

Penafsiran al-Qur'an Retoris di Media Sosial:

Pola Persuasif Ustaz Adi Hidayat melalui YouTube

Mahbub Ghozali

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

mahbub.ghozali@uin-suka.ac.id

DOI: [10.37252/jqs.v2i2.324](https://doi.org/10.37252/jqs.v2i2.324)

Abstract: Technological developments in the media are used by speakers to expand the range of meaning of the Qur'an rhetorically. Meaning is presented interactively to provide an effective impact of understanding by involving persuasive tools in explanatory rhetoric. This study aims to show Adi Hidayat's persuasive mechanism on the Adi Hidayat Official YouTube Channel as the new face of Qur'an interpretation on social media. To achieve this goal, this study uses qualitative methods with content analysis as an analytical tool. The emphasis on the persuasive model in Hidayat's interpretation was identified using the rhetorical approach initiated by Aristotle. This study concluded that the effectiveness of Hidayat's expression was influenced by his appearance as a credible and authoritative figure in the meaning of the Qur'an. This method is strengthened by the selection of arguments to emphasize and strengthen the meaning given properly and legitimately. Meanwhile, the emphasis on a meaning related to law, ethics, and theology utilizes the emotions of the listener with its various functions and goals. The use of various aspects of meaning has an impact on the effectiveness of interpretation on social media dynamically and adaptively.

Keyword: *Adi Hidayat Official, orality on interpretation, social media*

Abstrak: Perkembangan teknologi dalam media dimanfaatkan oleh penceramah untuk memperluas jangkauan makna al-Qur'an secara retoris. Makna dihadirkan secara interaktif untuk memberikan dampak pemahaman yang efektif dengan melibatkan alat-alat persuasif dalam retorika penjelasan. Penelitian ini bertujuan untuk menunjukkan mekanisme persuasif Adi Hidayat dalam Channel YouTube Adi Hidayat Official sebagai wajah baru penafsiran al-Qur'an di media sosial. Untuk mencapai tujuan tersebut, penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan *content analysis* sebagai perangkat analisa. Penekanan terhadap model persuasif dalam penafsiran Hidayat diidentifikasi dengan menggunakan pendekatan retorika yang digagas oleh Aristoteles. Penelitian ini menyimpulkan bahwa efektivitas penyampaian makna Hidayat dipengaruhi oleh penampilan dirinya sebagai tokoh yang kredibel dan otoritatif dalam pemaknaan al-Qur'an. Cara ini dikuatkan dengan pemilihan argumentasi untuk menekankan dan menguatkan makna yang diberikan secara baik dan legitimatif. Sedangkan penekanan makna yang berkaitan dengan hukum, etika,

dan teologi memanfaatkan emosi pendengar dengan beragam fungsi dan tujuannya. Pemanfaatan beragam aspek dalam pemaknaan berdampak pada efektivitas penafsiran di media sosial secara dinamis dan adaptif.

Kata Kunci: *Adi Hidayat Official, tafsir oral, media sosial*

1. Pendahuluan

Penjelasan terhadap agama di media sosial yang selama ini dianggap dangkal (Hjarvard, 2008; Petersen, 2010; Qudsy et al., 2021) merepresentasikan cara baru hubungan otoritas keagamaan dengan masyarakat. Para tokoh agama yang dianggap memiliki otoritas dalam penyampaian makna al-Qur'an memanfaatkan YouTube sebagai media yang dapat membentuk budaya pemaknaan yang benar. Pemanfaatan YouTube sebagai media akselerasi wacana makna dilakukan oleh Adi Hidayat dalam Channel YouTube Adi Hidayat Official. Ia secara konsisten memberikan penjelasan terhadap al-Qur'an dengan model dan metode baru yang lebih sesuai dengan kebutuhan media dan ketergantungan masyarakat terhadap media. Perubahan model dan metode menunjukkan keberadaan logika media yang diakomodasi secara baik untuk menjadi sarana penyampaian penafsiran secara retorik (Hjarvard, 2012, p. 31). Makna yang hadir melalui penjelasan langsung memungkinkan Hidayat untuk mempengaruhi audiensi secara langsung dengan menekankan pada emosi, keyakinan terhadap otoritasnya, dan penguatan makna melalui argumentasi yang lebih sesuai dengan audiensi yang hadir. Mekanisme dalam mempengaruhi audiensi hanya dapat berlangsung dengan penyampaian makna secara retorik di *platform* media yang menyediakan perangkat audiovisual yang lebih luas dan eksploratif.

Eksplorasi makna yang dilakukan penceramah terhadap al-Qur'an dalam *YouTube* membedakan bentuknya dengan pemaknaan al-Qur'an yang dilakukan di media konvensional. Interaksi dan atraksi yang

disediakan media sosial memungkinkan penceramah mempersuasi audiensi secara langsung untuk menerima makna dan mengubah tindakan agar berkesesuaian dengan pesan yang terkandung dalam al-Qur'an. Aspek persuasif dalam pemaknaan di *YouTube* ditinggalkan oleh banyak peneliti. Peneliti cenderung melihat fenomena tafsir di *YouTube* dalam dua aspek. *Pertama*, memperlakukan fenomena penafsiran di *YouTube* selayaknya penafsiran dalam media konvensional. Kecenderungan ini berimplikasi pada identifikasi model pemaknaan (Abshor, 2022; Azizah & Khoirona, 2020; Baihaqi, 2021; Fawaid & Sholiha, 2022), metode (Mahbubah, 2022; Mahrita, 2021; Syarifah, 2020; Zakiah, 2022), dan corak dalam penafsirannya (Anam, 2022; Habibillah et al., 2022). *Kedua*, pembacaan terhadap tafsir di *YouTube* sebagai fenomena kajian media sosial. Hasil dari jenis penelitian ini menunjukkan efektivitas penyampaian makna dengan kandungan narasi yang modern (Hairul, 2019; Prastyo, 2022; Qudsy & Muzakky, 2021) dengan beragam dampak makna yang sampai pada audiensi (Chayati, 2021; Syarif, 2021). Identifikasi atas model dan cara persuasi makna terhadap audiensi yang berlangsung dan identik dalam penyampaian tafsir dengan model retorik diabaikan oleh para peneliti.

Identifikasi terhadap model pemaknaan yang persuasif berdampak pada peningkatan efektivitas pemahaman masyarakat terhadap al-Qur'an. Makna yang hadir dengan penjelasan-penjelasan yang mendukung keabsahan makna mempertimbangkan kondisi audiensi secara langsung, sehingga pemaknaan mempertimbangkan aspek persuasif dalam penyampaian. Pertimbangan penyampaian makna secara persuasive yang dilakukan penceramah dalam *YouTube* menjadi tujuan dari penelitian ini dengan mendasarkan pada mekanisme persuasive yang dilakukan penceramah dalam menafsirkan al-Qur'an. Untuk membatasi objek penelitian, peneliti menggunakan model pemaknaan yang dilakukan oleh Ustaz Adi Hidayat dalam *Channel YouTube Adi Hidayat Official*. Pemilihan

Adi Hidayat sebagai subjek penelitian didasarkan pada dua pertimbangan utama; (1) kepopuleran Adi Hidayat sebagai penceramah yang konsisten dalam memberikan pemaknaan terhadap al-Qur'an; (2) jumlah *subscriber Channel YouTube Adi Hidayat Official* yang besar. Aktivitas pemaknaan melalui ceramah yang dilakukan Hidayat memiliki pola persuasif sebagai pendorong pemahaman makna masyarakat terhadap al-Qur'an.

Kekuatan persuasif yang digunakan penceramah untuk memberikan makna al-Qur'an secara retorik menunjukkan peralihan mode tafsir ke dalam seni penafsiran oral. Perubahan ini berdampak pada perubahan komponen dasar tafsir lebih dinamis dengan unsur emosi, kapabilitas penceramah terhadap pemaknaan, dan keabsahan argumen yang digunakan. Karakter audiensi dalam proses pemaknaan langsung secara oral juga mengalami pergeseran. Keputusan menerima makna dan mengikutinya dalam tafsir konvensional dapat berlangsung lama yang berbeda dengan tafsir oral yang berlangsung seketika. Aspek ini yang menjadikan penafsiran dalam bentuk retorik membutuhkan komponen lengkap untuk menekankan pengaruh langsung dan cepat kepada audiensi untuk menerima makna (Aristotle, 1984, pp. 4–5). Begitu juga, identitas keahlian dalam pemaknaan di media sosial yang terbuka dan memungkinkan semua orang menjadi seorang penafsir (Hjarvard, 2008) membutuhkan identifikasi khusus yang mengacu pada kekuatan pemaknaan dan kemampuan argumentasi yang dibuat agar validitas makna yang diberikan menjadi terukur. Validitas makna dengan menganalisis terhadap alat persuasi yang digunakan dapat menjadi ukuran untuk meninjau keabsahan penafsiran yang dilakukan secara oral.

