

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Resepsi al-Qur'an tidak hanya terjadi dalam dunia nyata. Namun juga terjadi dalam dunia maya, terutama di ruang media sosial. Sejumlah peneliti telah menemukan bukti ragam fenomena resepsi al-Qur'an di dunia nyata, diantaranya resepsi ayat untuk pengobatan (Latif, 2014), penglaris (Nurdin, 2021), dan praktik mempermudah persalinan (Hidayati, 2020). Meskipun demikian, tidak sedikit dari para peneliti yang juga menemukan ragam fenomena resepsi al-Qur'an yang dipraktikkan oleh umat Islam di media sosial, misalnya resepsi QS. al-Hujurat/49: 12 dalam film Ghibah (Fahrudin, 2020), QS. āli-Imrān/3: 185 dalam animasi Nussa (A'yun, 2021), dan resepsi QS. al-Nisā'/4: 108 pembahasan ayat KPU di media sosial (Aini, 2017). Sejalan dengan fenomena tersebut, berdasarkan observasi awal peneliti yang juga menemukan bentuk resepsi QS. Yūsuf/12: 4 dan QS. al-Wāqi'ah/56: 35-38 yang digunakan oleh *netizen* sebagai ayat untuk pembuka aura. Padahal, secara informatif kedua ayat tersebut tidak menjelaskan tentang fungsi resepsi tersebut.

Sebagaimana firman Allah Swt dalam QS. Yūsuf/12: 4 sebagai berikut:

إِذْ قَالَ يُوسُفُ لِأَبِيهِ يَا أَبَتِ إِنِّي رَأَيْتُ أَحَدَ عَشَرَ كَوْكَبًا وَالشَّمْسَ وَالْقَمَرَ رَأَيْتُهُمْ لِي سَاجِدِينَ

Terjemahnya :

“(Ingatlah) ketika Yūsuf berkata kepada ayahnya (Ya‘qūb), “Wahai ayahku, sesungguhnya aku telah (bermimpi) melihat sebelas bintang, matahari, dan bulan. Aku melihat semuanya sujud kepadaku.” (Kemeng, 2019)

QS. al-Wāqi'ah/56: 35-38 sebagai berikut:

إِنَّا أَنْشَأْنَاهُنَّ إِنْشَاءً فَجَعَلْنَاهُنَّ أَبْكَارًا عُرْبًا أَتْرَابًا لِأَصْحَابِ الْيَمِينِ

Terjemahnya:

“Sesungguhnya Kami menciptakan mereka (bidadari itu) secara langsung, lalu Kami jadikan mereka perawan-perawan yang penuh cinta (lagi) sebaya umurnya, (diperuntukkan) bagi golongan kanan” (Kemenag, 2019)

QS. Yūsuf/12: 4 dalam pandangan ulama tafsir seperti al-Ṭabarī dan Ibnu Kaṣir dikaitkan dengan kisah mimpi para Nabi yang menjadi bagian dari wahyu (Abdullah, 2003; al-Ṭabarī, 2009). Disisi lain, QS. al-Wāqi'ah/56: 35-38 oleh al-Ṭabarī dikaitkan sebagai bidadari pelayan penghuni surga yang memiliki rasa kasih sayang, pandai berhias, dan genit terhadap suami-suami mereka sendiri (al-Ṭabarī, 2009). Kemudian, Ibnu Kaṣir menafsirkan QS. al-Wāqi'ah/56: 35-38 mengkiaskan kata kasur-kasur sebagai bidadari (Abdullah, 2004).

Fenomena resepsi al-Qur'an dijelaskan oleh Ahmad Rafiq sebagai aspek performasi (Rafiq, 2021). Hubungan antara dimensi data dan interpretasi dapat membentuk pola relasi antara manusia dan kitab suci, salah satunya yaitu data praktik yang diinterpretasi secara performatif, contohnya pada kasus surah al-Fātiḥah dalam kitab *al-Tibyan fi Adab Ḥamalat al-Qur'an* karya al-Nawawi dapat menjadi perbandingan interpretasi informatif al-Bukhārī yang disampaikan sebelumnya. Bagi al-Nawawi narasi hadits tentang praktik sahabat yang menyembuhkan orang sakit dengan bacaan al-Fatihah diinterpretasi secara performatif dengan menunjukkan praktik baru yang meluas dari praktik pertama, yaitu membaca surah al-Fatihah ketika mengunjungi orang sakit.

