

HUMOR DALAM PERSPEKTIF HADIS: ANALISIS TEORI HIERARCHY OF NEEDS TERHADAP AKSI PRANK DI MEDIA SOSIAL

HUMOR IN THE PERSPECTIVE OF HADITH: ANALYSIS OF THE THEORY OF HIERARCHY OF NEEDS TOWARDS PRANK IN SOCIAL MEDIA

Muhammad Fajri

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

muhammadfajri78@gmail.com

Abstract

This paper discusses the phenomenon of “prank” that has founded on social media, most of them are disturb the code of ethics in the guidance of the Quran and the hadith of the Prophet. This article uses the approach of Abraham Maslow's hierarchy of needs. In the hadith, the term prank has the same meaning as al-muda'abah or al-muzahah which simply means humor or joking. Based on the theory of hierarchy of needs, based on the five hierarchical levels of human needs, prank is at the third, fourth, and fifth levels. At the third level (social needs), pranksters need to be accepted, loved in their social environment (social needs) such as family, friends, or their surrounding environment. At the fourth level, pranksters need self-esteem in the form of appreciation from their social environment such as status (selebgram, youtuber, or influencer), fame and virality. Meanwhile, at the fifth level, it is the highest level of human needs, self-actualization where the prank actions have reached the addiction or opium stage if the actions carried out are successful and get appreciation from the community. The impact is that they ignore ethics, moral values, norms, and religious values, because they are focused and obsessed by existence on social media. Therefore, prank or humor should produce the same positive energy from both parties, not one party (prank actors feel happy and prank victims also feel the same happiness). This means that the prank actions carried out must uphold humanistic values, namely humanizing humans. Keywords: Stories, Parables, Quran

Keyword: The hadith, *prank*, hierarchy of needs

Abstrak

Tulisan ini membahas tentang fenomena *prank* yang berkembang di media sosial yang sebagian besar aksinya sudah jauh dari kode etik humor atau bercanda yang diajarkan dalam tuntunan Al-Quran dan hadis Nabi Saw. Artikel ini akan dikaji dengan menggunakan pendekatan *hierarchy of needs* Abraham Maslow. Dalam hadis nabi, istilah *prank* memiliki kesamaan makna dengan *al-muda'abah* atau *al-muzābah* yang sederhananya bermakna humor atau senda-gurau. Berdasarkan teori *hierarchy of needs*, dari kelima level hirarki kebutuhan manusia, pelaku aksi *prank* sudah berada pada level ketiga, keempat, dan kelima. Di level ketiga (*social needs*), para pelaku *prank* butuh untuk diterima, dicintai di lingkungan sosialnya (*social needs*) seperti keluarga, teman, atau lingkungan sekitar. Pada level keempat, pelaku *prank* butuh akan *self-esteem* (harga diri) berupa apresiasi dari lingkungan sosialnya seperti status (*selebgram*, *youtuber*, atau *influencer*), ketenaran dan *viral*. Sedangkan di level kelima, merupakan level tertinggi dari kebutuhan manusia yaitu *self actualization* di mana para pelaku aksi *prank* sudah mencapai tahap ketagihan atau candu apabila aksi-aksi yang dilakukan berhasil dan mendapat apresiasi dari masyarakat. Dampaknya adalah mereka mengabaikan akan etika, nilai moral, norma, dan nilai-nilai agama. Sebab, mereka sudah terfokus dan terobsesi dengan eksistensi di media sosial. Oleh karena itu, sejatinya *prank* atau humor harusnya menghasilkan energi positif yang sama dari kedua belah pihak, bukan salah satu pihak (pelaku *prank* merasakan bahagia dan korban *prank* juga merasakan kebahagiaan yang sama). Artinya, aksi *prank* yang dilakukan harus menjung tinggi nilai-nilai humanistik, yaitu memanusiaikan manusia.

Kata Kunci: Hadis, *Prank*, Hirarki Kebutuhan (*hierarchy of needs*)

Pendahuluan

Mencari kebahagiaan, kesenangan, kegembiraan, dan hiburan sudah menjadi naluri manusia sejak lahir.¹ Karena, realitasnya manusia memiliki berbagai macam aktivitas dan rutinitas yang begitu menguras tenaga dan pikiran. Hal ini tidak mengherankan jika pada titik tertentu manusia

¹ Didiek Rahmadji, "Sejarah, Teori, Jenis dan Fungsi Humor", *BAHASAN DAN SENI*, No. 2, 2007, hlm. 213.

membutuhkan hiburan yang bisa menghilangkan kepenatan. Hiburan sering didefinisikan sebagai suatu perbuatan yang menghibur hati dan menghilangkan kesedihan dan beban pikiran yang ditimbulkan dengan gelak tawa, yang dilakukan melalui humor atau bersenda-gurau dengan orang lain.² Di era teknologi saat ini, salah satu bentuk senda-gurau yang berkembang dan menjadi populer sekarang ini adalah *prank*. Aksi *prank* dikenalkan lewat media sosial (ex: Youtube), yang dilakukan oleh para selebritis dengan dalih lelucon atau bercanda. Namun, *prank* menjadi polemik di kalangan masyarakat, karena tidak semua aksi *prank* berakhir pada candaan, ada juga *prank* yang mengakibatkan celaka bagi korbannya. Oleh karena itu, untuk menjawab polemik tersebut, perlu dilihat bagaimana *prank* dikaji dari sudut pandang hadis nabi.

Penelitian yang terkait dengan fenomena *prank* dalam perspektif hadis atau sudut pandang kajian lainnya, selama ini cenderung pada tiga aspek aspek: *Pertama*, penelitian yang berkaitan dengan humor atau bercanda secara umum, terdapat beberapa penelitian seperti Aang Ridwan, 2010; Indra Ratna Kusuma Wardani, 2012; Iwan Marwan, 2013; Muhammad Yunus Anis, 2013; Uwes Fatoni dan Sri Feni Hartati, 2017; Mustofa Hilmi, 2018. *Kedua*, penelitian *prank* dari berbagai sudut pandang kajian, terdapat beberapa penelitian seperti Muhlis dan Suriati, 2020; Safutra Rantona dan Rio Kurniawan, 2020; Nur Huda, 2020; Shera Aske Cecariyani dan Gregorius Genep Sukendo, 2018. *Ketiga*, penelitian yang berkaitan dengan humor, senda-gurau atau bercanda dalam perspektif hadis, terdapat beberapa penelitian seperti Ahmad Jurin Harahap, 2019; Nasrul Umam dan Masruri, 2020. Dari keseluruhan penelitian tersebut, terdapat satu penelitian yang mengkaji fenomena *prank* dalam perspektif hadis nabi oleh Lina Dahlia, 2019. Namun, kajian tersebut lebih fokus pada kajian sanad dan matan, sedikit menyinggung masalah *prank*. Oleh karena itu, belum ada penelitian yang mengkaji fenomena *prank* dalam perspektif hadis dengan menggunakan pendekatan psikologi-humanistik sebagai analisisnya.