Untuk membuktikan argumentasi keabsahan makna dengan menganalisis alat persuasi yang digunakan, penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan *content analysis* sebagai alat analisa data. Penggunaan metode penelitian kualitatif mempertimbangkan keberadaan data yang non-numerikal (Miles & Huberman, 1984). Sedangkan *content*

analysis digunakan untuk menyatukan beberapa fragmen dari data dengan kriteria-kriteria tertentu sebagai landasan dalam penarikan kesimpulan (White & Marsh, 2006). Data dalam penelitian ini bersumber pada dua jenis data; data primer dan data sekunder. Data primer yang digunakan bersumber dari postingan video Adi Hidayat dalam *Channel YouTube Adi Hidayat Official* yang dibatasi pada konten penafsiran al-Qur'an. Sedangkan data sekunder bersumber dari data hasil penelitian yang relevan dengan topik pembahasan. Untuk membantu proses analisa data, penelitian ini menggunakan pendekatan retorika yang dikenalkan oleh Aristoteles. Penggunaan teori retorika sekaligus menjadi batasan analisa, sehingga aspek-aspek yang dianalisis hanya berkaitan dengan cara persuasif yang muncul dalam ceramah Adi Hidayat untuk menekankan pemaknaan. Karena retorika merupakan seni untuk mempengaruhi orang agar dapat mengikuti kehendak yang diinginkan pembicara (Aristotle, 1984).

2. Pembahasan

2.1 Retorika sebagai Seni Penafsiran Oral di Media Sosial

Dinamika sejarah penafsiran menunjukkan perkembangan yang simultan dengan perkembangan budaya penafsir. Pada periode awal, penafsiran berlangsung dengan mengandalkan penjelasan secara langsung (oral). Mekanisme penjelasan berlangsung melalui *madrrasah* (tempat pendidikan) sebagai pusat penjelasan makna dan kajian yang berkaitan dengan al-Qur'an (al-Dhahabi, 2007, p. 76). Perkembangan model pengajaran dan pemaknaan berkembang pada masa selanjutnya yang integral dalam proses kodifikasi hadis. Setelah tafsir menjadi keilmuan yang mandiri, beragam produk tafsir secara tertulis bermunculan (Philips, 2005). Makna diproduksi secara tertulis dalam beragam kitab tafsir dengan berbagai pendekatan. Keragaman jenis dan model penafsiran melalui produk tafsir mendorong perluasan makna dilakukan dengan cara ceramah dalam beberapa majelis keilmuan yang mengacu pada produk-

produk tafsir yang telah ada. Penjelasan langsung atas makna melalui model ceramah memiliki bersifat lokal dan terbatas. Perluasan hasil pemaknaan yang berasal dari ceramah dilakukan dengan menuliskannya dan melakukan perluasan melalui produk penulisan.¹ Perluasan dengan teknik pembukuan merupakan bagian dari determinasi teknologi percetakan yang berkembang pada masa tersebut.

Perkembangan teknologi yang masif dengan melahirkan internet yang aksesibilitasnya meluas memaksa perluasan tafsir al-Qur'an masuk pada era baru. Produk penafsiran bebas diakses oleh semua orang dan disebarkan pemaknaan ulangnya melalui media yang sama. Proses reinterpretasi pada akhirnya dilakukan dengan memadukan model ceramah konvensional dan berbasis teknologi. Pada momen ini, tafsir berkembang ke arah produksi makna yang tak terbatas dengan model pemaknaan yang tradisional. Perubahan model pemaknaan, di satu sisi dapat disebut sebagai dampak determinasi teknologi dalam kajian penafsiran (McLuhan, 1962, p. 116) dan di sisi lain dapat disebut sebagai pengulangan mekanisme penafsiran (Trompf, 1979, p. 256). Identitas yang masih kabur dalam penyebutan istilah untuk perubahan ini tidak mengurangi signifikansi model pemaknaan langsung dalam media sosial. Signifikansi penyampaian makna melalui beragam *platform* media sosial yang besar mempengaruhi efektivitas penyampaian makna melalui kemampuan retorik para penyampai (penafsir). Kemampuan retorik para penafsir dapat secara langsung mempengaruhi audiensi untuk menilai, mengubah, dan mengadopsi konsep-konsep makna yang diberikan (Kennedy, 1994, p. 14). Pengaruh langsung terhadap pendengar tentang makna yang dipublikasikan dalam media sosial meningkatkan penyebaran kandungan al-Qur'an.

¹ Beberapa kitab tafsir yang merupakan hasil kajian pemaknaan adalah *Khawāṭir Ḥawla al-Qur'an al-Karīm* karya Mutawallī al-Sha'rāwī dan *al-Mannār* karya Muhammad Abduh yang ditulis dan dilengkapi oleh Rashīd Riḍā.

Publikasi makna al-Qur'an melalui media sosial ditempuh dalam beragam bentuk bergantung pada jenis media yang digunakan. Media yang memiliki fitur video menampilkan penjelasan makna melalui jenis penyampaian retorik. Dalam bentuk ini, tafsir tidak lagi tampil dalam struktur metodologi yang ketat dengan susunan penjelasan yang dikenal dalam beragam produk tafsir yang dibukukan. Ia hadir mengikuti struktur seni retorika yang tujuan utamanya mempengaruhi pendengar untuk menerima, mengadopsi, dan memahami makna yang diberikan agar dapat mengimplementasikan kandungan pesan, hukum, dan etikanya. Proses mempengaruhi audiensi diberikan dalam bentuk argumen yang dapat menarik perhatian pendengar (Fahnestock et al., 1982, p. vii). Argumen, dapat diperkuat fungsinya sebagai alat persuasi dengan menarik emosi pendengar untuk meyakini kebenaran hal yang disampaikan sebagai elemen kognitif pemaknaan (Walton, 2007, pp. 325–326). Efektivitas retorika sebagai mekanisme persuasif dikuatkan dengan *branding* penceramah yang ditampilkan dalam penjelasan sebagai orang yang memiliki kapabilitas dalam tema yang dijelaskan (Aristotle, 1984). Perpaduan *branding* otoritas, penarikan emosi, dan cara berargumen dalam menekankan makna dan mempengaruhi tindakan agar sesuai dengan pesan yang terkandung dalam al-Qur'an merupakan bentuk seni penafsiran oral yang berlangsung di media sosial.

2.2 Daya Tarik Retoris Adi Hidayat

Kegemaran masyarakat terhadap kajian al-Qur'an di media sosial merupakan dampak dari kekuatan persuasif penceramah dalam menyampaikan makna. Model penjelasan yang mempengaruhi dan memikat pendengar dijelaskan pada bagian ini dalam tiga bentuk. *Pertama*, Pengenalan atas otoritas dan kredibilitas penceramah. Pada bagian ini dijelaskan mekanisme penceramah dalam memberikan keyakinan pada audiensi tentang kemampuan dan kapabilitasnya sebagai seorang yang menguasai dasar-dasar keilmuan Islam. *Kedua*, model interaksi yang

digunakan untuk menarik emosi audiensi. *Ketiga*, bentuk logika penjelasan dalam penyampaian makna.

2.2.1 Otoritas dan Kredibilitas sebagai Pemikat Audiensi

Proses penyampaian pesan dan makna dalam penafsiran al-Qur'an secara oral melibatkan kemampuan penafsir untuk meyakinkan pendengar tentang kredibilitas dan otoritasnya secara keilmuan. Keyakinan pendengar menjadi kunci utama untuk mempengaruhi mereka agar dapat mengikuti dan memahami makna yang disampaikan (Habinek, 2017, p. 68). Pendengar yang meyakini pembicara sebagai tokoh yang memiliki kemampuan dan kredibilitas dalam penafsiran akan percaya bahwa makna yang diberikan merupakan makna yang benar dan mencakup keseluruhan pesan yang dikehendaki Tuhan. Hal ini sama dengan kepercayaan penuh seseorang kepada orang lain yang dianggapnya baik, sehingga segala hal yang bersumber darinya memiliki nilai kebaikan (Aristotle, 1984, p. 25). Penilaian baik dalam pembicaraan tidak bersumber dari penilaian orang terhadap dirinya melalui karakter yang dimiliki, tetapi penilaian diberikan saat ia memulai pembicaraan. Aristoteles (1984, p. 25) menilai bahwa identitas kelayakan dan kredibilitas pembicara hanya dinilai dan diidentifikasi melalui apa yang disampaikan saat memberikan penjelasan. Penjelasan makna al-Qur'an yang menonjolkan karakter pembicara yang kredibel memberikan dampak keyakinan pendengar atas kevalidan pesan yang diberikan pembicara.