Media sosial menciptakan ruang baru performasi al-Qur'an di dunia maya bagi para pengkaji al-Qur'an yang dimana otoritasnya dihadapkan dengan aturan

media sosial yang profan, interaktif dan terbuka, serta tersebarnya model-model penafsiran yang bersifat politis, keliru. Sehingga dapat berdampak pada kesalahpahaman terhadap makna ayat al-Qur'an bagi para pengguna sosial media yang tidak selektif (Fithrotin, 2020). Dinamika perkembangan ajaran Islam terjadi dengan luar biasa cepat di ruang media sosial mengalahkan yang terjadi di dunia nyata (Fahrudin, 2020). Mayoritas pengguna media sosial yaitu kaum milenial sebagai pengguna internet terbanyak melalui aplikasi *Facebook*, *Instagram*, *TikTok*, *WhatsApp*, *Youtube* dan *platform* media sosial lainnya. Dalam hal ini, *TikTok* adalah salah satu *platform* yang paling disukai, *TikTok* digunakan oleh para kaum milenial sebagai media eksistensi diri yang digunakan untuk mencari dan menyebarkan informasi keagamaan (Junawan & Laugu, 2020). Pada dasarnya resepsi al-Qur'an ini telah lahir sejak awal mula sejarah oralitas al-Qur'an, yaitu ketika al-Qur'an direspon oleh para pembaca dan pendengar di dunia nyata bukan di dunia maya. Seiring berjalannya waktu yang melahirkan teknologi internet yang berkembang signifikan di kalangan masyarakat, menjadikan respon terhadap al-Qur'an tersebut hadir di dalamnya (Mustautina, 2021).

Sejauh ini kajian tentang al-Qur'an dan media sosial telah banyak dilakukan oleh para peneliti sebelumnya, seperti dalam kajian tafsir al-Qur'an di *Facebook*, bahwa Fadli Lukman mengusulkan istilah hermeneutika digital dengan karakteristik sederhana. Fadlil juga menjelaskan adanya peningkatan partisipasi masyarakat dalam aspek penafsiran al-Qur'an yang dapat mempengaruhi otoritas keagamaan di ruang publik (Lukman, 2016).

Sementara itu, kajian tafsir di *Youtube* juga dilakukan oleh A'yun (2021) dalam penelitiannya yang berjudul *Resepsi Al-Qur'an Di Media Sosial: Studi*

Kasus Film Animasi Nussa Episode “Hii Serem!!!” menjelaskan bahwasannya resepsi al-Qur’an juga terjadi di media sosial khususnya dalam satu episode animasi Nussa yang tayang di *Youtube* yakni pada QS. āli-Imrān ayat 185, dalam ayat ini menggunakan resepsi eksegesis dan resepsi fungsional yaitu agar kita tidak perlu takut kepada orang yang telah meninggal karena kematian pasti terjadi kepada setiap manusia. Akan tetapi tidak semua pesan pada ayat 185 ini disampaikan, faktor ini juga dapat mempengaruhi resepsi dalam al-Qur’an. Berangkat dari fenomena tersebut terdapat perbedaan antara penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan dilakukan. Pada penelitian sebelumnya lebih berfokus kepada suatu resepsi di media sosial seperti *YouTube* tentang suatu film yang menggunakan ayat-ayat al-Qur’an dan penafsiran dari para komentator. Sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan ini lebih berfokus kepada konten dan orang yang melakukan pengamalan suatu ayat di media sosial *TikTok* yang diyakini oleh para *TikTokers* dapat membuka aura.