Tulisan ini bertujuan untuk melengkapi kekurangan studi selama ini yang umumnya berbicara tentang fenomena *prank* dari sudut pandang kajian yang lain, dan juga konsep humor atau bercanda secara umum. Ada

² Muhammad Yunus Anis, "Humor dan Komedi dalam Sebuah Kilas Balik Sejarah Sastra Arab", *Jurnal CMES*, Vol. VI, No. 2, 2013, hlm. 199.

paun tulisan ini mencoba melihat ekspresi lain dari kajian tentang *prank* dari sudut pandang hadis dan didukung dengan pendekatan psikologi. Sejalan dengan itu, ada tiga pertanyaan yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu; a) Bagaimana gambaran umum tentang *prank*: pengertian dan sejarah awal. b) Bagaimana bunyi teks-teks hadis terkait yang menjadi landasan kajian *prank*. c) Bagaimana analisis fenomena *prank* dalam perspektif hadis, dan dilihat juga dengan menggunakan pendekatan *hierarchy of needs* Abraham Maslow. Kemudian, penelitian ini berangkat dari asumsi dasar setiap perilaku manusia baik perkataan dan perbuatan, tidak boleh bertentangan dengan tuntunan Al-Quran dan hadis. Sehingga, umat Islam menjadikan Nabi Muhammad sebagai *uswatun hasanah* dan *role model* dalam hidupnya.

Metode Penelitian

Penelitian ini termasuk pada penelitian kepustakaan (*library research*), yaitu penulis mengumpulkan data-data yang berkaitan dengan tema yang diteliti, seperti data rekaman video aksi *prank* yang berkembang di media sosial (ex: *youtube*) juga data-data lain yang terkait seperti yang terdapat dalam jurnal, artikel, buku, baik itu sumber primer maupun sekunder yang berkaitan dengan tema penelitian. Kemudian, untuk pendekatan yang digunakan dalam tulisan ini, penulis menggunakan pendekatan *deskriptif-analitik*, yaitu pendekatan yang menyajikan sekaligus menganalisis data-data secara sistematis, sehingga mencapai kesimpulan yang jelas. Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan cara menghimpun, mengidentifikasi, menganalisis dan mengadakan sintesis data, kemudian memberikan sebuah penafsiran atau interpretasi terhadap data tersebut sesuai dengan rumusan dan tujuan penelitian.³ Untuk membaca sekaligus menganalisis data tersebut, penulis menggunakan pendekatan psikologi-humanistik yaitu teori *hierarchy of needs* Abraham Maslow. Melalui pendekatan tersebut, dari aspek psikologi, penulis ingin melihat motivasi dari pelaku *prank* dalam melakukan aksi *prank* tersebut.

³ Adib Sofia, *Metode Penulisan Karya Ilmiah Dilengkapi dengan Salinan Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia (FUEBI) dan Pedoman Transliterasi* (Yogyakarta : Bursa Ilmu, 2017), hlm 92

Teori *Hierarchy of Needs* Abraham Maslow

Abraham Maslow merupakan seorang psikolog kelahiran New York, Amerika. Maslow dikenal sebagai bapak psikologi-humanistik. Sebab, melalui teori *hierarchy of needs* (hirarki kebutuhan) yang dicetusnya dalam karyanya yang berjudul *Motivation and Personality*. Dalam teori tersebut Maslow meyakini bahwa manusia memiliki kemampuan untuk memahami dan menerima dirinya sebisa mungkin guna memenuhi kebutuhan hidupnya. Manusia adalah makhluk yang berintegritas sepenuhnya (*integrated whole*).⁴ Manusia memiliki kesadaran dan hak atas dirinya sendiri (*the self determination*) dalam menentukan pilihan hidupnya. Dalam konteks ini, dapat dipahami bahwa teori hirarki kebutuhan merupakan pemikiran kesehatan berdasarkan kebutuhan manusia yang alami dalam mengaktualisasikan diri.⁵

Kebutuhan manusia tersebut mempunyai beberapa tingkatan, mulai dari tingkatan paling dasar sampai tingkatan tertinggi. Dalam teori tersebut menjelaskan bahwa semakin besar kebutuhan individu maka semakin besar pula motivasi dan kesungguhannya dalam mencapai kebutuhan tersebut.⁶ Selain itu, manusia juga terdorong untuk memenuhi kebutuhan yang sesuai dengan apa yang paling dibutuhkan tergantung pada konteks waktu, keadaan dan pengalaman yang dimiliki seseorang. Seseorang tidak akan dapat memenuhi kebutuhan pertama jika kebutuhan yang pertama belum terpenuhi atau kebutuhan ketiga jika kebutuhan pertama dan kedua sudah terpenuhi, dan seterusnya. Sebab, kebutuhan dasar merupakan kebutuhan yang paling utama yang harus dipenuhi terlebih dahulu, jika kebutuhan dasar belum terpenuhi maka kebutuhan-kebutuhan yang lain tidak dapat terpenuhi.⁷ Adapun tingkatan dari hirarki kebutuhan manusia menurut Maslow, yaitu: Pertama, kebutuhan fisiologis (*physiological needs*). Kedua, kebutuhan rasa aman (*safety needs*). Ketiga, kebutuhan untuk diterima (*social*

⁴ Abraham Maslow, *Motivation and Personality* (New York: Harper & Row, 1954), hlm. 19.

⁵ Eka Nova Irawan, *Buku Pintar Pemikiran Tokoh-Tokoh Psikologi: Dari Klasik Sampai Modern* (Yogyakarta: IRCiSoD, 2015), hlm. 235.

⁶ Endang Komara, *Belajar dan Pembelajaran Efektif* (Bandung: Refika Aditama, 2014), hlm. 2.