Kredibilitas Adi Hidayat dalam menyampaikan makna al-Qur'an tampak pada penjelasan yang diberikan melalui tampilan konsep dan metode penafsiran. Hidayat memberikan penjelasan terhadap makna dengan menjelaskan keterkaitan ayat dengan ayat lain yang saling

menafsirkan,² penggunaan hadis,³ penggunaan konteks turun (*asbāb al-nuzūl*) (Adi Hidayat Official, 2019d, 2022b), dan kaidah kebahasaan⁴. Dalam menjelaskan Q.S. al-Dhuhā [93]: 4, Hidayat memberikan penjelasan melalui riwayat hadis al-Tirmidhī dan Q.S. al-Fāṭir [35]: 33,

Wa al-akhirat khair laka min al-ulā, ini yang hebat. [...] kata Allah, Muhammad, saya bersumpah kepadamu, yakinkan pada jiwamu, nanti saat kamu ke akhirat, suasananya akan lebih enak dibandingkan dengan sekarang. Akhirat itu akan lebih baik dari apa yang kamu rasakan di dunia[...] kata Allah saya janjikan yang lebih dahsyat, kamu sabar saat di dunia, karena dunia tempatnya capek, saat pulang ke akhirat saya berikan yang lebih indah dan tidak akan pernah ada capek lagi. Salat dan baca al-Qur'an sudah tidak ada, yang ada masuk surga dengan al-Qur'an. Al-Tirmidhi nomor hadis 2915 [...] al-Qur'an surah ke 35 ayat ke 33, *jannatu adnin yadkhulunahā yuhallowna fihā min asāwir min dhahab wa lu'lu'a, wa libāsum fihā harīr* (Adi Hidayat Official, 2019d).

Di samping pemaknaan dengan menggunakan ayat lain, Hidayat juga memberikan makna dengan menggunakan hadis sebagai dasar penjelasan.

....tapi disekian amalan itu, ada yang diistimewakan, bahkan langsung disampaikan melalui lisan Nabi *ṣalla Allah alayh wa sallam*. Imam al-Bukhari itu, tidak pernah berjumpa dengan nabi *ṣalla Allah alayh wa sallam*. Tapi beliau mencari, mencari, mencari informasi yang tersambung kepada Nabi. Maka beliau pernah mendapatkan informasi dari seorang yang bernama Hajjaj bin Minhal. Hajjaj mendapatkan informasi dari Shu'bah. Shu'bah mendapatkan informasi dari al-Qamah bin Marfayn. Al-Qamah mendapatkan informasi dari Sa'ab bin Ubaydah. Sa'ad bin Ubaydah mendapatkan informasi dari Abu Abd al-Rahman al-Sulamī. Abu Abd al-Rahman al-Sulamī> mendapat informasi dari Uthman bin Affān *raḍiy Allah Ta'alā anh*, juga dari sahabat Ali bin Abi Ṭālib *karram Allah wajahah* dari nabi *ṣalla Allah alayh wa sallam*....*khayrukum man ta'allam al-Qur'an wa allamah* (Adi Hidayat Official, 2019a).

² Hidayat mengutip ayat lain yang berkaitan dengan penjelasan dengan cara menyebut nomor surat, nama surat, nomor ayat, halaman, dan letak ayat dalam mushaf.

³ Hidayat menyebutkan kapasitas keilmuan dalam hafalan hadis dengan pengakuan diri sebagai pengajar hadis di kajian lainnya.

⁴ Eksplorasi argumen dilakukan dengan menyebut judul buku, pengarang, dan halaman.

Kapasitas keilmuan dalam kajian tafsir dikuatkan dengan penjelasan dengan menggunakan kaidah kebahasaan.

Inna di ilmu Nahwu disebut sebagai adat taukit, huruf penguat. Saya bacakan kaidah dulu ya, inna harfun nasbin wa taukidin, tansibul isma wa tansibul khabar. Mabniyun ‘alal fathi la mahalla lahu minal i’rabi. Paham! Tidak. [ketawa]. Inna itu huruf taukid yang menguatkan sebuah hukum. Artinya, jika ada informasi yang dimulai dengan inna menunjukkan informasi tersebut begitu penting (Adi Hidayat Official, 2019g).

Penguasaan terhadap komponen utama dalam penafsiran menunjukkan kemampuan Hidayat sebagai pendakwah yang memiliki kredibilitas dalam keilmuan tafsir.

Kredibilitas pemaknaan dengan menggunakan komponen dasar penafsiran diperkuat dengan tampilan penguasaan literatur tafsir klasik. Hidayat menggunakan *Tafsir Jalalain* (Adi Hidayat Official, 2019f), *Tafsir al-Qur’an al-Karim* (Adi Hidayat Official, 2019f), *tafsir al-Jawahir* (Adi Hidayat Official, 2022d), *al-Tafsir al-Munir* (Adi Hidayat Official, 2022a), dan *al-Jami’ al-Bayan fi Ta’wil Ayi al-Qur’an* (Adi Hidayat Official, 2022d) secara demonstratif dengan penjelasan model dan sasaran masing-masing produk penafsiran. Kemampuan mengidentifikasi ragam makna yang berbeda dalam tafsir-tafsir klasik ditampakkan Hidayat sebagai *branding* diri. Perbedaan pandangan al-Jauhārī dengan al-Ṭabarī dalam menjelaskan kontradiksi karakter Q.S. al-Baqarah [2]: 21 yang mengandung ciri surat Makkiyah (*ya ayyuhā al-ladhī na āmanū*) dalam surat yang turun setelah hijrah (Adi Hidayat Official, 2022d) menunjukkan kemampuan Hidayat dalam membedakan bentuk penafsiran keduanya. Kemampuan mengidentifikasi model penafsiran mengindikasikan sebagai seorang penceramah yang dapat memberikan tuntunan pemaknaan al-Qur’an yang benar sehingga menjadi petunjuk tindakan praksis berdasarkan al-Qur’an.

Identifikasi makna menggambarkan intensi baik Hidayat dalam memberikan penjelasan pemaknaan agar dapat menjadi bimbingan praksis

bagi umat dalam mengamalkan kandungan al-Qur'an di kehidupan sehari-hari. Tujuan ini ditunjukkan dengan pengajaran Hidayat kepada audiensi tentang cara membaca setiap ayat dengan baik dan benar sebelum melakukan penjelasan makna (Adi Hidayat Official, 2019a). Niat baik yang ditunjukkan oleh Hidayat dilakukan dengan memperbaiki konsep yang disalahpahami penyebutannya oleh banyak kalangan dan afirmasi terhadap pendapat lain yang memiliki otoritas yang lebih tinggi. Hidayat merespons kesalahan penyebutan bulan Muharram yang tanpa di baca al-Muharram dengan menyebutkan berbagai dalil. Koreksi lain muncul dalam tentang pelaksanaan salat tarawih yang dianggap wajib, hikmah puasa yang mencegah kemaksiatan, penyebutan *lailah al-qadr* dengan malam *lailah al-qadr* (Adi Hidayat Official, 2020b). Sedangkan penerimaannya terhadap pendapat lain ditunjukkan dengan anjuran mengikuti aturan yang diberikan negara dan medis yang berkaitan dengan otoritasnya (Adi Hidayat Official, 2020a).

Kualitas moral yang ditampilkan mendapatkan dukungan dari keluasan pengetahuan di luar kajian tafsir yang digunakan sebagai pelengkap penjelasan. Kualitas pengetahuan yang baik ditunjukkan dengan kemampuannya mengeksplorasi penjelasan melalui pengetahuan sejarah yang komprehensif. Hidayat memberikan penjelasan lengkap mengenai sejarah Indonesia yang menjadikannya sebagai salah satu ulama yang terlibat dalam penyusunan buku *Api Sejarah* karya Ahmad Mansyur Suryanegara (Adi Hidayat Official, 2019i). Hal yang sama juga disebutkan dalam konteks penjelasan tentang orientalisme. Hidayat memberikan penjelasan lengkap tentang keahliannya dalam menjelaskan sejarah orientalisme yang dianggap membidik Islam sebagai objek kajian (Adi Hidayat Official, 2019i). Kemampuan demikian didukung oleh kemampuannya dalam berbahasa Inggris dengan menampilkan kemampuan pembacaan terhadap koran Jakarta Post yang berbahasa

Inggris (Adi Hidayat Official, 2019i). Penyebutan beragam keilmuan modern dilengkapi dengan pengetahuannya tentang ilmu Kimia dan sejarahnya.

Hadirnya kimia, itukan dari risetnya Jābir bin Hayyān. Baca surat 57, al-Hadīd, masuk ayat 25 ke 26, *wa anzalnā al-hadid*. Penasaran, bawa besi ke rumahnya, di-*ulik* di lihat sampai keluar atom besi. Yang Fe itu, e besar, f besar, ferum, ya kan. Sampai sekarang. Kan nomor atomnya 26 kan? Kan setiap atom ada isotopnya kan, untuk menahan keseimbangan atom. Isotop yang paling stabil kan 57, ada 55 ada 57. Yang paling stabil 57. Istopnya 57, nomor atomnya 26. Surat 57, ayat 25-26 (Adi Hidayat Official, 2022c).

Eksplorasi makna dengan mengaitkannya pada aspek lain yang dijelaskan secara atraktif menjadi kekuatan Hidayat untuk membangun otoritasnya sebagai dai yang memiliki pengetahuan luas.

