

**PEMAKNAAN AL-QUR'AN DALAM *HEADLINE* RELASI
SUAMI ISTRI DI *CHANNEL* AL MU'ALLIM CENTER**



Oleh:

Rini Susanti

NIM: 22205035020

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
TESIS
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

**Diajukan Kepada Program Studi Magister (S2) Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir
Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Magister Agama (M.Ag.)**

**YOGYAKARTA
2024**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rini Susanti
NIM : 22205035020
Fakultas : Ushuluddin dan Pemikiran Islam
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir
Konsentrasi : Ilmu Al-Qur'an

menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Naskah tesis ini secara keseluruhan benar-benar bebas dari plagiasi. Jika di kemudian hari terbukti bahwa naskah tesis ini bukan karya saya sendiri dan terdapat plagiasi, maka saya siap ditindak sesuai dengan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 13 Juli 2024

Saya yang menyatakan,



Rini Susanti
NIM: 22205035020

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1456/Un.02/DU/PP.00.9/08/2024

Tugas Akhir dengan judul : PEMAKNAN AL-QUR'AN DALAM HEADLINE RELASI SUAMI ISTRI DI CHANNEL AL MU'ALLIM CENTER

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : RINI SUSANTI, S.Th.I
Nomor Induk Mahasiswa : 22205035020
Telah diujikan pada : Rabu, 21 Agustus 2024
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Prof. Dr. Muhammad, M.Ag
SIGNED

Valid ID: 66c8370838ad



Penguji I

Dr. Mahbub Ghozali
SIGNED

Valid ID: 66c708c99646d



Penguji II

Prof. Dr. Saifuddin Zuhri, S.Th.I., MA.
SIGNED

Valid ID: 66c8b72ba56c



Yogyakarta, 21 Agustus 2024
UIN Sunan Kalijaga

Dekan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam

Prof. Dr. Hj. Inayah Rohmaniyah, S.Ag., M.Hum., M.A.
SIGNED

Valid ID: 66c8e1199b4d2

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.,
Ketua Program Studi Magister (S2)
Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir
Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam
UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Assalamu 'alaikum wr. wb

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan tesis yang berjudul:

PEMAKNAAN AL-QUR'AN DALAM *HEADLINE* RELASI SUAMI ISTRI DI
CHANNEL AL MU'ALLIM CENTER

Yang ditulis oleh:

Nama	: Rini Susanti
NIM	: 22205035020
Fakultas	: Ushuluddin dan Pemikiran Islam
Jenjang	: Magister (S2)
Program Studi	: Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir
Konsentrasi	: Ilmu Al-Qur'an

Saya berpendapat bahwa tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada Program Studi Magister (S2) Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga untuk diajukan dalam rangka memperoleh gelar Magister Agama.

Wassalamu 'alaikum wr. wb

Yogyakarta, 13 Agustus 2024
Pembimbing

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



Prof. Dr. Muhammad, M.Ag.
NIP. 19590515 199001 1 002

HALAMAN PERSEMBAHAN

Tesis ini penulis persembahkan untuk suami tercinta di Sorong, Syafaat Syareh Syifa.

Terimakasih karena selalu mendukung, memotivasi dan mengikhlaskan harus berpisah dengan anak dan istri selama dua tahun ini.

Buah hati tersayang di Pekalongan,

Arsila Isykarima Syifa dan Isyqi Ilhaq Assyifa.

Kalian adalah alasan utama penulis untuk selalu berjuang dan berusaha menyelesaikan tesis ini secepat mungkin.

Seluruh keluarga besar penulis, semoga Allah Swt. membalas kebaikan kalian.

Kepada Beasiswa Indonesia Bangkit (BIB), beasiswa prestisius kolaborasi antara Kementerian Agama dan LPDP Kementerian Keuangan Republik Indonesia. Terimakasih atas pendanaannya sehingga peneliti berhasil menyelesaikan studi magister ini.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

MOTTO

Tetaplah bersyukur, berdo'a dan berusaha!

-Rini-



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRAK

Al-Qur'an terdiri dari lafaz dan makna. Pemaknaan Al-Qur'an yang semula berfungsi sebagai penjelas Al-Qur'an, telah berubah menjadi alat untuk menghasilkan keuntungan finansial. Hal ini terlihat pada penggunaan interpretasi makna Al-Qur'an untuk keperluan *marketing* produk seperti pakaian, minuman, dan konten-konten dalam media baru yang mendukung monetisasi, terutama di YouTube. *Content creator* melakukan upaya-upaya untuk menarik *viewer* dan *subscriber* sebanyak mungkin, meski dengan menggunakan cara-cara kontroversial seperti yang terdapat dalam *channel* Al Mu'allim Center. Upaya-upaya yang mencolok dalam *channel* ini adalah penggunaan *headline-headline* vulgar, narasi sarkasme, pemakaian ayat Al-Qur'an seksualitas, serta penyajian visualisasi wanita-wanita sensual dalam konten-kontennya. Terlebih *content creator channel* Al Mu'allim Center adalah K.H. Dawam Mu'allim yang merupakan pengasuh Ponpes Al Ma'rifah Bontang dan Al Mu'allim Center di Banten. Penelitian ini dibuat dengan tujuan untuk memahami representasi pemaknaan Al-Qur'an, bentuk-bentuk komodifikasi serta dampak komodifikasi pemaknaan Al-Qur'an dalam *channel* Al Mu'allim Center. Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif-analitis. Konten-konten terkait relasi suami istri dalam *channel* Al Mu'allim Center dikumpulkan, diurakan, dan kemudian dianalisis menggunakan teori ekonomi politik Vincent Mosco dan teori resepsi Stuart Hall. Teori ekonomi politik Vincent Mosco digunakan untuk menganalisis komodifikasi dalam *channel* Al Mu'allim Center, sedangkan teori resepsi Stuart Hall digunakan untuk menganalisis resepsi audiens terhadap konten-konten dalam *channel* Al Mu'allim Center. Penelitian ini menemukan ada dua kecenderungan komodifikasi dalam *channel* Al Mu'allim Center. Komodifikasi konten tercermin dalam komodifikasi *headline* sensasional, komodifikasi pemaknaan Al-Qur'an, komodifikasi visualisasi wanita cantik dan sensual serta komodifikasi *personal branding*. Komodifikasi audiens terlihat pada perubahan audiens selakau konsumen menjadi komoditas yang dijual kepada pengiklan melalui monetisasi *channel* Al Mu'allim Center. Pemaknaan Al-Qur'an dalam *channel* Al Mu'allim Center direpresentasikan menggunakan metode *i'rab al-Qur'an*, disertai dengan *headline* sensasional dan *thumbnail* yang ditujukan untuk menarik audiens. Pengaruh pemaknaan Al-Qur'an terhadap audiens di *channel* Al-Mu'allim Center menunjukkan adanya tiga ragam resepsi audiens terhadap konten-konten di *channel* Al Mu'allim Center, yaitu posisi dominan-hegemonik, posisi negoisasi dan posisi oposisi.

Kata Kunci: Komodifikasi, Pemaknaan Al-Qur'an, Resepsi, *Channel* Al Mu'allim Center

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi huruf Arab-Indonesia dalam penulisan tesis ini berdasarkan atas Surat Keputusan Bersama (SKB) Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia tertanggal 22 Januari 1988 No: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

1. Konsonan Tunggal

Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba'	b	be
ت	ta'	t	te
ث	sa'	s	es (dengan titik di atas)
ج	jim	j	je
ح	ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha	kh	ka dan ha
د	dal	d	de
ذ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	r	er
ز	zai	z	zet
س	sin	s	es
سین	syin	sy	es dan ye
ص	ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)

Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ط	ṭa'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa'	ẓ	z (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik
غ	gain	g	ge
ف	fa'	f	ef
ق	qaf	q	qi
ك	kaf	k	ka
ل	lam	l	'el
م	mim	m	'em
ن	nun	n	'en
و	waw	w	w
ه	ha'	h	ha
ء	hamzah	'	apostrof
ي	ya'	y	ye

2. Konsonan Rangkap karena Syaddah Ditulis Rangkap

متددة	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
عدة	ditulis	<i>'iddah</i>

3. Ta' marbutah di Akhir Kata ditulis h

حكمة	ditulis	<i>Hikmah</i>
------	---------	---------------

علة	ditulis	'illah
كرامة الأولياء	ditulis	<i>Karāmah al-auliya'</i>
زكاة الفطر	ditulis	<i>Zakāh al-fiṭri</i>

4. Vokal Pendek

اَ	<i>fathah</i>	ditulis	a
فعل		ditulis	<i>fa'ala</i>
اِ	<i>kasrah</i>	ditulis	i
ذكر		ditulis	<i>zūkira</i>
اُ	<i>ḍammah</i>	ditulis	u
يذهب		ditulis	<i>yazhabu</i>

5. Vokal Panjang

1	Fathah + alif جاهلية	ditulis	<i>ā</i> <i>jāhiliyyah</i>
2	Fathah + ya' mati تتسي	ditulis	<i>ā</i> <i>tansā</i>
3	Kasrah + ya' mati كريم	ditulis	<i>i</i> <i>karīm</i>
4	Ḍammah+ wawu mati	ditulis	<i>ū</i>

	فروض	ditulis	<i>furuḍ</i>
--	------	---------	--------------

6. Vokal Rangkap

1	Faḥah+ ya' mati بينكم	ditulis	<i>ai</i> <i>bainakum</i>
2	Faḥah + wawu mati قول	ditulis	<i>au</i> <i>qaul</i>

7. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata dipisahkan dengan Apostrof

أنتم	ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	ditulis	<i>u'iddat</i>
لئن شكرتم	ditulis	<i>la'in syakartum</i>

8. Kata Sandang Alif+ Lam

Diikuti huruf Qamariyah ditulis dengan menggunakan huruf “al”. Apabila Syamsiyah ditulis dengan menggandakan huruf Syamsiyah yang mengikutinya.

القرآن	ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	ditulis	<i>al-Qiyās</i>
السماء	ditulis	<i>as-samā'</i>
الشمس	ditulis	<i>asy-Syam</i>

9. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat Ditulis menurut penulisannya

ذوي الفروض	ditulis	<i>ẓawi al-furūd</i>
أهل السنة	ditulis	<i>ahl as-sunnah</i>



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT atas berkat, ridho, rahmat, taufik dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini. Sholawat dan salam tidak lupa pula penulis ucapkan kepada Rasulullah SAW, Rasul pilihan serta suri tauladan, serta kepada keluarga dan para sahabat-Nya atas ilmu yang telah mereka wariskan kepada umat.

Penulisan tesis ini diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Agama (M. Ag) pada Prodi Ilmu al-Qur'an dan Tafsir (Konsentrasi Ilmu Al-Qur'an) Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Adapun tesis ini berjudul **“Pemaknaan Al-Qur'an dalam *Headline* Relasi Suami Istri di *Channel* Al Mu'allim Center”**.