⁷ Muhibbin dan Marfuatun, "Urgensi Teori Hierarki Kebutuhan Maslow dalam Mengatasi Prokrastinasi Akademik di Kalangan Mahasiswa", *Educatio: Jurnal Ilmu Kependidikan*, Vol. 15, No. 2, 2020, hlm. 12.

needs). Keempat, kebutuhan untuk dihargai (*self esteem needs*). Kelima, kebutuhan aktualisasi diri (*self actualization*).⁸ Kendatipun seseorang individu sudah memenuhi kelima hirarki kebutuhan tersebut, ia masih diliputi oleh emosi yang tidak puas, karena ia merasa ada potensi atau kualitas diri yang belum teraktualisasikan.⁹

Diagram Teori *Hierarchy of Needs*¹⁰



Tinjauan Umum *Prank*: Pengertian dan Sejarah Awal

Baru-baru ini istilah *prank* muncul di Indonesia yang semakin hari semakin populer di media sosial dan menjadi tren di kalangan masyarakat.

⁸ Pertama, kebutuhan fisiologis (*physiological needs*) yaitu kebutuhan pokok atau primer seperti, pangan, sandang, dan papan yang dapat diwujudkan dari bekerja. Kedua, kebutuhan rasa aman (*safety needs*), kebutuhan akan keamanan dan nyaman dalam hidup, dan berusaha keras menghindari hal-hal yang membuat diri tidak aman. Ketiga, kebutuhan untuk diterima (*social needs*), kebutuhan level ini berkaitan dengan aspek sosial, seperti kebutuhan mendapat teman, pasangan hidup, dan lingkungan tempat tinggal. Keempat, kebutuhan untuk dihargai (*self esteem needs*), yaitu kebutuhan untuk mendapat penghargaan dari orang lain atau disebut juga dengan kebutuhan “ego”. Kelima, kebutuhan aktualisasi diri (*self actualization*), kebutuhan tertinggi yaitu kebutuhan meningkatkan potensi diri secara menyeluruh serta meningkatkan kemampuan diri. Lihat dalam Iskandar, “Implementasi Teori Hirarki Kebutuhan Abraham Maslow Terhadap Peningkatan Kinerja Pustakawan, *Khazanah Al-Hikmah*, Vol. 4, No. 1, 2016, hlm. 27-28.

⁹ Budi Agus Sumantri dan Nurul Ahmad, “Teori Belajar Humanistik dan Implikasinya Terhadap Pembelajaran Pendidikan Agama Islam”, *Fondatia: Jurnal Pendidikan Dasar*, Vol. 3, No. 2, hlm. 6-8.

¹⁰ Abraham Maslow, *Motivation and Personality*, hlm. 35-46.

Istilah *prank* sendiri merupakan sebuah *slang* yang berasal dari Bahasa Inggris yang berarti *playful but foolish trick*.¹¹ Atau bisa juga bermakna kelakar, olok-olok, seloroh, senda-gurau, menipu atau mengibuli.¹² *Prank* dikenal juga dengan istilah *practical jokes* yang artinya *a mischievous trick played on someone, generally causing the victim to experience embarrassment, perplexity, confusion, or discomfort*¹³ (sebuah trik yang dimainkan oleh beberapa orang yang umumnya menyebabkan korbannya kaget, tidak nyaman, atau keheranan). Sedangkan dalam *Cambridge Dictionary* mengartikan kata *prank* yaitu *a trick that is intended to be funny but not cause harm or damage*¹⁴ (sebuah trik yang dimaksudkan untuk lucu-lucuan tetapi tidak menyebabkan bahaya atau kerusakan). Hal ini dapat disimpulkan bahwa *prank* merupakan bentuk candaan yang identik dengan mengerjai atau menjaili orang lain untuk sebagai bahan lelucon guna melihat ekspresi yang dimunculkan dari korban *prank*, seperti kaget, takut, bingung, panik, bahkan sampai marah.

Kemudian, di beberapa artikel online menjelaskan tentang awal mula munculnya *prank* di media sosial. Secara historis, menurut *National Post*, *prank* memiliki hubungan dengan *April Mop* atau *April Fools Day*. *Prank* muncul pertama kali di penghujung abad ke 13, tepatnya tahun 1392, ketika Chaucer (legenda literatur asal Inggris) menulis kisah tentang rubah nakal dalam bukunya *the Canterbury Tales*, yang mana ia menambahkan tanggal di bulan Maret menjadi hari ke-32. Banyak yang beranggapan bahwa tindakan yang dilakukan Chaucer merupakan caranya menyambut 1 April, kendatipun beberapa akademisi berasumsi telah terjadi insiden salah ketik. Selain itu, *prank* juga dilakukan oleh BBC. Lewat siarannya pada tahun 1957, BBC memperlihatkan kepada penonton, bagaimana cara menanam pohon spageti, dan itu hanya untuk hiburan semata.¹⁵ Selanjutnya *prank*

¹¹ Pearson Education, *Longman: Dictionary of American English* (England: Pearson Education Limited, 2000), hlm. 321.

¹² John M.Echols dan Hassan Shadily, *Kamus Inggris-Indonesia* (Jakarta: PT. Gramedis, 2008), hlm. 442.

¹³ Nur Huda, "Prank dan Dampak Sosial: Kajian Pendidikan Masyarakat dalam Perspektif Pendidikan Islam", *Ta'dibi*, Vol. VIII, No. 1, 2020, hlm. 2

¹⁴ Lihat dalam <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/prank>, diakses pada tanggal 19 Oktober 2020 pukul 13.00 WIB.

¹⁵ Harnett, James. "Why Pranks and Practical Jokes Just Aren't Funny: A Brief History of The Lowest Form of Comedy", dalam *National Post*, diakses pada tanggal 19 Oktober 2020. <https://nationalpost.com/entertainment/why-pranks-and-practical-jokes-just-arent-funny-a-brief-history-of-the-lowest-form-of-comedy>

mulai berkembang di media sosial, pertama kali dilakukan oleh seorang prankster berkebangsaan Perancis yaitu Rami Gaillard yang sudah melakukan aksi *prank* nya sejak tahun 1999. Pada tahun 2001 ia mulai mengunggah video *prank* lewat situs pribadinya di www.nimportequi.com, dan di tahun 2007 ia mulai mengunggah keusilannya lewat media Youtube.¹⁶

Saat ini, umumnya aksi *prank* yang populer di media sosial ada tiga jenis yaitu *prank text*, *prank call*, dan *prank video*. *Prank text* berbentuk pesan yang isinya kebohongan guna menjaili korban, biasanya memanfaatkan lirik lagu yang umumnya berisi pesan cinta. Sedangkan *prank call* yaitu mengerjai orang lain lewat telepon dengan berbohong atau berpura-pura sampai korbannya menjadi bingung dan marah. Lalu *prank video*, yaitu pelaku melakukan aksi *prank* kepada seseorang kemudian aksi tersebut direkam dengan memasang kamera tersembunyi. *Prank video* banyak dilakukan oleh para selebritis di Youtube dengan berbagai konten yang sempat menjadi viral di kalangan masyarakat, seperti berpura-pura menjadi pengemis, *prank* kepada pengendara ojek online dengan memesan suatu barang kemudian dibatalkan, dan aksi *prank* berupa pemberian sembako kepada waria yang berisi sampah. Oleh sebab itu, dengan berbagai konten *prank* yang muncul di media sosial saat ini, menimbulkan kontroversi di kalangan masyarakat, ada yang pro dan ada juga yang kontra dengan aksi-aksi *prank*. Sebab, tidak semua aksi *prank* berakhir pada candaan atau gurauan. Ada juga *prank* yang mengakibatkan celaka seperti luka-luka sampai kehilangan nyawa.