Identitas pengetahuan yang dimiliki penceramah dengan memberikan kesan citra baik dan mengesankan dalam setiap penyampaian berdampak pada keyakinan audiensi dalam menerima dan memahami penjelasan yang disampaikan. Data menunjukkan empat model pembentukan citra diri yang dilakukan Adi Hidayat. *Pertama*, penguasaan atas bahan utama dalam penafsiran. Pencitraan seorang pendakwah sebagai seorang yang ahli dan menguasai perangkat penafsiran dapat memberikan kesan kelayakan dirinya untuk menjelaskan makna. Kornblit (2022) menunjukkan efektivitas penguasaan bahan utama yang berkaitan dengan materi dalam suatu penjelasan dapat mempengaruhi pendengar agar dapat mengikuti pesan yang disampaikan. Model ini berkaitan dengan keyakinan dasar umat Islam tentang pemaknaan al-Qur'an yang harus merujuk pada orang yang ahli dibidangnya. *Kedua*, pemahaman terhadap semua bentuk penafsiran dan pembedaan masing-masing karakter, tujuan, dan pesan utama ayat. Identifikasi detail tentang sumber, karakter, dan pendapat lain menunjukkan kapasitas pengetahuan seseorang dalam suatu materi spesifik. Kekuatan identifikasi ini dalam pembahasan Aristoteles berdampak pada penguatan kapasitas dan karakter seorang orator untuk

mempersuasi audiensi (Aristotle, 1984, p. 25). *Ketiga, good intentions*. Niat baik berkaitan dengan fitrah dasar manusia yang mengikuti perihal yang dianggapnya baik, sehingga menampilkan kebaikan dapat berpengaruh pada penerimaan terhadap pesan yang disampaikan. *Keempat*, penguasaan keilmuan modern untuk menunjang pemaknaan ayat di luar kajian keislaman. Pencitraan yang tampak menunjukkan penguasaan Hidayat dalam literatur keagamaan yang menguatkan kredibilitas dan otoritasnya dalam penjelasan makna ayat.

Citra yang dibentuk melalui kecenderungan tersebut mengarah pada penguatan daya tarik audiensi terhadap penyampaian yang diberikan. Kemampuan yang luas dengan niat yang baik sebagai identitas penceramah yang ditonjolkan mempengaruhi kecenderungan pendengar untuk meyakini dan membenarkan narasi yang disampaikan. Kemampuan dan karakter penyampai teridentifikasi dalam pembicaraan, sehingga identitasnya tidak berdasarkan kemampuan di luar pembicaraan (Aristotle, 1984, p. 25). Penyebutan beragam literatur, kemampuan eksplorasi makna, dan keilmuan modern dalam penjelasan menunjukkan kepercayaan diri Hidayat atas pemahaman terhadap al-Qur'an. Kepercayaan diri penyampai juga berdampak pada keyakinan pendengar bahwa orator dapat mengeluarkannya dari perdebatan dan kekosongan pengetahuan tentang materi yang didengarkan (Habinek, 2017, p. 69). Keyakinan terhadap harapan yang diinginkan pendengar tentang topik dinilai dari representasi karakter yang ditampilkan pendakwah. Dalam konteks ini, Aristoteles (1984) berpendapat bahwa karakter merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi dan mengefektifkan persuasi yang diberikan oleh seorang orator. Ajakan yang disampaikan dapat diikuti oleh pendengar berdasarkan *branding* diri untuk menguatkan kredibilitas dan otoritasnya sebagai pendakwah yang menguasai keilmuan tafsir.

Penguatan kredibilitas dan otoritas dalam penafsiran menunjukkan upaya untuk membangun kepercayaan audiensi terhadap keabsahan dan

validitas makna yang dihadirkan. Kecenderungan dalam menampilkan penguasaan retorik melalui kedalaman keilmuan yang digunakan sebagai eksplorasi makna disebabkan oleh dua aspek. *Pertama*, keinginan untuk menampilkan makna spesifik terhadap muatan ayat. Hidayat memberikan penekanan terhadap audiensinya untuk bersabar dalam mengkaji al-Qur'an, karena setiap kata, huruf, dan harakat yang menyusun setiap ayat memiliki fungsi yang spesifik terhadap makna (Adi Hidayat Official, 2019i). Eksplorasi atas fungsi setiap komponen menunjukkan penguasaannya terhadap keilmuan dasar tafsir yang telah ditetapkan oleh para ulama (Al-Zarkasyī, 1957, p. 149). *Kedua*, karakteristik audiensi. Kecenderungan penafsiran di sosial media yang tendensius (Hosen, 2019) dan problematik (Khoiri et al., 2021) mendorong masyarakat untuk memilih model penafsiran langsung dari tokoh agama yang dianggap memiliki kualitas dan kapasitas memadai dalam menjelaskan kandungan al-Qur'an. Pengenalan terhadap kualitas keilmuan terhadap audiensi berdampak pada penyerahan diri mereka untuk mengikuti saran dan petunjuk yang diberikan oleh pendakwah. Thaib (2020) menunjukkan kecenderungan ini merupakan hal yang biasa dilakukan masyarakat Indonesia dalam proses pemilihan *figure* sebagai rujukan keagamaan. Kecenderungan dan keinginan pendakwah untuk menunjukkan kredibilitas dan otoritasnya dalam penafsiran al-Qur'an berdampak pada intensi kuat pendengar untuk mengikuti ajakan yang disampaikan.

2.2.2 Pembentukan Jalinan Emosional dengan Audiensi

Tujuan persuasi dalam dakwah dengan menggunakan pemaknaan ayat dapat tercapai dengan membentuk emosi pendengar melalui materi yang disampaikan. Pembentukan emosi berkaitan dengan konstruksi keadaan psikologis pendengar agar mampu menerima dan menuruti kehendak yang diinginkan oleh pendakwah. Aristoteles (1984) menunjukkan pengaruh kondisi seseorang dalam menerima dan menolak pesan yang disampaikan kepadanya. Pendengar yang berada pada kondisi

bahagia dan senang dapat dengan mudah menerima anjuran yang diberikan. Pembentukan emosi pendengar dalam pidato menjadi persoalan penting untuk menyiapkan mereka agar menerima ajakan sehingga tujuan personal pembicara dapat tercapai (Madsen, 2018). Persuasi akan berlangsung jika pembicara menuntun pendengar untuk mencapai emosi bahagia dan senang melalui penyampaiannya (Habinek, 2017). Penggugahan emosi lain juga diperlukan untuk mencegah dan mengubah tindakan sesuai dengan kehendak yang diinginkan oleh orator dan dapat mengontrol situasi. Kontrol terhadap emosi pendengar dapat memberikan kemudahan bagi pendakwah untuk mengendalikan situasi agar tujuan persuasifnya tercapai.

Pendakwah yang dapat menempatkan dan mengontrol emosi pendengar memiliki probabilitas tinggi dalam mempengaruhi audiensi agar mengubah tindakan yang tidak sesuai dengan pesan yang terkandung dalam ayat. Cara ini dilakukan oleh Hidayat dengan menyampaikan makna kata *al-āyah* dalam Q.S. Al-Rum [30]: 21 yang diasosiasikan dengan kewajiban seorang ayah dalam menuntun anaknya agar dekat dengan Allah. Pemaknaan ini menggunakan kisah Luqmān dan Kisah Nabi Ibrāhīm dengan dorongan emosi malu karena melalaikan kewajiban orang tua terhadap anak sebagaimana dilakukan oleh tokoh yang disebutkan dalam kisah (Adi Hidayat Official, 2019c). Perasaan yang sama ditunjukkan dengan menceritakan kisah Imam al-Sudais yang didoakan oleh Ibunya menjadi imam masjid *Haramain* di saat melakukan perbuatan nakal saat kecil, dibandingkan memarahinya (Adi Hidayat Official, 2019a). Kisah yang disebutkan Hidayat memberikan penekanan pada perasaan malu agar mencegah audiensi mengulangi tindakan yang mengabaikan kewajiban-kewajiban agama.

Emosi malu karena mengabaikan pesan yang terkandung dalam ayat merupakan dorongan penceramah untuk mengubah tindakan yang terkadang disampaikan dalam bentuk sindiran. Cara ini dilakukan Hidayat

untuk menyindir audiensi yang mampu melakukan perintah, akan tetapi mereka lebih memilih mengabaikan.

Aktualisasi [al-Fātiḥah] penting kita kemudian hadirkan dalam kehidupan. Jangan jadikan hanya sekedar bacaan. Kalau cuma baca, anak kecilpun baca. Anak kecil disini banyak, bisa [baca al-Fātiḥah] jangankan anak kecil, [burung] Beo yang belum baligh dan belum taklif dan gak ada taklif bagi Beo, ajarin al-Fatihah, baca dia. *Bismillah al-Raḥman al-Raḥīm, alhamadulillahi rabbi al-‘alamin* [menirukan nada Beo]. Jadi kalau ada orang baca tidak diaktualisasikan, Beo (Adi Hidayat Official, 2019a).