Dalam kesempatan ini, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada semua pihak yang selalu memberi motivasi, doa, dan dukungan, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini. Terkhusus untuk suami penulis, Syafaat Syareh Syifa, terima kasih karena selalu mendukung, memotivasi dan memberikan izin sehingga penulis dapat kembali melanjutkan studi di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Teruntuk buah hati penulis, Arsila Isykarima Syifa dan Isyqi Ilhaq Assyifa, terima kasih telah hadir dalam hidup penulis. Kalian adalah motivasi terbesar bagi penulis untuk selalu berjuang dan bersemangat dalam menjalani kehidupan ini.

Terima kasih yang sebesar-besarnya untuk kedua orang tua penulis, bapak Hasan Basri dan ibu Sa'adah, atas segala do'a, dukungan, dan perjuangan dalam mengasuh serta mendidik penulis. Semoga Allah Swt. melimpahkan berkah-Nya kepada mereka. Kepada bapak mertua penulis, Hj. Syarif Hidayat, terima kasih atas do'a dan nasihat-nasihatnya selama ini. Untuk saudara dan seluruh keluarga besar penulis, terima kasih atas dukungan dan doa terbaik mereka dalam proses menyelesaikan tesis ini. Tak lupa penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada

Kang Jaelani (alm.), yang selalu mendukung segala cita-cita penulis. Semoga bantuan finansial dan moral yang engkau berikan, menjadi amal jariyahmu di sana.

Dengan segala ketulusan, penghormatan, dan kerendahan hati penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Noorhaidi, M.A, M.Phil., Ph. D. selaku rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Prof. Dr. Inayah Rohmaniyah, S.Ag., M.Hum., M.A. selaku dekan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga.
3. Prof. Dr. Saifuddin Zuhri, S.Th.I, M.A dan Dr. Mahbub Ghazali selaku ketua program Studi juga penasihat akademik dan Sekretaris Magister Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga.
4. Prof. Dr. Muhammad, M.Ag., selaku pembimbing yang sangat banyak memberikan motivasi, solusi, dan inovasi dalam penyelesaian tesis ini. Bagi penulis, beliau merupakan bapak ideologis yang sangat sabar dan telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan serta arahan dalam proses penyelesaian tesis ini.
5. Seluruh dosen Prodi Magister Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir, terutama yang mengajar peneliti selama perkuliahan: Dr. Robby Habiba Abror, S.Ag., M.Hum., Dr. H. Zuhri, S.Ag., M.Ag., Prof. Dr. Ahmad Baidowi, S.Ag., M.Si., Dr. Muhammad Taufik, S.Ag., M.A., Dr. phil. Fadhli Lukman, M.Hum., Dr. Subi Nur Isnaini, Dr. Abdul Jalil, S.Th.I., M.S.I., Dr. Siti Khodijah Nurul Aula, M.Ag., dan Dr. Nina Mariani Noor, SS., MA. Terima kasih atas ilmu-ilmu yang diberikan dan menjadi pilar keberhasilan penulis dalam meniti perjalanan akademik.
6. Kepada semua teman-teman Awardee Beasiswa Indonesia Bangkit (BIB) 2022 prodi MIAT UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta: Syarif, Ma'ruf, Dunan, Aziz, Qusyaeri, Ayyub, Mulyazir, Latifah, Nana, Dije, Amel, Widia, Nila, Yoga, Syahid, Faiz, Muham, Kamal, Muaf dan Jimmy. Terima kasih atas kebersamaan dan dukungannya. Kalian adalah keluarga baru bagi penulis.

7. Kepada H. Anis Syafaat, S.Ag., M.Pd.I. selaku kepala MAN 1 Sleman dan Ismail Z. Betawi, S.Pd., M.Pd. selaku mantan kepala MAN Insan Cendekia Sorong yang sekarang menjabat sebagai kepala MAN Insan Cendekia Kendari. Terima kasih atas dukungannya selama ini.
8. Kepada semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu terima kasih atas nasihat serta saran. Penulis berdoa semoga kita senantiasa dipermudah dalam segala urusan-Nya. *Āmīn Yā Rabbal ‘Ālamīn.*

Akhirnya kepada Allah SWT. penulis serahkan segalanya serta selalu berdo'a yang tiada henti, rasa syukur yang teramat besar penulis haturkan kepada-Nya, atas segala izin dan limpahan berkah-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan tesis ini.

Yogyakarta, 13 Juli 2024



Penulis

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN DAN BEBAS PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
OTA DINAS PEMBIMBING	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
ABSTRAK	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR.....	xx
LAMPIRAN.....	xxi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	5
D. Kajian Pustaka.....	6
E. Kerangka Teori.....	10
F. Metode Penelitian	14
G. Sistematika Pembahasan	15
BAB II AL-QUR'AN DAN NEW MEDIA	18
A. Sejarah Perkembangan Tafsir Al-Qur'an	18
1. Periode Nabi Muhammad dan sahabat.....	18
2. Periode tabiin dan <i>tābi' at-tābi'īn</i>	20
3. Periode <i>mutaqaddimīn</i>	23
4. Periode <i>mutaakhirīn</i>	24
5. Periode ulama modern.....	25

6. Periode ulama kontemporer	27
B. Al-Qur'an di Ruang Media	28
1. Era tribal.....	29
2. Era literatur.....	30
3. Era cetak.....	30
4. Era elektronik	31
C. Komodifikasi Al-Qur'an di YouTube.....	33
BAB III39 REPRESENTASI PEMAKNAAN AL-QUR'AN DALAM	
CHANNEL AL MU'ALLIM CENTER.....	39
A. Profil <i>Channel</i> YouTube Al Mu'allim Center	39
1. <i>Content creator channel</i> Al Mu'allim Center.....	40
2. Performa <i>channel</i> Al Mu'allim Center	42
B. Pemaknaan <i>Channel</i> Al Mu'allim Center terhadap Ayat-ayat Al-Qur'an....	45
1. Relasi Seksual	46
2. Relasi Nafkah	49
3. Relasi Harta.....	52
4. Relasi Poligami	54
5. Relasi Pengobatan	56
6. Relasi Konflik	59
C. Pemberian Ijazah Melalui <i>Live Streaming</i> dalam <i>Channel</i> Al Mu'allim	
Center.....	61
BAB IV ANALISIS PEMAKNAAN AL-QUR'AN DALAM CHANNEL AL	
MU'ALLIM CENTER	65
A. Bentuk-bentuk Komodifikasi dalam <i>channel</i> Al Mu'allim Center.....	66
1. Komodifikasi konten.....	66
2. Komodifikasi Audiens	70
3. Strategi <i>copywriting</i> dalam headline <i>channel</i> Al Mu'allim Center	73
B. Perluasan Wacana Tafsir Al-Qur'an Audiovisual dalam <i>channel</i> Al Mu'allim	
Center.....	77
1. Perluasan pemasaran konten <i>channel</i> Al Mu'allim Center.....	78
2. Wacana tafsir Al-Qur'an audiovisual di <i>channel</i> Al Mu'allim Center.....	80

C. Proses Produksi dan Reproduksi Makna Ayat Al-Qur'an dalam <i>Channel Al Mu'allim Center</i>	86
1. Kontruksi pemikiran K.H. Dawam Mu'allim	88
2. Resepsi audiens terhadap konten <i>channel Al Mu'allim Center</i>	90
BAB V PENUTUP	99
A. Kesimpulan	99
B. Saran	100
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN-LAMPIRAN	109
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	121



DAFTAR TABEL

Tabel III. 1 Kenaikan jumlah <i>subscriber</i> dan video ditonton pada Juli 2024	42
Tabel III. 2 <i>Headline-headline</i> konten video <i>channel</i> Al Mu'allim Center	46
Tabel IV. 1 Perbandingan <i>headline</i> dan <i>thumbnail</i> dengan isi konten	74
Tabel IV. 2 Tabel analisis posisi audiens di <i>channel</i> Al Mu'allim Center.....	98



DAFTAR GAMBAR

Gambar I. 1 Bagan cara kerja teori <i>encoding</i> dan <i>decoding</i>	14
Gambar III. 1 Beranda <i>channel</i> Al Mu'allim Center.....	41
Gambar III. 2 Grafik kenaikan jumlah subscriber dan video ditonton	42
Gambar III. 3 Grafik analisis histori <i>channel</i> Al Mu'allim Center	43
Gambar III. 4 Relasi seksual	46
Gambar III. 5 Relasi nafkah	49
Gambar III. 6 Penjelasan ulang konsepsi nafkah batin	50
Gambar III. 7 Relasi harta.....	52
Gambar III. 8 Relasi poligami.....	54
Gambar III. 9 Relasi pengobatan	56
Gambar III. 10 Relasi konflik	59
Gambar III. 11 Komentar audiens dalam <i>chat live streaming</i>	63
Gambar IV. 1 Beranda <i>channel</i> Tafsir Al Mu'allim.....	78
Gambar IV. 2 Beranda <i>website</i> Al Mu'allim Center	79
Gambar IV. 3 <i>Headline</i> dan <i>thumbnail</i> kontradiksi dengan isi konten.....	81
Gambar IV. 4 Bias gender dalam <i>channel</i> Al Mu'allim Center	82
Gambar IV. 5 Perubahan tampilan konten <i>channel</i> Al Mu'allim Center	83
Gambar IV. 6 Tidak ada korelasi makna ayat dengan pengamalannya	84

LAMPIRAN

Lampiran 1 Wawancara dengan K.H. Dawam Mu'allim	109
Lampiran 2 Wawancara dengan Ismail.....	117
Lampiran 3 Wawancara lanjutan dengan K.H. Dawam Mu'allim	118
Lampiran 4 Dokumentasi pengajian online via <i>google meet</i>	120



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Al-Qur'an terdiri dari lafaz dan makna. Penafsiran Al-Qur'an, yang semula berfungsi sebagai penjelas Al-Qur'an, telah berubah menjadi alat untuk menghasilkan uang. Hal ini terlihat pada penggunaan interpretasi makna Al-Qur'an untuk keperluan *marketing* produk seperti pakaian¹, minuman², dan lain-lain. Transformasi serupa juga terjadi pada pemaknaan Al-Qur'an di media baru yang mendukung monetisasi seperti Facebook, Instagram, TikTok dan terutama YouTube yang memiliki pengaruh yang lebih besar daripada monetisasi dalam media-media yang lainnya.³

Dalam *platform* YouTube, kenaikan jumlah *viewer* dan *subscriber* akan berdampak pada kenaikan pendapatan yang diperoleh oleh YouTuber (*content creator*).⁴ Hal ini mendorong seorang *content creator* melakukan upaya-upaya untuk menarik *viewer* dan *subscriber* sebanyak mungkin, meski dengan

¹ Roudlotul Jannah, "Kontruksi Ekonomi Ideologis dalam Wacana Pemaknaan Al-Qur'an di Instagram: Analisis Model Pengiklanan Pakaian Perempuan pada Akun @hijabalila" (UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2023).

² Lulu Al Annafis, Ahmad Nawawi, dan Favi Aditya Ikhsan, "Iklan Madu HNI di Instagram dalam Pasar Komodifikasi Islam," *Syams: Jurnal Kajian Keislaman* 3, no. 1 (2022): 75–90, <https://doi.org/10.23971/js.v3i1.4628>.