Hadis-Hadis Terkait dengan *Prank*

Untuk mendapatkan informasi tentang *prank* dalam sudut pandang hadis, diperlukan penelusuran secara komprehensif dengan cara melihat unsur-unsur dan karakteristik dari *prank* itu sendiri, kemudian mencari kata kuncinya di hadis nabi. Jika merujuk pada pemakaian kata “*prank*” di atas, istilah *prank* sendiri dalam Bahasa Arab memiliki kedekatan makna dengan *al-da’abah/al-muda’abah* (المداعية/الدعابة) dan *al-muḥābah/al-muḥābah* (المزاحة/المزاح). Dalam kamus al-munawwir menyebutkan bahwa, kata *al-*

¹⁶ Zaki, “Remi Gaillard Penggagas Aksi Prank di Youtube”, dalam *IDN Times*, diakses pada tanggal 19 oktober 2020. <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/zaki-17/remi-gaillard-penggagas-aksi-prank-di-youtube-c1c2/6>

da'abah merupakan isim mashdar dari kata *da'aba* yang berarti kelakar, senda gurau, bercanda, bermain-main.¹⁷ Sedangkan dalam kamus *Lisan Al-'Arab* karya Ibn Manzur, menyebutkan kata *al-da'abah* memiliki makna مزاح (bergurau) dan لعب (bermain-main).¹⁸ Kemudian, kata *al-muzābah*, merupakan isim mashdar dari kata *mazāba* yang berarti bergurau, berkelakar, berjenaka.¹⁹ Sedangkan menurut Ibn Manzur menyebutkan bahwa المزح نقيض الجد (bercanda lawan dari sungguh-sungguh).²⁰

Berikut beberapa hadis nabi yang berbicara tentang *al-da'abah/al-muda'abah* (المداعبة/الدعابة) dan *al-muzābah/al-muzābah* (المزاحة/المزاح). Penulis membaginya berdasarkan dua kategori;

1. Hadis berkaitan dengan bercanda secara umum

حَدَّثَنَا يُونُسُ حَدَّثَنَا لَيْثٌ عَنْ مُحَمَّدٍ عَنْ سَعِيدِ بْنِ أَبِي سَعِيدٍ عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ عَنْ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَنَّهُ قَالَ إِيَّيْ لَا أَقُولُ إِلَّا حَقًّا قَالَ بَعْضُ أَصْحَابِهِ فَإِنَّكَ تُدَاعِبُنَا يَا رَسُولَ اللَّهِ فَقَالَ إِيَّيْ لَا أَقُولُ إِلَّا حَقًّا

“Telah menceritakan kepada kami Yunus telah menceritakan kepada kami Laits dari Muhammad dari Sa'id bin Abi Sa'id dari Abu Hurairah dari Rasulullah Saw beliau bersabda: "Aku tidak berkata kecuali kebenaran, " sebagian sahabatnya berkata; "Sesungguhnya engkau bercanda dengan kami wahai Rasulullah, " maka beliau bersabda: "Aku tidak berkata kecuali kebenaran.” (H.R. Ahmad, No. 8125)

حَدَّثَنَا إِبْرَاهِيمُ بْنُ إِسْحَاقَ حَدَّثَنَا ابْنُ مُبَارَكٍ عَنْ أُسَامَةَ بْنِ زَيْدٍ عَنْ سَعِيدِ الْمَقْبُرِيِّ عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ قَالَ يَا رَسُولَ اللَّهِ إِنَّكَ تُدَاعِبُنَا قَالَ إِيَّيْ لَا أَقُولُ إِلَّا حَقًّا

“Telah menceritakan kepada kami Ibrahim bin Ishaq, telah menceritakan kepada kami Ibnu Mubarak dari Usamah bin Zaid dari Sa'id Al Maqhuri dari Abu Hurairah berkata; Ditanyakan kepada Rasulullah Saw; "wahai Rasulullah, sesungguhnya engkau bercanda

¹⁷ A.W. Munawwir, *Kamus Al-Munawwir Arab-Indonesia Lengkap* (Surabaya: Pustaka Progressif, 1997), hlm. 403. Lihat juga dalam Mahmud Yunus, *Kamus Arab-Indonesia* (Jakarta: Mahmud Yunus Wa Dzurriyyah, 2009), hlm. 127.

¹⁸ Ibn Manzur, *Lisan Al-'Arab* (Kairo: Dar Al-Ma'arif, t.t), hlm. 376.

¹⁹A.W. Munawwir, *Kamus Al-Munawwir Arab-Indonesia Lengkap*, hlm. 1331. Mahmud Yunus, *Kamus Arab-Indonesia*, hlm. 419.

²⁰ Ibn Manzur, *Lisan Al-'Arab*, hlm. 593.

dengan kami, " maka beliau bersabda: "Sesungguhnya aku tidak mengatakan kecuali kebenaran." (H.R. Ahmad, No. 8366).

حَدَّثَنَا عَبَّاسُ بْنُ مُحَمَّدٍ الدُّورِيُّ البَغْدَادِيُّ حَدَّثَنَا عَلِيُّ بْنُ الْحَسَنِ أَخْبَرَنَا عَبْدُ اللَّهِ بْنُ الْمُبَارَكِ عَنْ أَسَامَةَ بْنِ زَيْدٍ عَنْ سَعِيدِ الْمُقْبِرِيِّ عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ قَالَ لَوْ يَا رَسُولَ اللَّهِ إِنَّكَ تُدَاعِبُنَا قَالَ إِيَّيْ لَا أَقُولُ إِلَّا حَقًّا قَالَ أَبُو عِيسَى هَذَا حَدِيثٌ حَسَنٌ صَحِيحٌ

“Telah menceritakan kepada kami Abbas bin Muhammad Al-Duri Al-Baghdadi, telah menceritakan kepada kami Ali bin Al-Hasan, telah mengabarkan kepada kami Abdullah bin Mubarak dari Usamah bin Zaid dari Sa'id Al-Maqburi dari Abu Hurairah ia berkata; Mereka (para sahabat) berkata, "Sesungguhnya Anda bercanda dengan kami" Beliau bersabda: "Sesungguhnya aku tidaklah mengatakan sesuatu kecuali yang benar." Abu Isa berkata; Ini adalah hadis hasan shahih. (H.R. Tirmidzi, No. 1913).