Nada sindiran dengan emosi tertentu yang dimunculkan diberikan dalam beragam penjelasan. Hidayat mencontohkan *langgam* (intonasi) yang dikuasai oleh masyarakat Arab Jāhiliyah tidak digunakan oleh mereka dalam membaca al-Qur’an. Bagi orang yang membaca al-Qur’an dengan *langgam* (bernada), maka ia dianggap lebih rendah dari orang Jāhiliyah (Adi Hidayat Official, 2019j). Pemberian contoh dengan nada sindiran bertujuan untuk memunculkan perasaan tertentu yang dapat menekankan pelaksanaan pesan yang terkandung di dalamnya.

Penggunaan contoh merupakan salah satu cara yang dilakukan Hidayat dalam mempengaruhi emosi pendengar selain dengan penekanan dalam nada penyampaian. Penggunaan intonasi yang emosional digunakan dalam penggambaran perjuangan nabi Muhammad dan sahabat dalam menyebarkan Islam. Perjuangan Abū Dār al-Ghifārī dalam proses belajar al-Qur’an diceritakan dengan narasi dramatis hingga dapat mengajarkan al-Qur’an di daerahnya yang menyebabkan seluruh masyarakat di daerah tersebut memeluk Islam (Adi Hidayat Official, 2019i). Narasi emosional yang berkaitan dengan Nabi Muhammad dijelaskan dalam penjelasan QS. al-Ḍuhā dan QS. al-Insyirah sebagai wahyu yang diturunkan setelah masa *fatrah* (kekosongan wahyu) secara mendetail (Adi Hidayat Official, 2019d). Perjuangan Nabi dalam berdakwah juga menjadi perhatian Hidayat yang disampaikan dengan intonasi yang emosional (Adi Hidayat Official, 2022b). Intonasi emosional ditunjukkan juga dalam

penjelasan tentang konsep kedekatan dan ketakwaan kepada Allah (Adi Hidayat Official, 2020a). Nada dan intonasi emosional ditunjukkan untuk memberikan kesadaran terhadap audiensi tentang urgensi kandungan penjelasan yang disampaikan.

Penekanan terhadap kandungan pesan dilakukan dengan memanfaatkan jalinan emosi yang dibentuk melalui penyampaian ceramahnya sebagai perangkat untuk membujuk audiensi. Data menunjukkan tiga model teknik dalam narasi ceramah Hidayat untuk mempengaruhi emosi pendengar agar dapat mempengaruhi pemahaman dan mengubah tindakan sesuai dengan kandungan al-Qur'an. *Pertama*, penyebutan kisah untuk menekankan makna secara emosional (*stories of emotional events*). Penyebutan kisah dalam memperkuat kandungan makna memunculkan emosi malu karena tidak melaksanakannya. *Kedua*, contoh yang membangkitkan emosi (*emotion evoking example*). Contoh yang disebutkan oleh Hidayat cenderung bernada sindiran yang memberikan perasaan berbeda dalam setiap audiensinya. Perasaan yang dialami bergantung pada kondisi pribadi audiensi dalam aspek melakukan atau meninggalkan tindakan yang tergambar dalam contoh yang disebutkan. *Ketiga*, penggunaan nada yang emosional (*emotional tone*). Intonasi digunakan untuk memberikan penekanan dan kesan dramatis yang berkaitan dengan perjuangan Nabi dan para sahabat dalam menyebarkan Islam dan mengamalkan kandungan al-Qur'an. Setiap teknik yang digunakan untuk menggugah emosi pendengar bertujuan untuk mempengaruhi mereka agar dapat menyadarkan, merasakan, dan mengamalkan kandungan pesan yang terdapat dalam setiap ayat al-Qur'an.

Emosi yang didapatkan oleh pendengar dari penyampaian materi memberikan dampak pada penanaman pesan yang terkandung menjadi lebih masif. Penjelasan dengan membandingkan sesuatu yang lebih rendah dari pendengar yang dapat melakukan sesuatu yang mudah bagi mereka

merupakan bentuk kritik yang memanfaatkan emosi malu. Perasaan malu dapat membangkitkan tindakan agar mereka tidak memiliki perasaan tersebut dikemudian hari, sehingga perasaan yang dimiliki dapat dimanfaatkan untuk melakukan rekayasa tindakan (Copeland, 2021, p. 10). Rekayasa tindakan dibentuk dari perasaan bersama pendakwah dengan audiensinya yang intens sehingga tidak memerlukan klarifikasi kebenaran cerita yang dihadirkan (Copeland, 1991, p. 83; Gross, 2006). Kekuatan penjelasan dengan melibatkan cerita, contoh, dan intonasi menguasai audiensi yang menjadikan mereka merasakan dan menyadari posisi dirinya dalam penjelasan yang dihadirkan. Penarikan emosi pendengar melalui beragam mekanisme menunjukkan upaya untuk menanamkan pesan yang terkandung dalam penjelasan ayat agar dapat mengubah sikap dan pemahaman pendengar.

Perubahan sikap menjadi tujuan yang diharapkan dengan melibatkan emosi pendengar masuk ke dalam emosi cerita yang menjadi penjelasan makna. Upaya memasukkan emosi pendengar ke dalam emosi kisah perjuangan nabi dapat memunculkan tindakan untuk melakukan hal yang sama. Efektivitas emosi sebagai pendorong untuk masuk pada perangkat persuasif penyedia penjelasan dibuktikan oleh Lee dan Theokary (2021) sebagai alat yang biasa digunakan oleh *influencer*. Penggunaan emosi malu untuk membangkitkan perilaku ketaatan dan emosi marah untuk meninggalkan perkara menunjukkan efektivitas perintah dan larangan. Pelibatan emosi tertentu yang sesuai dengan konteks audiensi digunakan dalam banyak kajian sebagai alternatif cara yang mewakili ajakan dan larangan (Li et al., 2020). Meskipun cara persuasi dengan melibatkan emosi penonton tidak dominan dalam ceramah Hidayat, akan tetapi cara ini mendukung dan menguatkan keyakinan terhadap makna dan pesan yang terkandung dalam al-Qur'an yang menjadi penjelasan utama. Hal yang sama juga ditemukan oleh Yuen et. al. (2020) yang menunjukkan emosi sebagai komponen pendukung dan menstimulus perilaku hidup seseorang.

Cara mempengaruhi keyakinan audiensi yang melibatkan emosi menunjukkan langkah Hidayat untuk mempengaruhi pendengar agar dapat melakukan pesan yang terkandung dalam al-Qur'an.

2.2.3 Argumentasi Adi Hidayat dalam Penjelasan Makna al-Qur'an

Konstruksi pesan yang hadir dalam benak pendengar dihasilkan dari keyakinan penuh terhadap kebenaran makna yang dihadirkan. Keyakinan pendengar dapat dicapai melalui kekuatan argumen yang digunakan. Fahnestock et al. (1982, p. 6) menjelaskan fungsi argumen digunakan untuk memberikan keyakinan bagi pendengar yang ragu dan tidak fokus sehingga bersiap untuk meyakini hal yang disampaikan kepadanya. Argumen digunakan dalam beragam jenis retorika untuk memberikan penguat atas klaim penjelasan yang diberikan (Walton, 2007, p. 27). Kesamaan dasar penguat yang digunakan dengan klaim penjelasan menggiring pendengar untuk masuk pada pesan yang dikehendaki. Kecocokan ini disebut oleh Aristoteles (1984, p. 8) sebagai mekanisme persuasif yang efektif dengan menyediakan rangkaian kebenaran lain sebagai argumen untuk membenarkan klaim yang dibuat. Penguatan keyakinan pada pendengar untuk menerima penjelasan melalui argumen digunakan untuk meningkatkan tujuan persuasif dalam retorika. Mekanisme penjelasan melalui argumen banyak ditemukan dalam proses pemaknaan al-Qur'an secara oral di berbagai media dengan tujuan penanaman pesan yang efektif bagi audiensi.

Penekanan terhadap urgensi mempelajari tafsir dikuatkan dengan menghadirkan argumen tentang faidah, kapabilitas nabi sebagai pembawa al-Qur'an, dan fungsi struktur ayat sebagai pengantar sebelum melakukan pemaknaan. Hidayat menjelaskan faidah mempelajari al-Qur'an sebagai dasar penguat atas urgensi memahami makna al-Qur'an yang bersumber dari Hadis sebelum melakukan penjelasan (Adi Hidayat Official, 2019a, 2019c, 2019d, 2019i). Di penjelasan lain, pendahuluan dijelaskan dengan

menguatkan keyakinan kualitas dan kapasitas Nabi sebagai pembawa al-Qur'an (Adi Hidayat Official, 2022e) dan hikmah yang terkandung dalam surah ataupun ayat yang akan dijelaskan (Adi Hidayat Official, 2019b). Sedangkan penjelasan terhadap ayat sebagai materi utama dilakukan secara konsisten dengan membacakan ayat dan menjelaskan *asbāb al-nuzūl* (Adi Hidayat Official, 2019d), makna setiap kata, huruf, maupun harakat (Adi Hidayat Official, 2019d, 2019f, 2019g, 2019j, 2022a, 2022d). Dalam banyak ceramah penjelasan materi dimulai dengan membacakan kitab tafsir yang menjadi rujukan disertai dengan penjelasan dari tafsir yang telah dibacakan (Adi Hidayat Official, 2019f, 2019j, 2022a, 2022d).