³ Syafrida N. Febriyanti, *Anak Muda, YouTube dan Digital Labour: Kajian Audiens di Era Post-Televisi*, 1 ed. (Jakarta: Prenada, 2023), 185, <https://books.google.co.id/books?id=83vGEAAAQBAJ>.

⁴ Muhammad Faisal Bachmid dan Indrawati Yuhertiana, "Pengaruh Viewer dan Subscriber terhadap Pendapatan YouTuber Indonesia," *Etnik: Jurnal Ekonomi - Teknik* 2, no. 6 (2023), <https://doi.org/10.54543/etnik.v2i6.213>.

menggunakan cara-cara yang kontroversial. Penelitian ini akan memfokuskan pada komodifikasi pemaknaan Al-Qur'an dalam *channel* Al Mu'allim Center. *Channel* Al Mu'allim Center dipilih sebab memiliki keunikan dibanding dengan *channel-channel* YouTube yang lainnya. Keunikan yang mencolok adalah penggunaan *headline-headline* vulgar,⁵ narasi sarkasme,⁶ pemakaian ayat Al-Qur'an untuk mengobati masalah seksualitas⁷, serta penyajian visualisasi wanita-wanita sensual dalam konten-kontennya.⁸ Beberapa ayat yang difungsikan untuk penunjang seksualitas yaitu surah al-Fātiḥah [1]: 1-7, Q.S. Hūd [11]: 56, Q.S. Ar-Rūm [30]: 30, dan lain-lain. Selain itu, konten yang ada di dalam channel ini dibuat dan diupload langsung oleh K.H. Dawam Mu'allim yang notabenenya adalah seorang pengasuh dua pondok pesantren yaitu Ponpes Al Ma'rifah Bontang dan Al Mu'allim Center di Banten.⁹

⁵ Al Mu'allim Center, "Hukum Suami Paksa Istri Meng*ulum Dza*kar*nya - Sedangkan Istri Menolak," *youtube.com*, last modified 2024, diakses Juli 17, 2024, <https://www.youtube.com/watch?v=5QteEi1ehAw>; Al Mu'allim Center, "Baca Satu Ayat Saja Lalu Ludahkan 3x di Mulut Bawah Milik Istri – QS. Hud: 56," *youtube.com*, last modified 2023, diakses Maret 7, 2024, <https://www.youtube.com/watch?v=RBHaTRopC4M&t=17s>; Al Mu'allim Center, "Cara Pakai AL-FATIHAH - Ampuh Bikin Istri Kewalahan Pagi Siang Malam," *youtube.com*, last modified 2023, diakses Februari 18, 2024, <https://www.youtube.com/watch?v=LMx4S-IMNt0&t=19s>.

⁶ Al Mu'allim Center, "Wanita-wanita Cantik Ter*Mu*r4h di Seluruh Dunia Jangan Kelewatan," *youtube.com*, last modified 2024, diakses Juli 4, 2024, <https://www.youtube.com/watch?v=bBEibxXrQkk&t=35s>; Al Mu'allim Center, "JONG05-JONG05 B3G4L NASAB GoBLok Tak Punya Otak – Siapakah Mereka?," *youtube.com*, last modified 2024, diakses Juli 4, 2024, <https://www.youtube.com/watch?v=fI3GytwERkQ&t=8s>.

⁷ Al Mu'allim Center, "Cara Mengobati Lemah Syahwat & Impoten dengan Ya Hayyu Ya Qoyyumu," *youtube.com*, last modified 2022, diakses Maret 9, 2024, https://www.youtube.com/watch?v=jWdq_VWZtqo.

⁸ Al Mu'allim Center, "Baca Satu Ayat Saja Lalu Ludahkan 3x di Mulut Bawah Milik Istri – QS. Hud: 56"; Al Mu'allim Center, "QS. 30 Ayat: 30 - Ternyata Sangat Ampuh Mendirikan Barang Milik PR14," *youtube.com*, last modified 2023, diakses Juli 31, 2024, https://www.youtube.com/watch?v=q7SO4_MCUkg&t=51s.

⁹ Ismail, "Profile Pengasuh Ponpes Al Mu'allim Center," <https://al-muallimcenter.or.id/>, last modified 2023, diakses Maret 6, 2024, <https://al-muallimcenter.or.id/news/profile-pengasuh-ponpes-al-muallim-center>.

Kajian tentang tafsir di YouTube bukanlah sesuatu yang benar-benar baru. Ghazali berpendapat bahwa terdapat dua kecenderungan kajian tafsir di Youtube, yaitu memperlakukan fenomena tersebut seperti tafsir konvensional dan memperlakukan fenomena kajian tafsir di YouTube sebagai kajian media sosial.¹⁰ Kecenderungan yang pertama dapat dilihat dari bentuk-bentuk kajian tafsir di YouTube yang berfokus pada identifikasi model pemaknaan¹¹, metode dan corak penafsiran. Bentuk kecenderungan yang kedua menunjukkan efektivitas penyampaian makna, dampak makna yang sampai pada audiens¹², dampak digitalisasi tafsir Al-Qur'an¹³, deotorisasi tafsir¹⁴, bentuk-bentuk tafsir¹⁵, analisis media siber dalam tafsir¹⁶ serta retorika persuasi makna terhadap audiens¹⁷. Dari

¹⁰ Mahbub Ghazali, "Penafsiran al-Qur'an Retoris di Media Sosial: Pola Persuasif Ustaz Adi Hidayat Melalui Youtube," *Jalsah : The Journal of Al-quran and As-sunnah Studies* 2, no. 2 (2022): 1–31, <https://doi.org/10.37252/jqs.v2i2.324>.

¹¹ Moh. Azwar Hairul, "Tafsir Al-Qur'an di YouTube: Telaah Penafsiran Nouman Ali Khan di Channel Bayyinah Institute dan Qur'an Weekly)," *Al-Fanar* 2 (2019): 197–213, <https://doi.org/10.33511/alfanar.v2n2.197-213>; Azka Zahro Nafiza dan Zaenal Muttaqin, "Tafsir Al-Qur'an di Media Sosial (Penafsiran Surah Al-Humazah dalam YouTube 'Habib dan Cing')," *Mashdar* 4 (2022): 231–242, <https://doi.org/10.15548/mashdar.v4i2.4188>; M. Ulil Abshor, "Penafsiran Keislaman di Laman YouTube: Tafsir Lisan Gus Izza Sadewa," *Spiritualis* 8 (2022), <https://doi.org/10.53429/spiritualis.v8i1.384>.

¹² Andi Raita Umairah Syarif, "Dimensi Toleransi Pesan Al-Qur'an di Media Sosial Indonesia" (UIN Syarif Hidayatullah, 2021), <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/57964>; Abdul Muiz Amir dan Sahiron Syamsuddin, "Tafsir Virtual: Karakteristik Penafsiran dalam Konten Dakwah Akhir Zaman di YouTube," *Suhuf* 14 (2021): 99–126.

¹³ Muhamad Fajar Mubarak dan Muhamad Fanji Romdhoni, "Digitalisasi al-Qur'an dan Tafsir Media Sosial di Indonesia," *Jurnal Iman dan Spiritualitas* 1 (2021): 110–114, <https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/jis/article/view/11552>.

¹⁴ Fatikhatul Faizah, "Ideologi dan Deotorisasi Tafsir di Media Baru (Studi atas Wacana Penafsiran dalam Media Ormas Islam di Indonesia)" (UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2021), <http://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/44180>.

¹⁵ Nafisatuzzahro, "Transformasi Tafsir Al-Qur'an di Era Media Baru: Berbagai Bentuk Tafsir Al-Qur'an Audiovisual di YouTube," *Hermeneutik* 12 (2018), <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/Hermeneutik/article/view/6077>.

¹⁶ Qurrotun Ayun Wulandari, "Kajian Tafsir YouTube (Analisis Media Siber dalam Etnografi Virtual pada Channel YouTube Quraish Shihab)" (UIN Walisongo, 2022), https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/18253/1/Skripsi_1804026144_Qurrotun_Ayun_Wulandari.pdf.

¹⁷ Ghazali, "Penafsiran al-Qur'an Retoris di Media Sosial: Pola Persuasif Ustaz Adi Hidayat Melalui Youtube."

dua kecenderungan di atas, kajian ini berada dalam kecenderungan yang kedua yaitu kajian tafsir sebagai kajian media di YouTube. Lebih khusus, kajian ini berfokus pada pembahasan mengenai komodifikasi pemaknaan Al-Qur'an di *channel* Al Mu'allim Center yang masih diabaikan oleh banyak peneliti.

Komodifikasi pemaknaan Al-Qur'an di media *online* merupakan fenomena yang muncul setelah tafsir Al-Qur'an dimediasi oleh *new media*. Menurut Marshall McLuhan, sejarah media dibagi menjadi empat tahapan, yaitu era tribal, era literatur, era cetak dan era elektronik.¹⁸ Saat ini, telah muncul *new media* yaitu era media *online* yang merupakan perpanjangan dari era elektronik. Era media *online* ditandai dengan kelahiran era digital.¹⁹ Pada era media *online* inilah muncul di berbagai media *online* seperti di Facebook, Instagram, YouTube dan sebagainya. Produk tafsir berbasis digital ini membuka jangkauan penyebaran informasi yang luas, tanpa ada kendala geografis serta membuka interaksi antara penafsir Al-Qur'an dengan audiensnya. Penelitian ini menggunakan dua teori. Teori ekonomi politik Vincent Mosco digunakan untuk melihat bentuk-bentuk komodifikasi pemaknaan Al-Qur'an dalam *channel* Al Mu'allim Center, sementara teori *encoding-decoding* Stuart Hall digunakan untuk melihat bagaimana respon audiens terhadap konten-konten tersebut.

¹⁸ Muhammad Saleh, "Historis Media Penafsiran Di Indonesia," *Mumtaz: Jurnal Studi Al-Quran dan Keislaman* 5, no. 01 (2021): 14–32, <https://www.jurnalptiq.com/index.php/mumtaz/article/view/172>.

¹⁹ Muhafizah, "Epistemologi Penafsiran di Media Sosial (Studi Analisis Akun Instagram @quranreview)" (UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2022).

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dibuat untuk membatasi arah penelitian, sehingga hanya fokus ke inti permasalahan. Permasalahan yang dijadikan fokus penelitian ini adalah:

1. Bagaimana representasi pemaknaan Al-Qur'an dalam *channel* Al Mu'allim Center?
2. Bagaimana bentuk-bentuk komodifikasi pemaknaan Al-Qur'an dalam *channel* Al Mu'allim Center?
3. Bagaimana pengaruh pemaknaan Al-Qur'an dalam *channel* Al Mu'allim Center terhadap audiens?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan penelitian disusun guna menjawab rumusan masalah. Tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk memahami representasi pemaknaan Al-Qur'an dalam *channel* Al Mu'allim Center.
2. Untuk memahami bentuk-bentuk komodifikasi pemaknaan Al-Qur'an dalam *channel* Al Mu'allim Center.
3. Untuk memahami pengaruh pemaknaan Al-Qur'an dalam *channel* Al Mu'allim Center terhadap audiens.

Manfaat dari penelitian ini terbagi dalam dua aspek, yaitu manfaat secara teoritis dan manfaat secara praktis. Manfaat tersebut dijabarkan sebagai berikut.

