.
- M. Quraish Shihab. 2013. *Secercah Cahaya Ilahi: Hidup Bersama Al-Qur'an*. Bandung: Mizan.
- Ridwan, Ahmad, dan M. Arifin. 2024. "Kontroversi Humor dalam Dakwah: Analisis Etika dan Dampak Sosial." *Jurnal Mumtaz*.
<https://jurnalptiq.id/index.php/mumtaz/article/view/27>.
- Slama, Martin. 2021. "Affective Politics and Islamic Preaching in the Digital Age." *Journal of Contemporary Islam Studies*.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wathon, Ahmad. 2025. "Humor dalam Dakwah Digital: Antara Efektivitas dan Tantangan Etis." *Jurnal Tabligh*.
<https://oj.mjukn.org/index.php/jt/article/view/2538>.
- Zed, Mestika. 2014. *Metode Penelitian Kepustakaan*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.