Penjelasan terhadap *aḥrūf muqatta'ah* yang menjadi tantangan masyarakat untuk membuat yang setara dengannya dijelaskan menggunakan argumentasi syair yang memiliki rumus tetap. Tantangan yang terkandung dalam ayat tersebut termasuk tantangan bagi kalangan-kalangan yang berpendapat bahwa al-Qur'an sebagai produk budaya yang diproduksi oleh Nabi dicontohkan dengan kursi yang merupakan produk manusia yang dapat diproduksi oleh orang lain yang berbeda dengan al-Qur'an (Adi Hidayat Official, 2019c). Logika yang sama juga digunakan dalam penjelasan tentang fungsi al-Fātiḥah} sebagai *ruqyah*.

Orang sehat itu, jiwanya sehat. Orang salat, jiwanya sehat, pikirannya sehat. Karena tiap hari dia merukyah dirinya setiap hari 17 kali. Makanya, kalau ada orang salat, masih iri hati, masih dengki, masih hasad, masih dendam, maka ada yang salah dalam salatnya. 17 kali. Ini ada gelas kotor, dibersihkan 17 kali masih kotor juga, bagaimana cara membersihkannya? Mungkin dia mengelap dengan kain yang masih ada olinya, kotor juga. Sama juga salatnya tidak benar (Adi Hidayat Official, 2019a).

Pengawasan Allah terhadap pekerjaan yang dilakukan diasosiasikan dengan ketekunan mengerjakan pekerjaan yang dilakukan saat diawasi oleh pimpinan sebagai logika pemahaman atas makna QS. al-Fātiḥah} [1]: 2 (Adi Hidayat Official, 2019e). Asosiasi kegiatan dan pekerjaan lain yang dilakukan oleh audiensi dan diyakini kebenaran dan manfaatnya menjadi

mekanisme penguat untuk mempersuasi audiensi agar membenarkan tujuan dan makna ayat.

Mekanisme penguatan makna diberikan dengan menggunakan model penafsiran *al-Qur'an bi al-Qur'an*. Makna QS. al-Kāfirūn yang menjelaskan perilaku orang kafir dikuatkan dengan menggunakan QS. al-Fath [48]: 29 (Adi Hidayat Official, 2019h). Konsepsi makna yang dijelaskan oleh penafsir yang menjadi rujukan bacaan dikuatkan makna dan maksudnya dengan menghadirkan realitas yang dekat dengan audiensi.

Yang dimaksud dengan kalimat *faradnahā*, disampaikan oleh Imam Mujāhid dan Qatadah, *ai bayyanā al-ḥalāl wa al-ḥarām, wa al-amr wa al-nahy, wa al-hudūd*, yakni kata Allah, kami di surat inipun akan menerangkan tentang yang halal itu mana, yang haram itu mana, [...] *Wa al-amr wa al-nahy*, disini akan dijelaskan perintah dan larangan. Jadi kalau yang pertama, buka objek, ini yang halal, ini yang haram. Yang kedua, bagaimana kita mendapatkan yang halal dan menjauhi yang haram [...] Allah memberikan hidayah seperti bentangan sinyal untuk kita. Tinggal kita mau ngambil atau tidak. Kita harus jujur. Bukankah kita saat menerima telepon, jika sinyalnya kurang anda keluar mencari sinyal? Supaya mendapatkan sinyal. Hidayah itu dipancarkan oleh Allah. Quran surah ke-29 ayat ke-69, *wa al-ladhīna jāhadū finā lanahdiyannahum subulanā wa inna Allah lama'a al-muḥsinīn*. Orang-orang yang mau bergerak mengambil hidayah kami. Berjuang mencari, mengambil, mengambil, kalau dia mau mengambil, saya tunjukkan jalan-jalan yang terbuka kata Allah (Adi Hidayat Official, 2019i).

Mekanisme lain dalam memberikan penguat terhadap pandangannya dilakukan dengan menampilkan literatur yang relevan. Penjelasan tentang urgensi menghadiri majelis ilmu diambil dari riwayat al-Bukhari yang disebutkan secara lengkap letak hadis dan nomor hadisnya (Adi Hidayat Official, 2019g). Begitu juga dengan pahala yang didapatkan seseorang yang ikut pengajian dengan niat i'tikaf menggunakan rujukan *al-Tibyān fī Ādāb Ḥamlah al-Qur'an* karya al-Nawawī (Adi Hidayat Official, 2019g). Sedangkan pembahasan mengenai *makkī* dan *madanī*, Hidayat menyebut *Mabāhiṣ fī Ulūm al-Qur'an* karya Mannā' al-Qaṭṭān sebagai rujukan (Adi Hidayat Official, 2019k). Penguasaan terhadap beragam referensi

digunakan sebagai argumen untuk menguatkan dan menambah keyakinan bagi pendengar agar dapat meyakini keabsahan penjelasan.

Kekuatan argumentasi dalam penyampaian pesan menjadi unsur penting dalam membentuk keyakinan terhadap kebenaran konten dakwah yang dilakukan. Data menunjukkan tiga mekanisme yang digunakan Hidayat untuk memberikan keyakinan tentang makna dan hikmah yang terkandung dalam ayat. *Pertama*, struktur penjelasan (*structure of the speech*). Karakter penjelasan yang diberikan Hidayat dalam beragam ceramah menunjukkan pembagian penjelasan berdasarkan pada dua aspek; pembukaan dan materi utama. Ceramah dibuka dengan penjelasan yang berkaitan dengan aspek utama materi. *Kedua*, logika perbandingan. Pemahaman terhadap makna dan hikmah dikuatkan dengan membandingkannya pada pengetahuan umum yang dialami oleh audiens yang diyakini mereka benar. *Ketiga*, keabsahan penjelasan dengan menunjukkan rujukan yang diambil (*references to studies*). Hidayat menguatkan penjelasan tentang pemaknaan dengan merujuk pada ayat lain, kitab tafsir klasik, kitab hadis, dan kitab *ulūm al-Qur'an*.

Penggunaan dasar hadis, pandangan penafsir klasik, dan perangkat keilmuan al-Qur'an menunjukkan pengetahuan Hidayat tentang cara memahami makna al-Qur'an. Penjelasan terhadap makna diyakinkan melalui argumentasi yang berkaitan dengan persoalan yang disinggung dalam ayat. Fakta bahwa pemaknaan terhadap al-Qur'an harus didasarkan pada riwayat, struktur makna kebahasaan, dan literatur yang jelas dipertimbangkan Hidayat untuk meyakinkan penyampaian penjelasan atas kandungan al-Qur'an menempuh cara yang benar. Aspek ini yang disebut oleh Aristoteles sebagai penguasaan penuh terhadap hal yang berkaitan dengan subjek untuk menguatkan subjek yang hendak dijelaskan (Aristotle, 1984, p. 116). Penguatan identitas makna juga dilakukan dengan menggunakan fakta yang berkesesuaian dengan realitas kehidupan audiensi. Fakta ini dipilih dengan mempertimbangkan

kesesuaian pesan dengan kandungan makna atau pesan yang ingin disampaikan. Pemilihan fakta aktual dalam mendukung argumen dijelaskan Aristoteles sebagai bagian penting dalam setiap penyampaian melalui retorika (Aristotle, 1984, p. 117). Pemilihan jenis argumen yang digunakan untuk meyakinkan audiensi terhadap makna yang diberikan menunjukkan kemampuan Hidayat dalam penguasaan keilmuan tafsir.

Penguasaan perangkat penafsiran yang ditunjukkan Hidayat dalam memberikan penguatan terhadap penjelasan menunjukkan bentuk strategi argumen yang digunakan. Dasar penguatan terhadap makna dipilih dengan cara menghadirkan konsep dan fakta lain yang berkesesuaian. Pemaknaan terhadap suatu ayat ditekankan dengan menghadirkan makna lain yang setara sebagai dalil penguat. Begitu juga dengan perluasan pemaknaan dan penanaman pesan dengan menggunakan fakta berkesesuaian dengan persoalan yang dibahas. Hal ini menunjukkan jenis strategi argumen yang digunakan bersifat demonstratif. Aristoteles mendefinisikan demonstratif dengan jenis argumen yang memiliki kesesuaian dengan subjek yang dijelaskan (Aristotle, 1984, p. 118). Penunjukan makna dengan memberikan kejelasan terhadap bagian-bagian penyusun suatu ayat dikuatkan dengan identifikasi bagian-bagian lain yang relevan dalam penjelasan. Identifikasi hadis, pendapat penafsir, dan literatur *'ulūm al-Qur'an* menjadi mekanisme Hidayat dalam memperkuat definisi makna yang terkandung dalam ayat. Sedangkan penjelasan pada bagian pendahuluan ceramah yang menekankan faedah dalam mempelajari al-Qur'an merupakan argumen yang mengikuti penjelasan utama atas makna. Jenis argumen ini masuk dalam kategori argumentasi universal (Lang, 2017, p. 156). Argumentasi penguatan makna tidak hanya dilakukan dalam pernyataan yang sesuai akan tetapi juga menggunakan jenis analogi yang diambil dari realitas yang dekat dengan audiensi. Jenis ini disebut dengan *common* yang merujuk pada penggunaan segala sesuatu dengan cara analogi (Lang, 2017, p. 157).