1. Manfaat teoritis

Manfaat penelitian dalam bidang akademik dikaitkan dengan kegunaan teoritisnya. Peneliti berharap karya tulis ini dapat membantu mengembangkan studi interpretasi Al-Qur'an di era digital. Selain itu, diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti lain.

2. Manfaat praktis

Manfaat praktis penelitian ini berkaitan dengan relevansi penelitian di dunia nyata. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan kepada masyarakat yang menonton wacana tafsir Al-Qur'an di era digital seperti saat ini. Terutama dapat digunakan sebagai pedoman bagi para pembuat konten untuk tetap produktif sambil mempertahankan etika moral di media sosial.

D. Kajian Pustaka

Kajian pustaka berisi uraian dari kajian-kajian terdahulu yang berhubungan dengan fokus penelitian ini. Kajian pustaka penelitian ini terdiri dari tiga bagian, yaitu kajian tafsir tentang relasi suami istri, tafsir Al-Qur'an di *new media* dan komodifikasi agama. Pemaparan dari ketiga tema tersebut adalah sebagai berikut.

1. Kajian tafsir tentang relasi suami istri

Kajian tafsir terkait relasi suami istri telah menjadi bahan penelitian oleh banyak peneliti. Salah satunya adalah yang dilakukan oleh Muhammad Ruslan. Ruslan mencoba melakukan reinterpretasi terkait relasi suami dan istri dalam Q.S. an-Nisā' [4]: 34. Ruslan menyimpulkan bahwa konsep kepemimpinan suami dibangun atas pandangan patriarki. Rrelasi antara suami dan istri untuk konteks saat

ini lebih cocok dilihat sebagai hubungan kemitraan antara suami dan istri.²⁰ Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Sifa Mulya Nurani. Nurani melakukan kajian tentang hak suami dan istri menggunakan sudut pandang tafsir ahkam dan hadis ahkam. Nurani menemukan bahwa konsekuensi yang timbul dalam relasi suami dan istri adalah adanya kesetaraan hak dan kewajiban di antara keduanya.²¹ Penelitian terakhir adalah penelitian yang dilakukan oleh Kerwanto. Kerwanto melakukan kajian terhadap tiga ayat Al-Qur'an, yaitu Q.S. al-Baqarah [2]: 187, Q.S. al-Baqarah [2]: 223, dan Q.S. Āli Imran [3]: 14 dengan menggunakan pendekatan Qirā'ah Mubādalah. Hasil dari penelitian ini adalah peran istri sebagai pakaian, ladang dan hiasan yang disebutkan oleh Al-Qur'an dapat diberlakukan secara seimbang terhadap suami.²²

Berdasarkan pemaparan di atas, penelitian-penelitian terdahulu terkait relasi suami istri cenderung melihat relasi suami istri dari dua segi. Kecenderungan pertama adalah kajian yang bersifat tematis, seperti kajian tentang hak dan kewajiban yang timbul akibat relasi suami istri. Kecenderungan yang kedua menunjukkan upaya reinterpretasi terhadap ayat Al-Qur'an terkait relasi suami istri. Kajian terhadap relasi suami dan istri dalam *new media* belum mendapatkan perhatian. Terlebih kajian tentang relasi suami dan istri dalam *headline-headline* konten video YouTube.

²⁰ Mohammad Ruslan, "Tafsir Ta'wil: Penafsiran Ulang Relasi Suami Istri dalam Al Qur'an" 3, no. 2 (2022): 574–586, <https://ejournal.iaforis.or.id/index.php/icois/article/view/177>.

²¹ Sifa Mulya Nurani, "Relasi Hak dan Kewajiban Suami Istri dalam Perspektif Hukum Islam (Studi Analitis Relevansi Hak Dan Kewajiban Suami Istri Berdasarkan Tafsir Ahkam dan Hadits Ahkam)," *Al-Syakhshiyah: Journal of Law & Family Studies* 3, no. 1 (2021): 98–116, <https://doi.org/10.2022/kggs.v1i01.195>.

²² Kerwanto, "Visualisasi Relasi Suami-Istri dalam Al-Qur'an: Kajian Tafsir Kesalingan (Qirā'ah Mubādalah)," *Prosiding Konferensi Nasional Gender dan Gerakan Sosial* 01, no. 01 (2022), <https://doi.org/10.2022/kggs.v1i01.195>.

2. Tafsir Al-Qur'an di *new media*

Pada era digital seperti sekarang ini, pemaknaan Al-Qur'an tidak hanya terdapat pada media cetak, melainkan telah menjamur dalam ruang *new media*. Terdapat beberapa kajian mengenai tafsir Al-Qur'an di media baru, termasuk Fadli Lukman. Lukman melakukan penelitian tafsir Al-Qur'an di Facebook. Lukman menemukan bahwa terdapat tiga kecenderungan tafsir di sosial media, yaitu kecenderungan tafsir tekstualis, kecenderungan tafsir yang menyesuaikan konteks, dan kecenderungan tafsir ilmu pengetahuan.²³ Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Hidayat dan Ramadhan. Hidayat dan Ramadhan menyoroiti tafsir oral tentang memuliakan istri oleh Hanan Attaki dalam *channel* Media Islam. Penelitian ini menemukan bahwa penafsiran Hannan Attaki telah berhasil menyesuaikan referensi dalam teks Al-Qur'an-hadis dan di luar Al-Qur'an-hadis dan karakter kelisannya menyentuh pada tiga karakteristik yang ditetapkan oleh Walter J. Ong, yaitu karakter agnostik, karakter konservatif, dan karakter *redundant or copius* (berlebih-lebihan).²⁴

Terakhir, studi oleh Nugroho dan Efendi. Nugroho dan Efendi mengkaji postingan di akun @peachyfraise yang menyinggung dominasi laki-laki yang berperan sebagai penafsir Al-Qur'an sehingga menghasilkan produk tafsir yang bias gender. Publik kemudian menanggapi postingan ini. Studi tersebut menemukan bahwa unggahan @peachyfraise adalah salah satu contoh bagaimana setiap orang

²³ Fadli Lukman, "Tafsir Media Sosial di Indonesia," *Nun : Jurnal Alquran dan Tafsir di Nusantara* Vol. 2, no. 2 (2016): 117–139, <https://jurnalnun.ariat.or.id/index.php/nun/article/view/59>.

²⁴ M. Riyan Hidayat dan An-Najmi Fikri Ramadhan, "Membaca Tafsir Oral Hannan Attaki tentang Memuliakan Istri di Media Sosial (Analisis Channel YouTube Media Islam)" 10, no. 01 (2023): 1–14, <https://doi.org/10.32678/jsga.v10i1.6872>.

memiliki pengaruh sosial terhadap realitas yang didasarkan pada perbedaan preferensi kehidupan sosial.²⁵

Penelitian-penelitian di atas telah menyentuh beberapa media, yaitu Facebook, YouTube, dan X. Penelitian-penelitian terdahulu ini memfokuskan pada kecenderungan tafsir di media, model tafsir serta konstruksi sosial terkait wacana tafsir. Upaya-upaya untuk menarik *viewer* melalui representasi makna ayat Al-Qur'an di *new media* belum mendapatkan perhatian. Padahal di era *content creator* seperti saat ini, media memiliki peran besar untuk memobilisasi dan memanfaatkan audiens untuk kepentingan pribadi.

3. Komodifikasi agama

Terdapat beberapa penelitian terdahulu terkait komodifikasi agama. *Pertama*, penelitian Hakam dkk. tentang komodifikasi agama di Korea Selatan. Penelitian ini menemukan komodifikasi agama pada agama Budha, Kristen dan Islam melalui simbol-simbol keagamaan.²⁶ *Kedua*, penelitian yang dilakukan oleh Firdaus dkk. terkait komodifikasi Al-Qur'an di ruang digital. Dampak adanya komodifikasi Al-Qur'an adalah dapat menghilangkan esensi Al-Qur'an, sebab acara-acara yang dibuat di televisi maupun YouTube ditujukan untuk mencapai target pasar.²⁷ *Ketiga*, Penelitian Arifin yang membahas komodifikasi konten dakwah dalam YouTube. Arifin menyoroiti dampak negatif dan dampak positif

²⁵ Ihsan Nugroho dan Erwan Efendi, "Konstruksi Realitas Sosial Tafsir Al-Qur'an pada Unggahan @peachyfraise dalam Media Sosial X," *Tapis: Jurnal Penelitian Ilmiah* 8, no. 2 (2024), <https://doi.org/10.32332/tapis.v8i2.9439>.

²⁶ Saiful Hakam, Cahyo Pamungkas, dan Erni Budiwanti, "Ringkasan Hasil Penelitian Komodifikasi Agama-Agama di Korea Selatan," *Jurnal Kajian Wilayah* 7, no. 2 (2017): 159–168, <https://jkw.psdri.lipi.go.id/index.php/jkw/article/view/750>.

²⁷ Muhammad Yoga Firdaus, Suryana Alfathah, dan Dadan Rusmana, "Komodifikasi Al-Qur'an dalam Media Digital," *Mutawatir* 12 (2022): 243–260, <https://doi.org/10.15642/mutawatir.2022.12.2.243-260>.

penggunaan YouTube sebagai media dakwah. Dampak negatif dari banyaknya muballigh ini membingungkan persepsi seseorang terhadap ajaran Islam. Sedangkan dampak positifnya adalah dapat menghasilkan keuntungan melalui monetisasi.²⁸

Kecenderungan penelitian-penelitian terdahulu hanya memfokuskan pada komodifikasi simbol agama, komodifikasi tayangan yang dapat menghilangkan esensi Al-Qur'an dan dampak penggunaan YouTube sebagai media dakwah. Penelitian yang melihat bagaimana bentuk komodifikasi konten dan komodifikasi audiens melalui konten-konten di YouTube belum mendapatkan perhatian.

Berdasarkan pemaparan di atas, analisis kajian yang membahas tentang *headline* dan komodifikasi konten serta audiens di *new media* masih banyak diabaikan oleh para peneliti. Kajian tentang komodifikasi pemaknaan Al-Qur'an dalam *headline-headline* dalam konten di YouTube. Terlebih penelitian yang menjadikan *channel* Al Mu'allim Center sebagai obyek material penelitian. Di sinilah letak perbedaan penelitian ini dibandingkan penelitian-penelitian yang lain.