Berdasarkan fenomena resepsi bahwa setiap perilaku umat muslim lahir atas pemahaman, baik secara tekstual maupun kontekstual terhadap al-Qur’an dan hadis Nabi Saw. Pemahaman tersebut dapat pula tertuang pada media sosial, salah satunya dalam bentuk konten-konten Islami di aplikasi *TikTok*, sebagai sebuah media pembelajaran ajaran agama Islam yang mudah diakses oleh seluruh masyarakat milenial muslim saat ini. Dari fenomena tersebut, peneliti menganggap isu ini penting untuk diteliti lebih lanjut karena dari kajian *living Qur’an* yang juga telah dilakukan sebelumnya, belum ada ditemukan penelitian yang membahas tentang QS. Yūsuf/12: 4 dan QS. al-Wāqi’ah/56: 35-38 ini sebagai suatu pengamalan agar dapat membuka aura seseorang. Dengan demikian,

penelitian yang dilakukan kali ini berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya.

1.2 Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus pada fenomena resepsi pengamalan QS. Yusuf/12: 4 dan QS. al-Waqi'ah/56: 35-38 sebagai pembuka aura seseorang dalam media sosial *TikTok*.

1.3 Rumusan Masalah

- 1.3.1 Bagaimana wacana QS. Yūsuf/12: 4 dan QS. al-Wāqi'ah/56: 35-38 dalam literatur tafsir?
- 1.3.2 Bagaimana resepsi QS. Yūsuf/12: 4 dan QS. al-Wāqi'ah/56: 35-38 terkait praktik membuka aura oleh kalangan *TikTokers* di media sosial?
- 1.3.3 Bagaimana pengamalan *TikTokers* terhadap QS. Yūsuf/12: 4 dan QS. al-Wāqi'ah/56: 35-38 dalam tinjauan resepsi al-Qur'an?

1.4 Tujuan penelitian

Penelitian ini secara umum bertujuan untuk membahas wacana resepsi al-Qur'an, dalam hal ini pengamalan yang melibatkan resepsi QS. Yūsuf/12: 4 dan QS. al-Waqi'ah/56: 35-38 sebagai pembuka aura oleh para *TikTokers*. Adapun secara khusus penelitian ini bertujuan untuk:

- 1.4.1 Mendeskripsikan secara teknis terkait pengamalan surah sebagai pembuka aura seseorang yang melibatkan resepsi fungsional QS. Yūsuf/12: 4 dan QS. al-Wāqi'ah/56: 35-38 yang dipraktikkan oleh para muslimin di aplikasi *TikTok*;

1.4.2 Menelusuri cara bagaimana pengamalan yang dilakukan oleh para *TikTokers* pada QS. Yusuf/12: 4 dan QS. al-Wāqi'ah/56: 35-38;

1.4.3 Mengungkap hubungan antara fenomena praktik pengamalan QS. Yūsuf/12: 4 dan QS. al-Wāqi'ah/56: 35-38 dengan fungsi makna ayat tersebut.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dapat bermanfaat pada aspek konseptual dan praktis. Adapun manfaat penelitian ini dari aspek konseptual agar dapat:

1.5.1 Memahami pengamalan QS. Yūsuf/12: 4 dan QS. al-Wāqi'ah/56: 35-38 sebagai bagian dari praktik pembuka aura oleh para *TikTokers*;

1.5.2 Menemukan data informasi historisitas pengamalan pembuka aura pada QS. Yūsuf/12: 4 dan QS. al-Wāqi'ah/56: 35-38;

1.5.3 Mendapatkan informasi lebih luas terkait ragam bentuk resepsi al-Qur'an di media sosial terutamanya dalam aplikasi *TikTok* oleh para muslimin, terutamanya yang berhubungan dengan fungsi al-Qur'an dari aspek maknanya.

Adapun manfaat penelitian ini dari aspek praktis atau sosial agar dapat bermanfaat terhadap:

1.5.1 Para akademisi dalam rangka mengembangkan sumber rujukan pustaka terkait studi sosiologi dan antropologi Qur'ani dalam wilayah kajian akademik;

1.5.2 Masyarakat umum dapat memperluas wawasan pengetahuan mereka terkait ragam resepsi al-Qur'an yang berkembang di tengah masyarakat muslim;

1.5.3 Lembaga keagamaan formal, baik yang berstatus negeri maupun swasta untuk mengakomodir pendekatan sosial dalam menyikapi praktik keagamaan yang muncul di tengah masyarakat lokal.