Model penjelasan yang mengarahkan audiensi untuk terpengaruh terhadap penjelasan yang dilakukan menunjukkan kekhasan tafsir dalam bentuk retorik di YouTube. Mekanisme persuasif yang muncul melibatkan serangkaian emosi, *branding* diri, dan penguasaan logika penafsiran yang mapan yang digunakan Hidayat dalam memberikan makna. Aspek analisis terhadap sistem persuasif penceramah dalam YouTube diabaikan oleh peneliti, sehingga tafsir di media sosial diperlakukan sebagaimana memperlakukan tafsir konvensional. Kelayakan yang dibatasi secara ketat dalam produksi tafsir konvensional tidak dapat diterapkan ke dalam kriteria penafsir di media sosial (Hjarvard, 2008). Tafsir di media sosial cenderung tidak terbatas, sehingga siapa pun dapat menjadi penafsir. Hal ini memungkinkan narasi pemaknaan yang dihasilkan sulit untuk divalidasi. Akan tetapi, dengan menganalisis perangkat persuasif yang digunakan dapat memberikan batasan terhadap kelayakan pemaknaan di media sosial dengan acuan *branding* (*ethos*), penarikan emosi (*pathos*), dan argumentasi yang dibangun (*logos*).

3. Kesimpulan

Kedangkalan penjelasan keagamaan di media sosial yang selama ini diyakini sebagai dampak determinasi logika media tidak terbukti dalam penelitian ini. YouTube, sebagai media yang merepresentasikan penjelasan dalam bentuk audiovisual menampilkan penafsiran terhadap al-Qur'an yang lebih atraktif dan menyesuaikan dengan daya tangkap audiensi. Penyampaian makna yang dilakukan melalui ceramah dilakukan dengan cara yang persuasif dengan tujuan menanamkan kandungan al-Qur'an dan pesan moralnya agar dapat merekayasa perilaku masyarakat yang sesuai dengan tuntunan al-Qur'an. Pemaknaan dikontrol dan disampaikan oleh penceramah dengan mengenalkan kredibilitas dan otoritasnya sebagai daya tarik terhadap audiensi. Sedangkan penanaman makna terhadap audiensi dilakukan dengan mengandalkan pembentukan jalinan emosi dan argumentasi yang kuat dan valid. Model pemaknaan semacam ini

menempatkan YouTube sebagai media baru yang menawarkan narasi-narasi keagamaan (*religious media*) yang efektif dalam menyebarkan pengajaran dan kandungan pemaknaan al-Qur'an.

Aspek retorik yang ditonjolkan dalam penelitian ini mengabaikan beberapa aspek lain yang berkelindan dalam pemaknaan di media sosial. Keterbukaan akses dalam pemaknaan di media sosial yang memungkinkan interaksi antara pemilik akun dengan penonton dalam bentuk komentar tidak menjadi perhatian dalam penelitian. Penelusuran terhadap tanggapan penonton dapat menunjukkan tangkapan makna atas penjelasan yang dilakukan. Pengabaian atas tangkapan makna dilakukan disebabkan oleh penggunaan pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini. Pendekatan teori retorika yang dikenalkan Aristoteles sebagai komponen analisa tidak memungkinkan untuk memberikan pendalaman terhadap respons penonton. Batasan terhadap objek penelitian dapat ditindak lanjuti oleh peneliti setelahnya dengan menonjolkan pada makna yang ditangkap sebagai ukuran efektifitas retorik yang disampaikan Hidayat sebagai penceramah yang menjelaskan makna al-Qur'an.

Referensi

- Abshor, M. U. (2022). Penafsiran Keislaman di Laman YouTube: Studi Kasus Tafsir Lisan Gus Izza Sadewaa. *Urnal Ilmiah Spiritualis: Jurnal Pemikiran Islam Dan Tasawuf*, 8(1), 1–27. <http://ejournal.iaipdnganjuk.ac.id/index.php/spiritualis/article/view/384>
- Adi Hidayat Official. (2019a, July 18). *AQSO: Tafsir Surah Al-Fatihah (Episode 1) - Ustadz Adi Hidayat [Video]*. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=B5baNSuY8QU>
- Adi Hidayat Official. (2019b, July 25). *AQSO: Tafsir Surah Al-Fatihah (Episode 2) - Ustadz Adi Hidayat [Video]*. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=AtXkrGc7wyQ&t=4744s>
- Adi Hidayat Official. (2019c, August 19). *Tafsir Surat Yusuf #part 1 - Ustadz Adi Hidayat [Video]*. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=GatgZdvkNIM&t=29s>
- Adi Hidayat Official. (2019d, August 24). *Tafsir Surah Adh-Dhuha dan Al-Insyirah - Ustadz Adi Hidayat [Video]*. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=DGnyPWQkeLk&t=45s>
- Adi Hidayat Official. (2019e, August 29). *AQSO: Tafsir Surah Al-Fatihah (bagian 4) - Ustadz Adi Hidayat [Video]*. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=NJGSqitCzeg>
- Adi Hidayat Official. (2019f, September 12). *AQSO: Tafsir Surah Al-Fatihah (bagian 6) - Ustadz Adi Hidayat [Video]*. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=lfrUTh-sAL8>
- Adi Hidayat Official. (2019g, September 28). *Tafsir Surah Yusuf #Part 2 - Ustadz Adi Hidayat [Video]*. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=nhf2h4q4gfs>
- Adi Hidayat Official. (2019h, October 13). *Tafsir Surat Yusuf (Bagian 3) - Ustadz Adi Hidayat [Video]*. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=X8xo_ip14Zk
- Adi Hidayat Official. (2019i, October 30). *Tafsir Surat An-Nur (bagian ke-1) - Ustadz Adi Hidayat [Video]*. YouTube. https://youtu.be/b_9SI3-0oJ0?t=42
- Adi Hidayat Official. (2019j, November 4). *Tafsir Surat An-Nur (Bagian 2) - Ustadz Adi Hidayat [Video]*. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=-enu9XWhdrc>

Adi Hidayat Official. (2019k, December 25). *Tafsir Surah An-Nur Bagian 4 - Ustadz Adi Hidayat [Video]*. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=7pFpNpxM83Q&t=204s>

Adi Hidayat Official. (2020a, March 5). *AQS: Tafsir Surah Al-Baqarah - Ustadz Adi Hidayat [Video]*. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=G2NZAZY562s&t=607s>

Adi Hidayat Official. (2020b, March 7). *Tafsir Surah An-Nur (Bagian 6) - Ustadz Adi Hidayat [Video]*. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=OMIg8H0gS7Q&t=380s>

Adi Hidayat Official. (2022a, January 9). *Al-Quran Sunnah Solution (AQSO): Lanjutan Serial Tafsir Surah Al-Baqarah - Ustadz Adi Hidayat [Video]*. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=vJUPpqc1CWU>

Adi Hidayat Official. (2022b, May 4). *Kajian Dhuha Tafsir Surah An-Naba - Ustadz Adi Hidayat [Video]*. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=vCgqP4QYk8Q&t=32s>

Adi Hidayat Official. (2022c, June 4). *Kajian Dhuha Tafsir Surah An-Naba - Ustadz Adi Hidayat [Video]*. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=vCgqP4QYk8Q&t=24s>

Adi Hidayat Official. (2022d, June 16). *Al-Quran Sunnah Solution (AQSO): Lanjutan Serial Tafsir Surah Al-Baqarah - Ustadz Adi Hidayat [Video]*. YouTube. <https://youtu.be/rvDzC9OvnTE?t=1856>

Adi Hidayat Official. (2022e, July 4). *Tafsir Juz 30: Surah An-Naba (Bagian 1) - Ustadz Adi Hidayat [Video]*. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=aHJSSORYeF4>

Al-Dhahabi, M. H. (2007). *al-Tafsir wa al-Mufasssirun* (Vol. 2). Maktabah Wahbah.

Al-Zarkasyi, M. bin A. A. (1957). *al-Burhan fi 'Ulum al-Qur'an*. Dar Ihya' al-Kutub al-'Arabiyah.

Anam, H. F. (2022). Penafsiran Alquran di YouTube: Telaah atas Penafsiran Ustadz Abdul Qadir Jawas terhadap Ayat Kursi Bercorak Ideologis. *QiST: Journal of Quran and Tafseer Studies*, 1(1), 78–91. <https://doi.org/10.23917/QIST.V1I1.526>

Aristotle. (1984). *The Rhetoric* (W. R. Roberts (trans.)). The Modern Library.