E. Kerangka Teori

Terdapat dua teori yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu teori ekonomi politik Vincent Mosco dan teori *encoding-decoding* Stuart Hall. *Pertama*, teori yang digunakan untuk menjawab isu komodifikasi dalam penelitian ini adalah teori ekonomi politik Vincent Mosco. Menurut Mosco, ekonomi politik memiliki dua definisi: satu didefinisikan secara khusus untuk ekonomi politik, sementara yang

²⁸ Ferdi Arifin, "Mubaligh Youtube Dan Komodifikasi Konten Dakwah," *al-Balagh : Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 4, no. 1 (2019): 91–120, <https://doi.org/10.22515/balagh.v4i1.1718>.

lain didefinisikan secara lebih luas. Studi tentang hubungan sosial, terkhusus hubungan kekuasaan yang saling mempengaruhi produksi, distribusi, dan penggunaan sumber daya komunikasi merupakan definisi ekonomi politik secara sempit. Definisi ini berkonsentrasi pada cara kerja industri komunikasi. Definisi ini mendorong kita untuk melihat, memilih, berkonsentrasi, dan bahkan memperhatikan produk media yang tersedia untuk dipasarkan.²⁹

Dalam arti yang lebih luas, ekonomi politik dipahami sebagai studi tentang kelangsungan hidup dan kontrol dalam kehidupan sosial. Mosco menyatakan bahwa istilah "kontrol" dalam konteks ini terutama berkaitan dengan bagaimana masyarakat diatur, dijalankan, dan menyesuaikan diri dengan perubahan yang tak terelakkan yang mereka alami. Kemampuan sebuah peradaban untuk menghasilkan sumber daya yang dibutuhkan untuk reproduksi diri dan keberlangsungan hidup dikenal sebagai kelangsungan hidup. Menurut pandangan ini, kelangsungan hidup pada dasarnya adalah proses ekonomi karena melibatkan proses produksi dan reproduksi, sedangkan kontrol adalah proses politik karena membentuk hubungan di dalam masyarakat. Mengenai istilah "komunikasi", Mosco melihatnya sebagai pembagian makna sosial, yang hasilnya menjadi pengukur atau indikator dari sebuah ikatan sosial. Mosco menegaskan bahwa komunikasi mencakup lebih dari sekedar transfer data atau informasi. Menurut Mosco, hubungan terbentuk melalui konstruksi sosial dari makna melalui ucapan.³⁰

²⁹ Vincent Mosco, *The Political Economy of Communication, The Political Economy of Communication*, Second. (London: Sage Publication, 2014), 2.

³⁰ Mosco, *Polit. Econ. Commun.*, 3.

Tiga gagasan utama yang membentuk teori ekonomi politik komunikasi Vincent Mosco: strukturisasi, spasialisasi, dan komodifikasi. Proses mengubah sesuatu yang mempunyai nilai karena kegunaannya menjadi produk yang dapat dipasarkan dan mempunyai nilai karena potensi produktifnya dikenal sebagai komodifikasi.³¹ Komodifikasi adalah transformasi nilai tukar menjadi nilai guna. Ada tiga kategori komodifikasi: tenaga kerja, audiens, dan konten. Istilah "komodifikasi konten" mengacu pada konten media yang akan ditampilkan kepada pemirsa. Rating terkait dengan komodifikasi audiens untuk keuntungan iklan. Komodifikasi karyawan terkait dengan bagaimana pemangku kepentingan media memperlakukan tenaga kerja mereka. Dua bentuk komodifikasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah komodifikasi konten dan komodifikasi audiens.

Proses spasialisasi adalah penghilangan hambatan geografis dan spasial melalui media massa dan teknologi komunikasi. Proses perluasan kelembagaan yang terjadi di media berhubungan dengan spasialisasi.³² Proses pembentukan hubungan sosial, terutama yang didasarkan pada gender, etnis, dan status sosial, dikenal sebagai strukturisasi.³³ Makna antara struktur dan agensi dapat diproduksi dan direproduksi sebagai hasil dari proses strukturisasi. Diagram konseptual berikut ini dibuat untuk memberikan garis besar teori ekonomi politik yang diusulkan oleh Vincent Mosko.

Kedua, teori *encoding* dan *decoding* Stuart Hall. Teori ini digunakan untuk melihat pengaruh pemaknaan Al-Qur'an dalam *channel* Al Mu'allim Center

³¹ Mosco, *Polit. Econ. Commun.*, 127.

³² Mosco, *Polit. Econ. Commun.*, 128.

³³ Mosco, *Polit. Econ. Commun.*, 128.

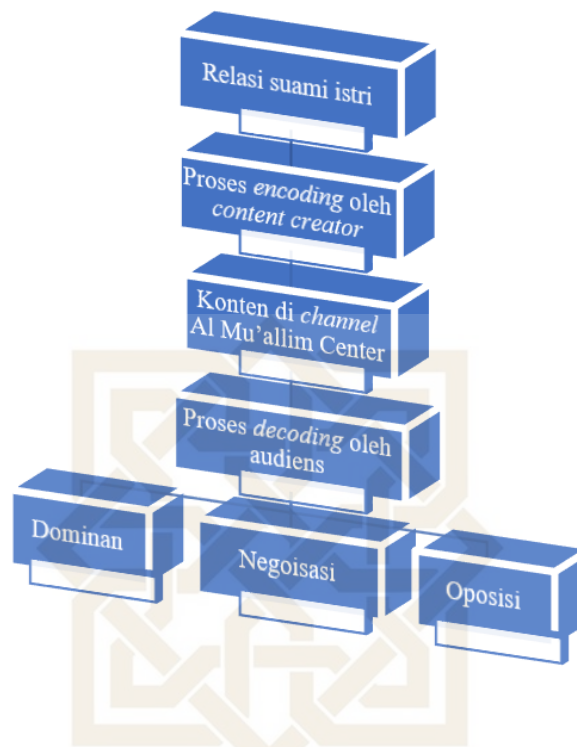
terhadap audiens. Berdasarkan konsepsi semiotika yang dikembangkan oleh Roland Barthes dan Umberto Eco, Stuart Hall berpendapat bahwa harus ada perbedaan antara *encoding* (penyandian) oleh produsen dan *decoding* (penyandian ulang) oleh konsumen.³⁴ *Encoding* adalah proses analisis konteks sosial-politik yang terjadi saat konten dibuat, sedangkan *decoding* adalah proses konsumsi konten media.³⁵ *Encoding* berkaitan dengan proses bagaimana *content creator* memproduksi wacana pesan mulai dari perencanaan, pemilihan ide sampai pada fenomena yang akan ditayangkan. *Decoding* berkaitan dengan penerimaan audiens terhadap suatu pesan. Makna yang dikode (*encoding*) dan makna yang diresepsi oleh audiens (*decoding*) dapat bervariasi, bergantung pada latar belakang pengetahuan audiens. Menurut Hall, penerimaan audiens dapat dilihat melalui tiga posisi, yaitu *dominant hegemonic position*, *negotiated position* dan *oppositional position*.³⁶ Untuk melihat bagaimana kinerja teori Hall dalam penelitian ini, perhatikan gambar berikut.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

³⁴ Stuart Hall, *Encoding and Decoding in the Television Discourse* (Birmingham, 1973).

³⁵ Annastasia Savitri, "Encoding dan Decoding menurut Stuart Hall," *www.sanglah-institute.org*, last modified 2020, <https://www.sanglah-institute.org/2020/07/encoding-dan-decoding-menurut-stuart.html>.

³⁶ Stuart Hall, "Encoding/Decoding," in *Media and Cultural Studies: Keywords*, ed. Meenakshi Gigi Durham dan Douglas M. Kellner, revised. (John Wilwy & Sons, 2012).



Gambar I. 1 Bagan cara kerja teori *encoding* dan *decoding*

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Metode

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif-analitis. Metode ini digunakan untuk memberikan deskripsi dan gambaran obyek penelitian melalui data dan sampel yang telah peneliti kumpulkan.

2. Sumber data

Sumber data penelitian dapat dilihat melalui dua jenis. Sumber data primer diperoleh melalui postingan-postingan atau konten video dalam *channel* Al Mu'allim Center. Sumber sekundernya adalah sumber-sumber pustaka terkait media, komodifikasi, tafsir Al-Qur'an dan sumber-sumber lain yang berhubungan dengan kajian ini.

3. Teknis pengumpulan data

Data-data penelitian dikumpulkan dengan teknik dokumentasi, wawancara, dan observasi. Adapun langkah-langkah teknisnya adalah sebagai berikut.

- a. Peneliti mengumpulkan dan mendokumentasikan postingan-postingan video tentang relasi suami istri dalam dalam *channel* Al Mu'allim Center kemudian melakukan kategorisasi sesuai isi konten yang ada di dalam video.
- b. Peneliti melakukan wawancara terhadap K.H. Dawam Mu'allim untuk mengkonfirmasi data-data penelitian yang telah dikumpulkan melalui dokumentasi.
- c. Peneliti melakukan observasi dan bergabung menjadi santri *online* dalam pengajian *online* via *google meet*.
- d. Peneliti melakukan sortir data-data, kemudian menganalisis pemaknaan Al-Qur'an dalam *channel* Al Mu'allim Center serta interaksi antara aktor dan audiensnya.
- e. Seluruh data-data diuraikan dan digunakan untuk memecahkan permasalahan yang diangkat dalam kajian ini.

G. Sistematika Pembahasan

Pembahasan dalam penelitian terdiri dari lima bab. Bab pertama merupakan bab pendahuluan. Pada pendahuluan, dipaparkan penjelasan tentang latar belakang penelitian, problematika berbentuk rumusan permasalahan, tujuan dan kegunaan penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teori untuk memberikan arah penelitian, metode serta sistematika pembahasan.

Bab selanjutnya, menjelaskan tentang Al-Qur'an dan *new media*. Pembahasan dimulai dari pertumbuhan dan perkembangan Al-Qur'an dari masa Nabi Muhammad saw. sampai dengan era sekarang, mediasi Al-Qur'an di media *online* dan terakhir komodifikasi pemakaian Al-Qur'an di YouTube. Bab ini disusun untuk memberikan gambaran secara umum perkembangan tafsir Al-Qur'an dari masa Nabi hingga masa sekarang, termasuk perkembangan media tafsir yang digunakan.

Bab ketiga membahas profil dari *channel* Al Mu'allim Center. Bab ini berisi tentang profil singkat *channel* Al Mu'allim Center, representasi pemakaian Al-Qur'an dalam *channel* Al Mu'allim Center dan interaksi kreator dan audien dalam *channel* Al Mu'allim Center. Bab ini digunakan untuk memberikan gambaran tentang obyek material dalam penelitian ini. Profil singkat digunakan untuk melihat profil *channel* dan latar belakang historis *content creator*, representasi pemakaian serta resepsi audiens terhadap konten-konten video dalam *channel* Al Mu'allim Center.

Bab keempat merupakan bagian analisis/ komodifikasi pemakaian Al-Qur'an serta analisis resepsi audiens terhadap konten-konten relasi hubungan suami istri di *channel* Al Mu'allim Center. Pada bab ini dibahas bentuk-bentuk komodifikasi pemakaian Al-Qur'an, perluasan wacana tafsir Al-Qur'an audiovisual dan proses produksi dan reproduksi makna ayat Al-Qur'an di *channel* Al Mu'allim Center.