1.6 Definisi Operasional Penelitian

Penelitian ini menggunakan beberapa istilah akademik yang penjelasan operasional, sehingga dapat dipahami oleh para pembaca secara holistik. Adapun istilah-istilah yang dimaksud sebagai berikut:

1.6.1 Resepsi al-Qur'an

Secara etimologis kata resepsi berasal dari bahasa latin yaitu *recipere* yang artinya penerimaan atau penyambutan pembaca. Sedangkan definisi resepsi secara terminologis dapat diartikan sebagai ilmu keindahan yang didasarkan kepada respon pembaca. Dari definisi tersebut, jika dikombinasikan menjadi resepsi al-Qur'an maka dapat diartikan sebagai kajian tentang sambutan pembaca terhadap ayat-ayat suci al-Qur'an. Sambutan yang dimaksud yaitu seperti cara masyarakat dalam menafsirkan pesan ayat-ayat (Fathurrosyid, 2016).

1.6.2 Media Sosial

Media sosial adalah layanan aplikasi berbasis internet yang mana para penggunanya dapat berbagi pendapat, sudut pandang, pemikiran dan pengalaman (Kaplan & Haenein, 2010). Media sosial dapat digunakan sebagai penghubung suatu informasi dan komunikasi. Serta dapat merubah sebuah komunikasi menjadi dialog interaktif yang mana satu sama lain bisa langsung berbagi informasi, sosial media yang dimaksud yaitu seperti: *Facebook, Instagram, Youtube, TikTok, Twitter, WhatsApp* dan lainnya. *TikTok* menjadi

salah satu *platform* yang saat ini sangat digemari oleh masyarakat (Dewa & Safitri, 2021)

TikTok merupakan aplikasi berbagi video pendek yang diciptakan dan dikembangkan oleh Zhang Yiminng, yaitu seorang lulusan *Software engineer* dari Universitas Nankai, Cina yang mendirikan perusahaan teknologi informasi *ByteDance* pada Maret 2012. Kemudian trend membuat Zhang Yiminng memutuskan untuk mengeksplorasi aplikasi media sosial yang lebih interaktif karena saat itu dalam industri konten, teks dan gambar telah berkembang menjadi video dan konten kini banyak berasal dari pengguna (Damayanti & Gemiharto, 2019).

1.6.3 *TikTokers*

TikTokers adalah istilah bagi orang-orang yang menggunakan serta membuat konten *TikTok* (D. E. Setiawan & Salendur, 2021). Kata ini berasal dari nama salah satu aplikasi buatan Cina di media sosial yang telah mengglobal sejak didirikannya pada bulan September 2016 yaitu aplikasi yang bernama *TikTok* atau *DouYin* (dalam bahasa Cina). Aplikasi ini memungkinkan para *TikTokers* untuk membuat video dengan durasi waktu 15 detik yang dapat dikolaborasikan bersama musik, filter, fitur yang bervariasi, seiring dengan perkembangannya kini durasi untuk membuat video diperpanjang hingga 60 detik. Dari hal tersebut, *TikTok* sangat diminati oleh banyak orang, khususnya untuk generasi milenial sebagai sarana perkembangan kreativitas, keagamaan serta pendidikan (Motang dkk., 2021).

1.6.4 Pembuka Aura

Membuka dalam KBBI diartikan sebagai menjadikan tidak tertutup atau tidak bertutup (E. Setiawan, 2021). Sedangkan aura merupakan pancaran energi yang keluar dari dalam tubuh, baik itu makhluk hidup maupun benda mati. Kemudian aura ini dapat digunakan untuk menggambarkan suatu keadaan seseorang. Kondisi yang dimaksud adalah keadaan seseorang, karakter, serta energi mereka (Wijaya, 2020).

Pembuka aura adalah cara meningkatkan pesona serta pemikat wajah, sehingga mudah disukai oleh lawan jenis, dan dapat juga diartikan sebagai cara membuka aura agar energi, karakter, kecantikan dan ketampanan dapat bersinar mempesona (Faku, 2020).

Dengan demikian yang dimaksud pembuka aura oleh para *TikTokers* yaitu upaya untuk meningkatkan wajah agar lebih bercahaya serta berseri-seri, disukai oleh banyak orang dan dapat membuat orang lain kagum dan senang saat melihat kita.