2. Hadis berkaitan dengan karakteristik prank

حَدَّثَنَا سُرَيْجُ بْنُ النُّعْمَانِ حَدَّثَنَا عَبْدُ الْعَزِيزِ بْنُ أَبِي سَلَمَةَ عَنْ مَنْصُورِ بْنِ أَذَيْنٍ عَنْ مَخُولٍ عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ لَا يُؤْمِنُ الْعَبْدُ إِلَّا بِمَنْ كَلَّمَهُ حَتَّى يَثْرَكَ الْكَذِبُ فِي الْمِرَاحِ وَالْمِرَاءِ وَإِنْ كَانَ صَادِقًا

“Telah menceritakan kepada kami [Suraj bin An Nu'man] berkata; telah menceritakan kepada kami [Abdul 'Aziz bin Abu Salamah] dari [Manshur bin Udzain] dari [Makhul] dari [Abu Hurairah] berkata; Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam bersabda: "Seorang hamba tidak akan bisa beriman dengan sempurna sehingga ia bisa meninggalkan bohong baik dalam canda maupun debat, meskipun ia benar." (H.R. Ahmad, No. 8411)

حَدَّثَنَا عَبْدُ اللَّهِ بْنُ نُمَيْرٍ حَدَّثَنَا الْأَعْمَشُ عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ يَسَارٍ الْجُهَنِيِّ عَنْ عَبْدِ الرَّحْمَنِ بْنِ أَبِي لَيْلَى قَالَ حَدَّثَنَا أَصْحَابُ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَنَّهُمْ كَانُوا يَسِيرُونَ مَعَ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ فِي مَسِيرٍ فَنَامَ رَجُلٌ مِنْهُمْ فَانْطَلَقَ بَعْضُهُمْ إِلَى نَيْلٍ مَعَهُ فَأَخَذَهَا فَلَمَّا اسْتَيْقَظَ الرَّجُلُ فَرَعَ فَضَحَكَ الْقَوْمُ فَقَالَ مَا يُضْحِكُكُمْ فَقَالُوا لَا إِلَّا أَنَا أَخَذْنَا نَيْلَ هَذَا فَفَرَعُ فَقَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ لَا يَحِلُّ لِمُسْلِمٍ أَنْ يُرَوِّعَ مُسْلِمًا

“Telah menceritakan kepada kami Abdullah bin Numair, telah menceritakan kepada kami Al-A’masy dari Abdullah bin Yasar Al-Juhani dari Abdur Rahman bin Abu Laila berkata: telah menceritakan kepada kami (sahabat-sahabat nabi) bahwa mereka berjalan bersama Rasulullah Saw dalam suatu perjalanan lalu seseorang diantara mereka tidur, sebagian dari mereka mendekati anak panahnya lalu mengambilnya kemudian orang itu terbangun dan kaget, orang-orang tertawa kemudian Rasulullah Saw bersabda “apa yang membuat kalian tertawa?” mereka berkata: tidak, kami hanya mengambil anak panah orang ini lalu ia kaget. Rasulullah Saw bersabda, “ tidak halal bagi seorang muslim menakut-nakuti muslim lainnya.” (H.R. Ahmad, No. 21986)

Asbabul Wurud (Mikro dan Makro)

Hadis di atas berbicara tentang *al-muda’abab* (senda-gurau) nabi dengan keluarga dan para sahabatnya. Kendatipun Nabi Muhammad Saw merupakan Rasulullah, tetapi perlu diingat bahwa beliau juga manusia biasa, tentu memiliki rasa letih dan lelah dalam mengemban tugas dari Allah Swt. Dapat dibayangkan, bahwa nabi termasuk orang yang paling sibuk, beliau berdakwah, berperang, menjadi pemimpin, mencari nafkah bagi keluarga, tapi masih mampu menyempatkan diri untuk bersenda-gurau dengan para sahabatnya. Bagi nabi, bersenda-gurau memiliki manfaat untuk membahagiakan hati, menyenangkan jiwa, meningkatkan keakraban, persahabatan, dan merekat hubungan sosial.²¹

Namun, perlu digaris bawahi bahwa setiap *joke* atau candaan yang dilontarkan nabi mengandung kebenaran atau sesuai dengan fakta yang sebenarnya tanpa ada unsur dusta atau kebohongan. Ini letak perbedaan candaan Rasulullah dengan humor-humor yang berkembang saat ini, terletak pada teknik dan kebenaran beliau dalam bercanda, karena beliau tetap menjaga sifat jujur dan benar dalam bercanda.²² Nabi dan para sahabat menjadikan humor atau candaan sebagai sarana istirahat bagi hati. Hal ini sejalan dengan perkataan Ali bin Abi Thalib, “hiburlah hati dan

²¹ Syaikh Abdul Razaq Bin Abdul Muhsin Al-Badr, *Syarab Syamail Nabi Muhammad: Penjelasan Lengkap Kepribadian dan Karakter Rasulullah* (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2020), hlm. 298.

²² Samsul Nizar dan Zainal Effendi Hasibuan, *Kepemimpinan Pendidikan Dalam Perspektif Hadis: Telaah Historis Filosofis* (Jakarta: Kencana, 2019), hlm. 168.

carilah untuknya celah-celah kehidupan yang mengandung hikmah karena sebagaimana tubuh, hati juga bisa lelah”.²³

Adapun beberapa bukti kisah candaan nabi dengan keluarga dan para sahabatnya, seperti candaan nabi dengan seorang anak kecil yang bernama Abu Umair bin Abu Thalhah, putra Ummu Sulaim. Ia merupakan saudara satu ibu dengan Anas bin Malik, pembantu Nabi Saw. Anas bercerita bahwa Nabi Saw adalah orang yang paling baik akhlakunya. Setiap kali Nabi Muhammad berkunjung ke rumah mereka, ia tidak lupa bertanya kepada Abu Umair tentang *al-Nughair* (burung kecil yang berparu merah). Suatu ketika, nabi berkunjung ke rumah mereka dan melihat Abu Umair yang baru saja disapih dari susuan tampak bersedih, karena burung yang biasa diajaknya bermain mati. Kemudian nabi menghiburnya dengan mengatakan “Wahai Abu Umair apa yang pernah dilakukan burung itu sehingga mati?”.²⁴ Ini bukti bahwa Nabi Muhammad memiliki cara tersendiri dalam bergurau dengan anak kecil agar ia bisa terhibur.