Bab kelima adalah penutup. Bab ini memberikan jawaban atas masalah penelitian, hasil, dan kekurangan penelitian. Bab ini juga memberikan saran dan masukan dari peneliti untuk para peneliti selanjutnya.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah dipaparkan, dapat disimpulkan tiga hal. *Pertama*, representasi pemaknaan Al-Qur'an terkait relasi suami istri dalam *channel* Al Mu'allim Center menggunakan *headline* dan *thumbnail* yang bombastis dan terkesan vulgar, sedangkan pemaknaan Al-Qur'an dalam *channel* tersebut menggunakan metode *i'rab al-Qur'ān*. Penggunaan *headline* dan *thumbnail* dalam *channel* Al Mu'allim Center mengandung motif ekonomi, yaitu untuk menarik perhatian audiens. Representasi makna ayat-ayat Al-Qur'an dalam *channel* Al Mu'allim Center terkadang terlihat terlalu dipaksakan untuk mengikuti tema konten. Misalnya dalam memaknai kata وجه dalam QS. ar-Rūm [30]: 30. Kata وجه dalam ayat tersebut dimaknai menjadi tiga bentuk pemaknaan, yaitu wajah yang ada di kepala, wajah yang ada di hati dan wajah di alat kelamin laki-laki. Padahal lafaz وجه yang terkandung dalam ayat tersebut bermakna melakukan perbuatan dengan tulus karena Allah, dan tidak ada kaitannya sama sekali dengan seksualitas.

Kedua, bentuk-bentuk komodifikasi pemaknaan Al-Qur'an di *channel* Al Mu'allim Center dapat dilihat melalui dua bentuk kecenderungan, yaitu komodifikasi konten dan komodifikasi audiens. Komodifikasi konten terlihat dalam empat bentuk yaitu komodifikasi *headline* sensasional, komodifikasi pemaknaan Al-Qur'an, komodifikasi visualisasi wanita cantik dan sensual serta komodifikasi *personal branding*. Komodifikasi audiens dalam *channel* Al Mu'allim Center

dibuktikan dengan transmisi audiens sebagai konsumen menjadi komoditas yang dijual kepada pengiklan sehingga video-video dalam *channel* ini memuat iklan.

Ketiga, pengaruh pemaknaan Al-Qur'an dalam *channel* Al Mu'allim Center terhadap audiens adalah adanya resepsi yang beragam dari para audiens. Berdasarkan analisis menggunakan teori resepsi Stuart Hall, posisi resepsi audiens terkait relasi suami istri dalam *channel* Al Mu'allim Center terbagi dalam tiga posisi yaitu posisi dominan-hegemonik, posisi negoisasi dan posisi oposisi. Resepsi audiens dalam relasi seksual dan relasi nafkah menunjukkan kecenderungan pada ketiga posisi resepsi audiens, yaitu posisi dominan-hegemonik, negoisasi dan oposisi. Relasi harta dan relasi konflik hanya menunjukkan satu kecenderungan posisi, yaitu posisi dominan-hegemonik. Resepsi audiens dalam relasi poligami menunjukkan dua kecenderungan posisi, yaitu posisi dominan-hegemonik dan posisi oposisi. Adapun dalam relasi pengobatan, resepsi audiens terlihat dalam posisi dominan-hegemonik dan posisi negoisasi.

B. Saran

Penelitian ini masih jauh dari kata ideal. Penelitian lebih lanjut harus dilakukan pada subjek penelitian ini. Perspektif alternatif dapat meningkatkan pemahaman kita terhadap Al-Qur'an dan hubungannya dengan media baru. Teori mediatisasi, *living qur'an*, gender, dan lain-lain mungkin dapat menjadikan kajian terhadap *channel* Al Mu'allim Center lebih menarik. Kekurangan dari penelitian ini adalah kurangnya eksplorasi peneliti terhadap pemaknaan Al-Qur'an yang dilakukan oleh K.H. Dawam Mu'allim, selaku *content creator* Al Mu'allim Center.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, Malik. "Revolusi Gutenberg (Makna Penemuan Mesin Cetak bagi Kemajuan Peradaban Manusia: Dari Tradisi Lisan ke Tulisan)." *Jurnal Komunikasi* 2, no. 2 (2013): 1. <https://e-jurnal.lppmunsera.org/index.php/LONTAR/article/view/342>.
- Abshor, M. Ulil. "Penafsiran Keislaman di Laman YouTube: Tafsir Lisan Gus Izza Sadewa." *Spiritualis* 8 (2022). <https://doi.org/10.53429/spiritualis.v8i1.384>.
- Adi Hidayat Official. "[LIVE] Kajian Bakda Subuh Tafsir Al-Insyirah - Ustadz Adi Hidayat." *youtube.com*. Last modified 2024. https://www.youtube.com/watch?v=b_9SI3-0oJ0&list=PL3iW_rIEoH5IVTV5OGa35zbBM0NcSpi6n.
- Adila, Isma, dan Arif Budi Prasetya. *Ekonomi Politik Komunikasi: Sebuah Realitas Industri Media di Indonesia*. Malang: UB Press, 2020. <https://books.google.co.id/books?id=c4T-DwAAQBAJ>.
- Ahyani, Andi Nur, Muhammad Syahrul Mubarak, Abdul Gaffar, dan Nasri Akib. "Komodifikasi Dalil Agama di E-Commerce." *Muttaqien* 5, no. 2 (2024). <https://e-jurnal.staimuttaqien.ac.id/index.php/mtq/article/view/1449>.
- Akhdiat, dan Siti Nurkhafifah Marisa. "Dimensi Komodifikasi Mushaf Al-Qur'an (Analisis Komodifikasi Mushaf Al-Qur'an Era Kontemporer)" 3, no. 2 (2023): 99–111. <https://doi.org/10.47498/bashair.v3i2.2579>.
- Al-'Aṣṣḥānī, Al-Rāgīb. *Al-Kitāb: Mu'jam Mufradāt Al-Fāz Al-Qurān*. 3 ed. Lebanon: Dār Al-Kutub Al-'Ilmiyah, 2008.
- Amir, Abdul Muiz, dan Sahiron Syamsuddin. "Tafsir Virtual: Karakteristik Penafsiran dalam Konten Dakwah Akhir Zaman di YouTube." *Suhuf* 14 (2021): 99–126.
- Annafis, Lulu Al, Ahmad Nawawi, dan Favi Aditya Ikhsan. "Iklan Madu HNI di Instagram dalam Pasar Komodifikasi Islam." *Syams: Jurnal Kajian Keislaman* 3, no. 1 (2022): 75–90. <https://doi.org/10.23971/js.v3i1.4628>.
- AR, Abd Razaq, Islahuddin, dan Abdul Khakim. "Komodifikasi Konten Berbagi Uang dalam Akun Youtube Baim Paula." *Jurnal Al-Hikmah* 20, no. 1 (2022): 1–20. <https://alhikmah.uinkhas.ac.id/index.php/alhikmah/article/view/80>.
- Arifin, Ferdi. "Mubalig Youtube Dan Komodifikasi Konten Dakwah." *al-Balagh: Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 4, no. 1 (2019): 91–120. <https://doi.org/10.22515/balagh.v4i1.1718>.
- Ariyadi, Widya. *Jurus Jitu Menguasai Copywriting: Strategi Sukses Membangun Bisnis dan Meningkatkan Pemasaran*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2020. <https://books.google.co.id/books?id=nMnyDwAAQBAJ>.
- As-Suyūfī, Jalāluddīn. *Al Itqān fī 'Ulūm Al-Qur'ān*. 1 ed. Beirut: Resalah, 2008.
- Awadin, Adi Pratama, Hilma Nurlaila Azhari, Ade Jamarudin, dan Helmina Helmina. "Analisis Kritis Terhadap Sejarah Penafsiran Al-Qur'an Pada Periode Nabi." *Proceedings IAIN Kerinci* 1, no. 1 (2023): 168–182. <https://ejournal.iainkerinci.ac.id/index.php/pik/article/view/2398>.
- Bachmid, Muhammad Faisal, dan Indrawati Yuhertiana. "Pengaruh Viewer dan

- Subscriber terhadap Pendapatan YouTuber Indonesia.” *Etnik: Jurnal Ekonomi - Teknik* 2, no. 6 (2023). <https://doi.org/10.54543/etnik.v2i6.213>.
- Baidan, Nashruddin. *Perkembangan Tafsir Al-Qur'an di Indonesia*. Solo: Tiga Serangkai Pustaka Mandiri, 2003. <https://books.google.co.id/books?id=0BTdX6Uz3gQC>.
- Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Tafsirnya (Edisi yang Disempurnakan) Jilid VII*. Jakarta: Widya Cahya, 2011.
- Faizah, Fatikhatul. “Ideologi dan Deotorisasi Tafsir di Media Baru (Studi atas Wacana Penafsiran dalam Media Ormas Islam di Indonesia).” UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2021. <http://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/44180>.
- Falah, Zainul. *Tafsir di Media Online: Kajian Penafsiran Al-Qur'an di Situs muslim.or.id dan islami.co*. Guepedia, 2020. <https://books.google.co.id/books?id=4HFOEAAAQBAJ>.
- Fangesty, Maolidya Asri Siwi, Nurwadjah Ahmad, dan R. Edi Komarudin. “Karakteristik dan Model Tafsir Kontemporer.” *Mashadiruna* 3 (2024). <https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/mashadiruna/article/view/34048>.
- Febriyanti, Syafrida N. *Anak Muda, YouTube dan Digital Labour: Kajian Audiens di Era Post-Televisi*. 1 ed. Jakarta: Prenada, 2023. <https://books.google.co.id/books?id=83vGEAAAQBAJ>.
- Firdaus, Muhammad Yoga, Suryana Alfathah, dan Dadan Rusmana. “Komodifikasi Al-Qur'an dalam Media Digital.” *Mutawatir* 12 (2022): 243–260. <https://doi.org/10.15642/mutawatir.2022.12.2.243-260>.
- Ghoni, Abdul, asep Ahmad Fathurohman, dan Ade Jamarudin. “Meninjau Kembali Tafsir Al-Quran Generasi Tabiin.” *Jurnal Iman dan Spiritualitas* 2, no. 3 (2022): 459–466. <https://badge.dimensions.ai/details/doi/10.15575/jis.v2i3.18853?domain=https://journal.uinsgd.ac.id>.
- Ghozali, Mahbub. “Penafsiran al-Qur'an Retoris di Media Sosial: Pola Persuasif Ustaz Adi Hidayat Melalui Youtube.” *Jalsah : The Journal of Al-quran and As-sunnah Studies* 2, no. 2 (2022): 1–31. <https://doi.org/10.37252/jqs.v2i2.324>.
- Hairul, Moh. Azwar. “Tafsir Al-Qur'an di YouTube: Telaah Penafsiran Nouman Ali Khan di Channel Bayyinah Institute dan Qur'an Weekly.” *Al-Fanar* 2 (2019): 197–213. <https://doi.org/10.33511/alfanar.v2n2.197-213>.
- Hakam, Saiful, Cahyo Pamungkas, dan Erni Budiwanti. “Ringkasan Hasil Penelitian Komodifikasi Agama-Agama di Korea Selatan.” *Jurnal Kajian Wilayah* 7, no. 2 (2017): 159–168. <https://jkw.psdr.lipi.go.id/index.php/jkw/article/view/750>.
- Hall, Stuart. “Encoding/Decoding.” In *Media and Cultural Studies: Keywords*, edited oleh Meenakshi Gigi Durham dan Douglas M. Kellner. Revised. John Wilwy & Sons, 2012.
- . *Encoding and Decoding in the Television Discourse*. Brimingham, 1973.
- Hidayat, M. Riyan, dan An-Najmi Fikri Ramadhan. “Membaca Tafsir Oral Hannan Attaki tentang Memuliakan Istri di Media Sosial (Analisis Channel YouTube Media Islam)” 10, no. 01 (2023): 1–14. <https://doi.org/10.32678/jsga.v10i1.6872>.