Azizah, L. N., & Khoirona, M. D. (2020). Tafsir Era Millennial: Kajian Atas Penafsiran KH.Sya'roni Ahmadi di Channel Youtube Official Menara

-
- Kudus. *HERMENEUTIK*, 14(2), 199.
<https://doi.org/10.21043/HERMENEUTIK.V14I2.7796>
- Baihaqi, N. N. (2021). Masuklah dalam Islam Secara Kāffah: Analisis atas Tafsir Q 2: 208 dalam Ceramah Ustadz Adi Hidayat di Youtube. *Contemporary Quran*, 1(1), 1–10.
<https://doi.org/10.14421/CQ.2021.0101-01>
- Chayati, D. C. (2021). *Dinamika Penafsiran KH. Ahmad Baha`uddin Nursalim (Gus Baha`)* dalam Pengajian Tafsir di YouTube tentang *Kristologi Menurut QS. Ali ‘Imran [3]: 55* [UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung]. <http://repo.uinsatu.ac.id/24414/>
- Copeland, R. (1991). *Rhetoric, Hermeneutics, and Translation in the Middle Ages*. Cambridge University Press.
- Copeland, R. (2021). *Emotion and the History of Rhetoric in the Middle Ages*. Oxford University Press.
- Fahnestock, J., Secor, M., & Larson, R. L. (1982). *A Rhetoric of Argument*. McGraw-Hill Companies.
- Fawaid, A., & Sholiha, D. (2022). Al-Qur’an sebagai Syifa’ (Obat) bagi Wabah Covid-19: Analisis Konten Dakwah Sosial Media Adi Hidayat. *Al-Tadabbur: Jurnal Ilmu Al-Qur’an Dan Tafsir*, 7(01), 57–76.
<https://doi.org/10.30868/AT.V7I01.2256>
- Gross, D. M. (2006). *The Secret History of Emotion: from Aristotle’s «Rhetoric» to Modern Brain Science*. The University of Chicago Press.
- Habibillah, P. G., Mahendra, W., Zayn, M. M. S. M., & Maharani, M. H. (2022). Deotorisasi Hermeneutika Sebagai Metode Tafsir Kontemporer (Analisis Kritis terhadap Pemikiran Firanda dalam Kanal YouTube “Firanda Andirja”). *Hermeneutik: Jurnal Ilmu Al-Qur’an Dan Tafsir*, 16(1), 67–82. <https://doi.org/10.21043/hermeneutik.v16i1.12964>.
- Habinek, T. N. (2017). *Ancient Rhetoric: from Aristotle to Philostratus* (Penguin Books (trans.)).
- Hairul, M. A. (2019). Tafsir Al-Qur’an di Youtube: Telaah Penafsiran Nouman Ali Khan di Channel Bayyinah Institute dan Quran Weekly. *Al-Fanar: Jurnal Ilmu Al-Qur’an Dan Tafsir*, 2(2), 197–213.
<https://doi.org/10.33511/ALFANAR.V2N2.197-213>
- Hjarvard, S. (2008). The mediatization of religion: A theory of the media as agents of religious change. *Northern Lights: Film and Media Studies Yearbook*, 6(1), 9–26. https://doi.org/10.1386/NL.6.1.9_1

- Hjarvard, S. (2012). Three Forms of Mediatized Religion: Changing the Public Face of Religion. In S. Hjarvard & M. Lövheim (Eds.), *Mediatization and Religion: Nordic Perspectives*. Nordicom.
- Hosen, N. (2019). *Tafsir al-Qur'an di Medsos: Mengkaji Makna dan Rahasia Ayat Suci pada Era Media Sosial*. Bentang Pustaka.
- Kennedy, G. A. (1994). *A New History of Classical Rhetoric*. Princeton University Press.
- Khoiri, A., Faizi, & Muttaqin, J. (2021). The Transmission of Islamic Populism and Extremist Ideology Through Social Media in Indonesia. *Tashwirul Afkar: Jurnal Refleksi Pemikiran Keagamaan Dan Kebudayaan*, 40(1).
<http://tashwirulafkar.net/index.php/afkar/article/view/43>
- Kornblit, I. (2022). Rhetorical strategies of legitimacy and authority in times of Covid-19: The case of Belgian PM Wilmès. *Argumentation et Analyse Du Discours*, 28. <https://doi.org/10.4000/AAD.6403>
- Lang, H. S. (2017). Natural Things and Body: The Investigations of Physics. In W. Wians & R. Polansky (Eds.), *Reading Aristotle: Argument and Exposition*. Brill.
- Lee, M. T., & Theokary, C. (2021). The superstar social media influencer: Exploiting linguistic style and emotional contagion over content? *Journal of Business Research*, 132, 860–871.
<https://doi.org/10.1016/J.JBUSRES.2020.11.014>
- Li, H., Liu, H., & Zhang, Z. (2020). Online persuasion of review emotional intensity: A text mining analysis of restaurant reviews. *International Journal of Hospitality Management*, 89, 102558.
<https://doi.org/10.1016/J.IJHM.2020.102558>
- Madsen, C. (2018). Rhetoric as Happiness. Ethical Implications of Aristotle's Art of Rhetoric Exemplified by Pericles' Funeral Oration. *Revue Internationale de Philosophie*, 4(286), 441–451.
<https://doi.org/https://doi.org/10.3917/rip.286.0441>
- Mahbubah, N. (2022). *Pemahaman Ayat-Ayat Ahkam (Analisis Tafsir bi al-Lisan KH. Ahmad Bahauddin Nursalim)* [Institut Ilmu al-Qur'an (IIQ) Jakarta]. <http://repository.iiq.ac.id/handle/123456789/1708>
- Mahrita, E. (2021). *Trend dan Metode Penyampaian Gus Baha` dalam Kajian Tafsir di Media Sosial* [UIN Antasari Banjarmasin]. <http://idr.uin-antasari.ac.id/16806/>

McLuhan, M. (1962). *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*. University of Toronto Press.

Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1984). *Qualitative Data Analysis (a Source book of New Methods)*. SAGE Publications.

Petersen, L. N. (2010). Renegotiating religious imaginations through transformations of 'banal religion' in 'Supernatural'. *Transformative Works and Cultures*, 4. <https://doi.org/10.3983/twc.2010.0142>

Philips, A. A. B. (2005). *Usool at-Tafseer: The Methodology of Qur'anic Interpretation*. International Islamic Publishing House (IIPH).

Prastyo, T. B. (2022). Analisis Wacana Islam Moderat: Kajian Tafsir Lisan Perspektif Gus Ahmad Bahaudin Nursalim. *Matan: Journal of Islam and Muslim Society*, 4(1), 56–66. <https://doi.org/10.20884/1.MATAN.2022.4.1.5197>

Qudsy, S. Z., Abdullah, I., & Pabbajah, M. (2021). The superficial religious understanding in Hadith memes: Mediatization of Hadith in the industrial revolution 4.0. *Journal for the Study of Religions and Ideologies*, 20(60). <https://www.thenewsri.ro/index.php/njsri/article/view/104>

Qudsy, S. Z., & Muzakky, A. H. (2021). Dinamika Ngaji Online Dalam Tagar Gus Baha: Studi Living Qur'an Di Media Sosial. *POROS ONIM: Jurnal Sosial Keagamaan*, 2(1), 1–19. <https://doi.org/10.53491/POROSONIM.V2I1.48>

Syarif, A. R. U. (2021). *Dimensi Toleransi Pesan al-Qur'an di Media Sosial Indonesia (Studi Kasus Penafsiran QS al-Kafirun/106: 1-6; QS Yunus/10: 99-100; QS al-An'am/6: 108; dalam Tiga Channel Youtube)* [UIN Syarif Hidayatullah Jakarta]. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/57964>

Syarifah, N. L. A. (2020). *Tafsir Audiovisual: Kajian Penafsiran Gus Baha di Channel YouTube Al-Muhibbiin dan Implikasinya bagi Pemirsa* [Institut Ilmu al-Qur'an (IIQ) Jakarta]. <http://repository.iiq.ac.id/handle/123456789/1103>

Thaib, E. J. (2020). The Communication Strategies for Moderate Islamic Da'wah in Countering Radicalism in Gorontalo City, Indonesia. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 36(4), 143–156. <https://doi.org/10.17576/JKMJC-2020-3604-09>

Trompf, G. W. (1979). *The Idea of Historical Recurrence in Western Thought: from Antiquity to The Reformation*. University of California Press.

Walton, D. (2007). *Media Argumentation: Dialectic, Persuasion, and Rhetoric*. Cambridge University Press.

White, M. D., & Marsh, E. E. (2006). Content analysis: A flexible methodology. *Library Trends*, 55(1), 22–45.
<https://doi.org/10.1353/lib.2006.0053>

Yuen, K. F., Li, K. X., Ma, F., & Wang, X. (2020). The effect of emotional appeal on seafarers' safety behaviour: An extended health belief model. *Journal of Transport & Health*, 16, 100810.
<https://doi.org/10.1016/J.JTH.2019.100810>

Zakiah, A. R. S. (2022). *Epistemologi tafsir audiovisual: Analisis penafsiran Ustaz Musthafa Umar pada channel youtube Kajian Tafsir Al-Ma'rifah Etheses of Maulana Malik Ibrahim State Islamic University [UIN Maulana Malik Ibrahim Malang]*. <http://etheses.uin-malang.ac.id/35019/>