Selain itu, Nabi Saw juga sering bercanda dengan istrinya, Aisyah. Dalam satu riwayat menyebutkan kisah tentang Nabi Saw dan Aisyah melakukan lomba lari. Suatu kali, ketika Aisyah melakukan perjalanan bersama Nabi Saw, dalam perjalanan beliau mengajak Aisyah lomba lari, yang mana saat itu Aisyah masih muda belia dan badannya masih kurus. Pada saat itu, Aisyah menang atas perlombaan itu. Kemudian, Nabi Saw tidak pernah membahas dan melakukan perlombaan itu lagi hingga badan Aisyah bertambah gemuk. Ketika beliau melakukan perjalanan lagi bersama Aisyah, Nabi Saw kembali mengajak Aisyah lomba lari, kali ini Nabi Saw menang, beliau pun tertawa kepada Aisyah. Menurut Aisyah, Nabi Saw sering tersenyum dan tertawa hingga terlihat gigi geraham beliau. Demikian kutipan sejumlah riwayat tentang Nabi Saw yang murah senyum dan tidak segan-segan bercanda, sebagaimana yang dijelaskan oleh M. Quraish Shihab dalam tafsir *Al-Misbah* nya.²⁵

²³ Dwi Bagus M.B, *Nabi Aja Bercanda: Humor Rasulullah dengan Orang-Orang Saleh* (Bandung: Mizania, 2006), hlm. 107-108.

²⁴ Abdul Aziz Al-Synnawi, *Saat-Saat Berkesan Bersama Rasulullah* (Jakarta: Gema Insani, 2004), hlm. 67.

²⁵ Nadirsyah Hosen, *Saring Sebelum Sharing* (Yogyakarta: Bentang, 2019), hlm. 77.

Prank* dalam Perspektif Hadis: Analisis Pendekatan *Hierarchy of Needs

Apabila merujuk pada makna dan realita dari aksi *prank* yang berkembang di media sosial, masih banyak aksi *prank* yang bertentangan dengan tuntunan hadis. sehingga tidak hanya berujung pada lelucon dan gurauan seperti yang diharapkan, namun *prank* juga mengundang malapetaka bagi korbannya, seperti kecelakaan fisik sampai kehilangan nyawa. Perlu diingat bahwa kendatipun Islam membolehkan manusia memiliki *the sense of humor* (cita rasa humor) sebagai sarana hiburan demi meringankan beban hidup dan menghilangkan kepenatan jiwa. Tetapi, bukan berarti tanpa syarat dan batasan, melainkan ada etika atau adab yang harus diperhatikan dalam humor. Dalam pandangan penulis, terdapat beberapa kode etik yang perlu diingat dalam melontarkan humor atau bercanda.

1. Tidak mengandung unsur dusta atau kebohongan sebagai *wasilah* untuk dapat menghibur orang banyak, seperti yang terdapat dalam matan hadis nabi;

وَيْلٌ لِّلَّذِي يُحَدِّثُ فَيَكْذِبُ لِضُحْكَ بِهِ الْقَوْمِ وَيْلٌ لَهُ وَيْلٌ لَهُ

“Celakalah bagi orang yang berbicara lalu berdusta untuk membuat orang lain tertawa. Celakalah ia, celakalah ia” (H.R. Abu Daud, No. 4338)

2. Tidak mengejek, menghina, atau merendahkan seseorang. Hal ini sejalan dengan firman Allah, dalam surat al-Hujurat: 11

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا يَسْخَرُ قَوْمٌ مِّن قَوْمٍ عَسَىٰ أَن يَكُونُوا خَيْرًا مِّنْهُمْ...

“Hai orang-orang beriman, janganlah sekumpulan orang laki-laki merendahkan kumpulan orang lain, boleh jadi yang ditertawakan lebih baik dari mereka...” (Q.S. Al-Hujurat: 11).

3. Tidak membuat orang lain menjadi kaget dengan cara menakut-nakuti. Karena, bisa jadi bukan hiburan yang didapat bahkan sebaliknya. Seperti dalam matan hadis nabi;

لَا يَجِلُّ لِمُسْلِمٍ أَنْ يَرَوْعَ مُسْلِمًا

“Tidak halal bagi seorang muslim menakut-nakuti muslim lainnya”.
(H.R. Ahmad, No. 21986).

4. Bercanda harus dilakukan pada porsi yang cukup, dan tidak berlebihan. Karena Islam tidak menyukai sesuatu yang berlebihan, apalagi dalam bercanda, sebab tertawa atau bercanda yang berlebihan dapat membuat hati menjadi mati. Nabi pernah bersabda;

لَا تُكْثِرُوا الضَّحِكَ فَإِنَّ كَثْرَةَ الضَّحِكِ تُمَيِّتُ الْقَلْبَ

“Janganlah kalian banyak tertawa, karena banyak tertawa akan mematikan hati.” (H.R. Ibnu Majah, No. 4183).

Menurut Quraish Shihab, hadis tersebut perlu digaris bawahi bahwa hadis tentang tertawa dapat mematikan hati maksudnya adalah candaan yang tidak lucu, menyakitkan hati, serta melengahkan akan tugas-tugas pokok. Karena semua itu ada batas dan porsinya masing-masing.²⁶

5. Tidak mengambil barang orang lain sebagai bahan candaan. Seperti yang terdapat dalam hadis nabi;

لَا يَأْخُذْنَ أَحَدَكُمْ مَتَاعَ أَخِيهِ لَاعِبًا وَلَا جَادًا

“Jangan sekali-kali salah seorang dari kalian mengambil barang milik saudaranya, baik untuk bercanda atau sungguhan.” (H.R. Abu Daud, No. 4350).