- Husen, Muhammad, dan Dluha Luthfillah. "Dhabīhullāh dan Politik Identitas Muslim Awal: Kajian Kritis atas Tafsīr al-Kabīr Muqātil bin Sulaimān." *QOF* 3, no. 1 (2019). <https://doi.org/10.30762/qof.v3i2.731>.
- Ihsan, Muhammad, dan Ishmatul Karimah Syam. "Ideologi Islam Reformis dalam Tafsir." *Jurnal Iman dan Spiritualitas* 2 (2021). <https://doi.org/10.15575/jis.v2i1.15845>.
- Informasi, Biro Administrasi Kepegawaian Karir dan. "Perbedaan Media Sosial dan Platform Online." *bakri.uma.ac.id*. Last modified 2023. Diakses Juni 8, 2024. <https://bakri.uma.ac.id/perbedaan-media-sosial-dan-platform-online/>.
- Ismail. "Profile Pengasuh Ponpes Al Mu'allim Center." <https://al-muallimcenter.or.id/>. Last modified 2023. Diakses Maret 6, 2024. <https://al-muallimcenter.or.id/news/profile-pengasuh-ponpes-al-muallim-center>.
- Jannah, Roudlotul. "Kontruksi Ekonomi Ideologis dalam Wacana Pemaknaan Al-Qur'an di Instagram: Analisis Model Pengiklanan Pakaian Perempuan pada Akun @hijabalila." UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2023.
- KBBI VI Daring. "komodifikasi." <https://kbbi.kemdikbud.go.id>. Last modified 2023. Diakses Juli 30, 2024. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/komodifikasi>.
- . "komoditas." <https://kbbi.kemdikbud.go.id/>. Last modified 2023. Diakses Juli 30, 2024. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/komoditas>.
- . "kontemporer." <https://kbbi.kemdikbud.go.id>. Last modified 2023. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/kontemporer>.
- . "modifikasi." <https://kbbi.kemdikbud.go.id/>. Last modified 2023. Diakses Juli 30, 2024. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/modifikasi>.
- Kertanegara, M Rizky. "Penggunaan Clickbait Headline pada Situs Berita dan Gaya Hidup Muslim dream.co.id." *Mediator: Jurnal Komunikasi* 11, no. 1 (2018): 31–43. <https://doi.org/10.29313/mediator.v11i1.2751>.
- Kerwanto. "Visualisasi Relasi Suami-Istri dalam Al-Qur'an: Kajian Tafsir Kesalingan (Qirā'ah Mubādalāh)." *Prosiding Konferensi Nasional Gender dan Gerakan Sosial* 01, no. 01 (2022). <https://doi.org/10.2022/kggs.v1i01.195>.
- Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an. "Qur'an Kemenag." <https://lajnah.kemenag.go.id/>. Last modified 2023. <https://lajnah.kemenag.go.id/unduh/quran-kemenag.html>.
- Lukman, Fadhli. "Tafsir Media Sosial di Indonesia." *Nun: Jurnal Alquran dan Tafsir di Nusantara* Vol. 2, no. 2 (2016): 117–139. <https://jurnalnun.aiat.or.id/index.php/nun/article/view/59>.
- Mahyuddin. *Sosiologi Komunikasi (Dinamika Relasi Sosial di dalam Era Virtualitas)*. Makassar: Penerbit Shofia, 2019. <https://books.google.co.id/books?id=cijHDwAAQBAJ>.
- Majit, Abdul, dan Miski. "Pembelajaran Al-Qur'an Secara Digital: Pergeseran Sistem Isnad dan Peneguhan Otoritas Baru." *SMART* 9 (2023). <https://doi.org/10.18784/smart.v9i1.1795>.
- Maulana. "Perkembangan Tafsir Timur Tengah Zaman Nabi Sampai Kontemporer." *Jurnal Kajian Filsafat, Teologi dan Humaniora* 6, no. 2 (2021): 118–138. <https://journal.iaisambas.ac.id/index.php/Falsafah/article/view/947>.
- Miftahuddin, Muhammad. "Sejarah Media Penafsiran di Indonesia." *Nun: Jurnal*

- Studi Alquran dan Tafsir di Nusantara* 6, no. 2 (2020): 117–143. <https://doi.org/10.32495/nun.v6i2.159>.
- . “Sejarah Media Penafsiran di Indonesia.” *Nun: Jurnal Studi Alquran dan Tafsir di Nusantara* 6, no. 2 (2020): 117–143.
- Miller, Michael. *Sams Teach Yourself YouTube in 10 Minutes*. Pearson Education, 2009.
- Mirdad, Jamal, dan Ratnah Rahman. “Bias Gender Dalam Pendidikan Non Formal (Tpa/Tqa) Taman Pendidikan Al- Qur’an Di Kota Makassar.” *Sosioireligius: Jurnal Ilmiah Sosiologi Agama* 6, no. 1 (2021).
- Mosco, Vincent. *The Political Economy of Communication. The Political Economy of Communication*. Second. London: Sage Publication, 2014.
- Al Mu’allim Center. “#Tafsir Eps. 1 TA’AWWUDZ & 4 AYAT AWAL SURAT AL FATIHAH (التعوذ وأربع آيات من أول سورة الفاتحة).” *youtube.com*. Last modified 2020. <https://www.youtube.com/watch?v=OsuGsQgLZCI&t=389s>.
- . “Baca Satu Ayat Saja Lalu Ludahkan 3x di Mulut Bawah Milik Istri – QS. Hud: 56.” *youtube.com*. Last modified 2023. Diakses Maret 7, 2024. <https://www.youtube.com/watch?v=RBHaTRopC4M&t=17s>.
- . “Cara Mengobati Lemah Syahwat & Impoten dengan Ya Hayyu Ya Qoyyumu.” *youtube.com*. Last modified 2022. Diakses Maret 9, 2024. https://www.youtube.com/watch?v=jWdq_VWZtqo.
- . “Cara Pakai AL-FATIHAH - Ampuh Bikin Istri Kewalahan Pagi Siang Malam.” *youtube.com*. Last modified 2023. Diakses Februari 18, 2024. <https://www.youtube.com/watch?v=LMx4S-IMNt0&t=19s>.
- . “Do’a Agar Para Istri Rukun - Patuh, Ta’at, Bahagia Bersama Dalam Poligami.” *youtube.com*. Last modified 2024. Diakses Maret 9, 2024. <https://www.youtube.com/watch?v=zAtiFebZtKE&t=3s>.
- . “Dua Sebab Terbanyak Rusaknya Rumah Tangga Muslim Akhir Zaman.” *youtube.com*. Last modified 2022. Diakses Maret 9, 2024. <https://www.youtube.com/watch?v=dT-xdNfHU3w>.
- . “Empat Kalimat Atur Durasi Sesuka Hati - Telan Mudah Tiga Kali - Setengah Nafas.” *youtube.com*. Last modified 2023. Diakses Juli 5, 2024. https://www.youtube.com/watch?v=9_YVNkO_5iE.
- . “Hukum Suami Paksa Istri Meng*ulum Dza*kar*nya - Sedangkan Istri Menolak.” *youtube.com*. Last modified 2024. Diakses Juli 17, 2024. <https://www.youtube.com/watch?v=5QteEi1ehAw>.
- . “Ijazah Do’a Khusus Suami - Kuat Tambah Kuat - Mampu Berka-li-ka-li.” *youtube.com*. Last modified 2023. Diakses Maret 18, 2024. <https://www.youtube.com/watch?v=nphMYLQxxN8>.
- . “Ijazah Kubro Semua Dzikir dan Do’a – Live Jam 20.20 Wib – KH. Dawam Mu’allim.” *youtube.com*. Last modified 2024. Diakses Januari 23, 2024. <https://www.youtube.com/watch?v=ssiS9vDI3O8&t=30s>.
- . “JONG05-JONG05 B3G4L NASAB GoBLok Tak Punya Otak – Siapakah Mereka?” *youtube.com*. Last modified 2024. Diakses Juli 4, 2024. <https://www.youtube.com/watch?v=fI3GytwERkQ&t=8s>.
- . “Jika Sudah Terjadi Seperti Ini - Siapa Yang Salah dan Berdosa?” *youtube.com*. Last modified 2024. Diakses Juli 17, 2024.

- <https://www.youtube.com/watch?v=YUCyfow44ms>.
- . “Kaya + Kuat + Pandai - Suami Idaman - Ijazah Kubro - KH. Dawam Mu'allim.” *youtube.com*. Last modified 2024. Diakses Juli 27, 2024. <https://www.youtube.com/watch?v=OISWxOoIZwE>.
- . “Pasangan Suami-Istri Yang Baik Tentu Akan Senang Mendengar Video Ini.” *youtube.com*. Last modified 2023. Diakses Maret 7, 2024. <https://www.youtube.com/watch?v=7g-TfooUs7s>.
- . “PUNYA PERAHU TAPI MASIH MISKIN #QSalKahfi.” *youtube.com*. Last modified 2020. Diakses Juli 17, 2024. <https://www.youtube.com/watch?v=-OOiTR3mNGY&t=34s>.
- . “QS. 30 Ayat: 30 - Ternyata Sangat Ampuh Mendirikan Barang Milik PR14.” *youtube.com*. Last modified 2023. Diakses Juli 31, 2024. https://www.youtube.com/watch?v=q7SO4_MCUkg&t=51s.
- . “Resep Ampuh Nafkah Batin Lima Kali Tiap Hari dan Malam – QS. at-Tahrim: 6.” *youtube.com*. Last modified 2024. https://www.youtube.com/watch?v=5S_5ztchn0E.
- . “Sukses & Bahagia - Suami Istri Baca Amalan Dzikir Nabi Adam dan Hawa.” *youtube.com*. Last modified 2023. Diakses Maret 7, 2024. <https://www.youtube.com/watch?v=LtCmcFYyRHo>.
- . “Telur Dibacakan ‘YA QOWIYYU YA MATIINU’ (7X) – Mampu Sebelas Kali.” *youtube.com*. Last modified 2024. Diakses Juli 4, 2024. <https://www.youtube.com/watch?v=3FJod7LGgl4&t=303s>.
- . “tentang.” <https://www.youtube.com/>. Last modified 2024. Diakses Juli 4, 2024. <https://www.youtube.com/@almuallimcenter>.
- . “Wanita-wanita Cantik Ter*Mu*r4h di Seluruh Dunia Jangan Kelewatan.” *youtube.com*. Last modified 2024. Diakses Juli 4, 2024. <https://www.youtube.com/watch?v=bBEibxXrQkk&t=35s>.
- Mubarok, Muhamad Fajar, dan Muhamad Fanji Romdhoni. “Digitalisasi al-Qur’an dan Tafsir Media Sosial di Indonesia.” *Jurnal Iman dan Spiritualitas* 1 (2021): 110–114. <https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/jis/article/view/11552>.
- Muhafizah. “Epistemologi Penafsiran di Media Sosial (Studi Analisis Akun Instagram @quranreview).” UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2022.
- Mustaqim, Abdul. “Argumentasi Keniscayaan Tafsir Maqashidi sebagai Basis Moderasi Islam.” In *Pidato Pengukuhan Guru Besar dalam Bidang Ulumul Qur’an*. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2019.
- Nafisatuzzahro’. “Transformasi Tafsir Al-Qur’an di Era Media Baru: Berbagai Bentuk Tafsir Al-Qur’an Audiovisual di YouTube.” *Hermeneutik* 12 (2018). <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/Hermeneutik/article/view/6077>.
- Nafisatuzzahro, dan Ahmad Saifudin. “Pendidikan Tafsir Al- Qur ’ an dalam Lintas Media” 8, no. 1 (2024): 147–157. https://doi.org/10.28926/riset_konseptual.v8i1.968.
- Nafiza, Azka Zahro, dan Zaenal Muttaqin. “Tafsir Al-Qur’an di Media Sosial (Penafsiran Surah Al-Humazah dalam YouTube ‘Habib dan Cing’).” *Mashdar* 4 (2022): 231–242. <https://doi.org/10.15548/mashdar.v4i2.4188>.
- Nasaruddin Umar Office - NUO. “KAJIAN TAFSIR TEOSOFI.” *youtube.com*. Last modified 2024. <https://www.youtube.com/watch?v=vpwVpRxIAkU>.

- Nasyaya, M, dan I Adila. “Diversifikasi Fitur dan Kolonialisasi Data pada LINE Social Messaging.” *Jurnal Komunikasi , Media dan Informatika* 8, no. 2 (2019): 96–104.
<https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/komunika/article/view/2459>.
- Nugraha, Eva. “Tren Penerbitan Mushaf dalam Komodifikasi al- Qur ’ ān di Indonesia.” *Ilmu Ushuluddin* 2, no. 3 (2015): 301–321.
[https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/31300/1/Eva Nugraha.pdf.pdf](https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/31300/1/Eva%20Nugraha.pdf.pdf).
- Nugroho, Ihsan, dan Erwan Efendi. “Konstruksi Realitas Sosial Tafsir Al-Qur’an pada Unggahan @peachyfraise dalam Media Sosial X.” *Tapis: Jurnal Penelitian Ilmiah* 8, no. 2 (2024). <https://doi.org/10.32332/tapis.v8i2.9439>.
- Nurani, Sifa Mulya. “Relasi Hak dan Kewajiban Suami Istri dalam Perspektif Hukum Islam (Studi Analitis Relevansi Hak Dan Kewajiban Suami Istri Berdasarkan Tafsir Ahkam dan Hadits Ahkam).” *Al-Syakhsyiyah: Journal of Law & Family Studies* 3, no. 1 (2021): 98–116.
<https://doi.org/10.2022/kggs.v1i01.195>.
- Oxford Learner’s Dictionaries. “commodification.” <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/>. Last modified 2024. Diakses Juli 30, 2024.
<https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/commodification?q=commodification+>.
- . “contemporary.” <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/>. Last modified 2024.
https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/contemporary_1?q=contemporary.
- Pramestisari, Nyoman Ayu Sukma, Ni Luh Nyoman Kebayatini, dan Kadek Aryana Dwi Putra. “Komodifikasi Nilai Kesakralan (Transformasi Fungsi Ruang Dalam Perspektif Heterotopia di Pura Dalem Ped).” *POLITICOS: Jurnal Politik dan Pemerintahan* 3, no. 1 (2023): 59–75.
<https://doi.org/10.22225/politicos.3.1.2023.59-75>.
- Pranajaya, Nadiya Kumalasari, dan Reza Saeful Rachman. “Strategi Komunikasi Copywriter dalam Pemasaran Konten (Analisis Studi Kasus di Instagram Napak Jagat Pasundan).” *Buana Komunikasi (Jurnal Penelitian dan Studi Ilmu Komunikasi)* 3, no. 2 (2022): 83.
<https://doi.org/10.32897/buanakomunikasi.2022.3.2.1685>.
- Pratomo, Hilmy. “Historiografi Tafsir Era Klasik: Dinamika Penafsiran Al-Qur’an dari Masa Nabi Hingga Tābi’in.” *Syariati* VI (2020).
<https://doi.org/10.32699/syariati.v6i01.1258>.
- Puspita, Della. “Personal Branding: Definisi, Manfaat, Cara Membangunnya.” <https://ikom.umsida.ac.id/>. Last modified 2023.
<https://ikom.umsida.ac.id/personal-branding-pengertian-manfaat-cara-membangun/>.
- Quraish Shihab. “Tafsir Q.S Ath Thur: 1-10|Hidup Bersama Al-Qur’an: Tafsir Al Mishbah Episode 1.” *youtube.com*. Last modified 2020.
https://www.youtube.com/watch?v=Uoc3NX_VSvA&list=PL0pZ-pdJ-TFTD9P7pNT430E4aCqHPWVD.

- Rahmadana, Muhammad Fitri. *Ekonomi Digital*. Badung: Nilacakra, 2021. <https://books.google.co.id/books?id=Du5NEAAAQBAJ>.
- Ridho, Muh. Makhrus Ali. "Pemetaan Tafsir Dari Segi Periodisasi." *Jurnal Keagamaan Pendidikan dan Mumaniora* 10, no. 1 (2023): 55. <https://doi.org/10.32699/syariati.v6i01.1258>.
- Rokim, Syaeful. "Tafsir Sahabat Nabi: Antara Dirayah dan Riwayah." *At-Tadabbur: Jurnal Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir* 5, no. 1 (2020): 75–94. <https://jurnal.staialhidayahbogor.ac.id/index.php/alt/article/view/819>.
- Ruslan, Mohammad. "Tafsir Ta'wil: Penafsiran Ulang Relasi Suami Istri dalam Al Qur'an" 3, no. 2 (2022): 574–586. <https://ejournal.iaforis.or.id/index.php/icois/article/view/177>.
- Saeed, Abdullah. *Reading the Qur'an in the Twenty-First Century: A Contextualist Approach*. New York: Routledge, 2014.
- Saifudin, Ahmad. "The Industrialization of The Qur'an in Indonesia." *Wahana Islamika: Jurnal Studi Keislaman* 4, no. 1 (2018). <https://wahanaislamika.staisw.ac.id/index.php/WI/article/view/90>.
- Saleh, Muhammad. "Historis Media Penafsiran Di Indonesia." *Mumtaz: Jurnal Studi Al-Quran dan Keislaman* 5, no. 01 (2021): 14–32. <https://www.jurnalptiq.com/index.php/mumtaz/article/view/172>.
- Salsabila, Hanna. "Spesifikasi Tafsir dari Masa Sahabat Hingga Masa Modern." *Jurnal Penelitian Ilmu Ushuluddin* 3 (2023). <https://doi.org/10.15575/jpiu.25476>.
- Sangaji, Ruslan, dan Nirwana Rasyid. "Komodifikasi Agama Dalam Pengelolaan Tahfiz Al-Qur'an." *Al-Ikhtibar: Jurnal Ilmu Pendidikan* 10, no. 1 (2023): 1–13. <https://doi.org/10.32505/ikhtibar.v10i1.5085>.
- Savitri, Annastasia. "Encoding dan Decoding menurut Stuart Hall." *www.sanglah-institute.org*. Last modified 2020. <https://www.sanglah-institute.org/2020/07/encoding-dan-decoding-menurut-stuart.html>.
- Suaidah, Idah. "Sejarah Perkembangan Tafsir." *Alasma: Journal of Islamic Education* 3 (2021). <https://doi.org/10.24252/asma.v3i2.21164>.
- Subandi, Zera Edenzwo, dan Teguh Priyo Sadono. "Komodifikasi, Spasialisasi dan Strukturasi dalam Media Baru di Indonesia (Ekonomi Politik Komunikasi Vincent Mosco Pada Line Webtoon)." *National Conference of Creative Industry*, no. September (2018): 5–6.
- Sucitra, I Gede Arya. "Wacana Postmodern dalam Seni Rupa Kontemporer Indonesia." *Journal of Contemporary Indonesian Art* 1 (2015). <https://doi.org/10.24821/jocia.v1i1.1750>.
- Syafiuddin, Asnin. "Tafsir Tabi'in: Metode, Sumber dan Corak." *Jurnal Asy-Syukriyyah* 14 (2015): 11–23. <https://jurnal.asy-syukriyyah.ac.id/index.php/Asy-Syukriyyah/article/view/173>.
- Syamsuddin, Sahiron. *Hermeneutika dan Pengembangan Ulumul Qur'an*. Yogyakarta: Pesantren Nawasea Press, 2017.
- Syarif, Andi Raita Umairah. "Dimensi Toleransi Pesan Al-Qur'an di Media Sosial Indonesia." UIN Syarif Hidayatullah, 2021. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/57964>.
- Tafsir Al Mu'allim. "Sama-sama Kata 'Ahad' Tetapi Maknanya Berbeda - Tafsir

- Surah Al Ikhlah: 1-4.” *youtube.com*. Last modified 2021. https://www.youtube.com/watch?v=ZkBjEGZFGPk&list=PLcgW7cyM48doUE6gFo2HSf_9jeR1aw3JX.
- . “tentang.” *youtube.com*. Last modified 2024. <https://www.youtube.com/@tafsiralmuallim>.
- Tarmizi, dan Muhammad Ikhwan. *Hak Cipta Karya Digital: Perlindungan dan Tanggung Jawab*. Merdeka Kreasi Group, 2021. <https://books.google.co.id/books?id=eJvJEAAAQBAJ>.
- Wibowo, Hamid Sakti. *Monetisasi YouTube: Strategi Menghasilkan Pendapatan dari Channel Anda*. Semarang: Tiram Media, 2023.
- Wulandari, Qurrotun Ayun. “Kajian Tafsir YouTube (Analisis Media Siber dalam Etnografi Virtual pada Channel YouTube Quraish Shihab).” UIN Walisongo, 2022. https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/18253/1/Skripsi_1804026144_Qurrotun_Ayun_Wulandari.pdf.
- Yasir. *Pengantar Ilmu Komunikasi: Sebuah Pendekatan Kritis dan Komprehensif*. Yogyakarta: Deepublish, 2020. https://books.google.co.id/books?id=_XUCEAAAQBAJ.
- Zazuli, Mohammad. *60 Tokoh Dunia Sepanjang Masa*. Yogyakarta: Narasi, 2009. https://books.google.co.id/books?id=IdND_kHoEZwC.
- Zuhry, Saifuddin, dan Islamiyah. “Asil Al-Qur’an dengan Pendapat Sahabat dan Tabi’in” 11 (2021): 32–41. <https://doi.org/10.36815/tarbiya.v11i2.1176>.
- “home.” <https://al-muallimcenter.or.id/>. Last modified 2024. <https://al-muallimcenter.or.id/home>.
- “Pendiri, Pengasuh dan Pengurus Al Mu’allim Center.” <https://al-muallimcenter.or.id/>. Last modified 2023. Diakses Maret 6, 2024. <https://al-muallimcenter.or.id/home>.