Kemudian, fenomena *prank* perlu juga dilihat dari sudut pandang psikologi, baik itu pelaku maupun korban *prank*. Pada dasarnya, dalam sisi psikologi, harusnya humor memiliki sisi positif yang menyebabkan seseorang cenderung ceria, bahagia, sehingga dapat mengurangi depresi cemas dan tegang. Dan membuat energi negatif pun akan menjauh. Humor juga dapat memberikan kesempatan pada seseorang untuk menikmati energi positif dan menurunkan *mood* negatif, dan memiliki korelasi positif antara kesejahteraan psikologis dan harga diri (*self-esteem*). Kendatipun pada perkembangannya terdapat juga humor yang bersifat negatif, yaitu humor agresif yang mana bertujuan untuk mengolok-olok, sarkasme, dan meremehkan orang lain. Semakin banyak berhumor, semakin banyak energi positif yang hadir, maka semakin banyak pula perasaan sejahtera dan

²⁶ M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan, dan Keserasian Al-Qur'an* (Jakarta: Lentera Hati, vol. 9, hlm. 151).

bahagia yang muncul. Humor sendiri dapat memberikan kesehatan mental, ciri-cirinya adalah *Pertama*, mampu mengelola emosi negatif dan menikmati emosi positif. *Kedua*, kemampuan berdamai dengan stres dan beradaptasi dengan perubahan. *Ketiga*, kemampuan membangun hubungan dengan orang lain (hubungan sosial) secara dekat, bermakna dan tahan lama.²⁷

Kaitannya dengan aksi *prank* di media sosial, penulis mencoba melihat menggunakan sudut pandang psikologi-humanistik Abraham Maslow lewat teori hirarki kebutuhan (*hierarchy of needs*). Adapun implikasi dari teori tersebut yaitu para pelaku *prank* dalam melancarkan aksinya, bisa jadi sudah berada di level ketiga, keempat bahkan sampai level kelima. Di level ketiga, para pelaku *prank* dalam melakukan aksinya tentu ia butuh untuk diterima, dicintai di lingkungan sosialnya (*social needs*), baik dari korban-korban *prank* nya sendiri (ex: keluarga, teman, atau lingkungan sekitar) maupun dari para *fans* atau *follower* apabila aksi *prank* tersebut diunggah lewat media sosial. Lanjut pada level keempat, setelah pelaku *prank* mendapat *social need*, kemudian ia butuh akan *self-esteem* (harga diri) berupa apresiasi dari lingkungan sosial nya seperti status (*selebgram, youtuber*, atau *influencer*), ketenaran dan viral. Selain itu, pelaku *prank* yang butuh akan *self-esteem*, memiliki ego yang tinggi dan haus akan eksistensi dan sensasi dari setiap aksi yang dilakukannya. Sedangkan di level kelima, merupakan level tertinggi dari kebutuhan manusia yaitu *self actualization* di mana para pelaku aksi *prank* sudah mencapai tahap ketagihan atau candu apabila aksi-aksi yang dilakukan berhasil dan mendapat apresiasi dari masyarakat di media sosial, baik itu dalam bentuk penambahan jumlah *follower* atau *subscriber*, serta jumlah *viewer* dan komentar yang banyak. Namun, ketika pelaku *prank* sudah berada di level keempat dan kelima, sering kali mereka mengabaikan akan etika, nilai moral, norma, dan nilai-nilai agama. Sebab, mereka sudah terfokus dan terobsesi dengan eksistensi di media sosial.

Selain itu, pada level keempat dan kelima dari hirarki kebutuhan ini sudah membentuk sikap *superioritas*. Seperti yang terdapat dalam salah satu teori humor yaitu teori *superioritas* dan meremehkan, yaitu jika yang menertawakan berada pada posisi super, sedangkan yang ditertawakan

²⁷ Listya Istiningtyas, "Humor Dalam Kajian Psikologi Islam", *Jurnal Ilmu Agama*, hlm. 6-7.

berada pada posisi degradasi (diremehkan atau dihina).²⁸ Akibatnya, ketika pelaku *prank* merasa memiliki *power* terhadap korbannya, korban *prank* ibarat sebuah objek yang emosinya bisa dikendalikan oleh pelaku *prank*. Sehingga, pelaku *prank* merasa mendapatkan kepuasan tersendiri apabila mereka bisa melihat ekspresi korban jika sesuai dengan ekspektasi tanpa memperdulikan psikis dari korbannya, apakah mereka marah, takut, trauma, kaget, sedih, dan berbagai kesehatan mental lainnya. Apabila hal ini terjadi dan dibiarkan begitu saja, aksi *prank* semacam ini akan terjadi “normalisasi budaya”, yang awalnya merupakan sesuatu yang tidak biasa akan menjadi terbiasa dan budaya baru yang selalu eksis di masyarakat.

Namun, perlu diketahui juga bahwa tidak semua aksi *prank* yang ada di media sosial membawa dampak negatif bagi masyarakat. Sebab, masih ada aksi *prank* yang memberikan pelajaran positif bagi masyarakat yang tidak hanya dijadikan sebagai tontonan tetapi juga tuntunan, salah satunya adalah aksi *prank* yang dilakukan seorang *yotuber* bernama Rian lewat kanal youtube nya RianTV. Bentuk aksi *prank* yang dilakukan Rian adalah peduli pada nasib ODGJ (orang dalam gangguan jiwa) yang terlantar dan hidup sebatang kara untuk dibawa ke panti sosial. Aksi yang dilakukan Rian ini ingin menunjukkan kepada masyarakat luas agar mereka memiliki gambaran tentang ODGJ yang juga perlu mendapat perhatian. Konten RianTV dapat dibilang kanal yang mempunyai konten memanusiakan manusia. Hal ini sejalan dengan prinsip teori humanistik Abraham Maslow yang bertujuan untuk memanusiakan manusia. Dengan demikian, sejatinya aksi *prank* yang dilakukan di media sosial harus menjunjung tinggi dan mengedepankan nilai-nilai humanisme.

Oleh sebab itu, aksi *prank* yang berkembang di media sosial dengan menggunakan analisis psikologi-humanistik dapat dipahami bahwa pada dasarnya *prank* merupakan salah satu bentuk humor atau *joke* yang berkembang saat ini, dan diperbolehkan dalam Islam apabila tidak bertentangan dengan tuntunan Al-Quran dan hadis, serta tidak membawa dampak negatif bagi kondisi psikologi seseorang. Jika merujuk pada makna *prank* yang terdapat dalam *Cambrdige Dictionary*, bahwa *prank* aslinya hanya sebuah hiburan semata tanpa membawa bahaya atau kerusakan. Hanya saja, masih ada terjadi kesalahpahaman oleh sebagian masyarakat ketika memaknai *prank* itu sendiri. Karena, sejatinya humor atau candaan

²⁸ Didiek Rahmadji, “Sejarah, Teori, Jenis dan Fungsi Humor”, hlm. 215.

harusnya menghasilkan energi positif yang sama dari kedua bela pihak, bukan salah satu pihak saja. Artinya, pelaku *prank* merasakan bahagia dan korban *prank* juga merasakan kebahagiaan yang sama. Maka, disitulah letak nilai-nilai humanistik, yaitu memanusiakan manusia.

Kesimpulan

Berdasarkan kajian di atas, dapat disimpulkan bahwa *prank* dalam studi hadis memiliki kesamaan makna dengan *al-muda'abah* atau *al-muzabah* yang sederhananya bermakna humor atau senda-gurau. Namun, karakteristik yang dibangun *prank* di media sosial saat ini, ada yang mengandung unsur kebohongan, menakut-nakuti, dan melampaui batas sehingga bertentangan dengan kode etik yang sudah diatur dalam Al-Quran dan hadis nabi. Padahal, istilah *prank* sendiri sejatinya memiliki makna humor atau senda-gurau tanpa adanya unsur kekerasan dan merugikan orang lain. *Prank* yang mengandung unsur tersebut tergolong pada jenis humor *fasid* atau rusak, dan harus dihindari. Karena, tidak hanya bertentangan dengan Al-Quran dan hadis nabi, *prank* seperti itu (humor *fasid*) dalam sudut pandang psikologi-humanistik berdampak negatif bagi kesehatan mental bagi pelaku dan korban *prank*. Padahal, dalam bercanda kedua bela pihak saling memberikan kebahagiaan dan kesejahteraan yang sama, tanpa merugikan salah satu pihak. *Prank* atau humor dapat diibaratkan layaknya garam dalam sebuah makanan, apabila sebuah makanan tanpa garam maka akan terasa hambar, dan tidak enak dimakan. Begitupun juga sebaliknya jika garam dalam sebuah makanan berlebihan, makanan itu akan terasa asin dan selera makan jadi hilang. Artinya, *prank* atau humor harus dilakukan sesuai pada porsinya, tidak kurang dan tidak juga berlebihan.

Daftar Pustaka

- Al-Badr, Syaikh Abdul Razaq Bin Abdul Muhsin. *Syarab Syamail Nabi Muhammad: Penjelasan Lengkap Kepribadian dan Karakter Rasulullah*. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar. 2020.
- Al-Syinnawi, Abdul Aziz. *Saat-Saat Berkesan Bersama Rasulullah*. Jakarta: Gema Insani, 2004.
- Anis, Muhammad Yunus. "Humor dan Komedi dalam Sebuah Kilas Balik Sejarah Sastra Arab". *Jurnal CMES*, Vol. VI, No. 2. 2013.

- Education, Pearson. *Longman. Dictionary of American English*. England: Pearson Education Limited. 2000.
- Harnett, James. "Why Pranks and Practical Jokes Just Aren't Funny: A Brief History of The Lowest Form of Comedy", dalam *National Post*, diakses pada tanggal 19 Oktober 2020. <https://nationalpost.com/entertainment/why-pranks-and-practical-jokes-just-arent-funny-a-brief-history-of-the-lowest-form-of-comedy>
- Hasibuan, Samsul Nizar dan Zainal Effendi. *Kepemimpinan Pendidikan Dalam Perspektif Hadis: Telaah Historis Filosofis*. Jakarta: Kencana. 2019.
- Huda, Nur. "Prank dan Dampak Sosial: Kajian Pendidikan Masyarakat dalam Perspektif Pendidikan Islam". *Ta'dibi*, Vol. VIII, No. 1, 2020.
- Hosen, Nadirsyah. *Saring Sebelum Sharing*. Yogyakarta: Bentang. 2019.
- Irawan, Eka Nova. *Buku Pintar Pemikiran Tokoh-Tokoh Psikologi: Dari Klasik Sampai Modern*. Yogyakarta: IRCiSoD. 2015.
- Iskandar. "Implementasi Teori Hirarki Kebutuhan Abraham Maslow Terhadap Peningkatan Kinerja Pustakawan. *Khizanah Al-Hikmah*, Vol. 4, No. 1, 2016.
- Istiningtyas, Listya. "Humor Dalam Kajian Psikologi Islam". *Jurnal Ilmu Agama*.
- Komara, Endang. *Belajar dan Pembelajaran Efektif*. Bandung: Refika Aditama. 2014.
- Manzur, Ibn. *Lisan Al-'Arab*. Kairo: Dar Al-Ma'arif, t.t.
- Maslow, Abraham. *Motivation and Personality*. New York: Harper & Row, 1954.
- Muhibbin dan Marfuatun. "Urgensi Teori Hierarki Kebutuhan Maslow dalam Mengatasi Prokrastinasi Akademik di Kalangan Mahasiswa". *Educatio: Jurnal Ilmu Kependidikan*, Vol. 15, No. 2, 2020.
- Munawwir, A.W. *Kamus Al-Munawwir Arab-Indonesia Lengkap*. Surabaya: Pustaka Progressif, 1997.
- M.B, Dwi Bagus. *Nabi Aja Bercanda: Humor Rasulullah dengan Orang-Orang Saleh*. Bandung: Mizania, 2006.
- Rahmadji, Didiek. "Sejarah, Teori, Jenis dan Fungsi Humor", *BAHASA DAN SENI*, No. 2, 2007.
- Shadily, John M.Echols dan Hassan. *Kamus Inggris-Indonesia*. Jakarta: PT. Gramedis, 2008.

- Shihab, M. Quraish. *Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan, dan Keserasian Al-Qur'an*. Jakarta: Lentera Hati, Vol. 9.
- Sofia, Adib. *Metode Penulisan Karya Ilmiah Dilengkapi dengan Salinan Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia (FUEBI) dan Pedoman Transliterasi*. Yogyakarta : Bursa Ilmu, 2017.
- Sumantri, Budi Agus dan Nurul Ahmad. “Teori Belajar Humanistik dan Implikasinya Terhadap Pembelajaran Pendidikan Agama Islam”, *Fondatia: Jurnal Pendidikan Dasar*, Vol. 3, No. 2.
- Yunus, Mahmud. *Kamus Arab-Indonesia*. Jakarta: Mahmud Yunus Wa Dzurriyyah, 2009.
- Zaki, “Remi Gaillard Penggagas Aksi Prank di Youtube”, dalam *IDN Times*, diakses pada tanggal 19 oktober 2020.
<https://www.idntimes.com/hype/entertainment/zaki-17/remi-gaillard-penggagas-aksi-prank-di-youtube-c1c2/6>
<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/prank>