

MENYINGKAP MITOS JAHILIYYAH DALAM TAFSIR DIGITAL: SIMBOLISASI *TABARRUJ* PADA Q.S *AL-AḤZĀB* AYAT 33 DALAM MEME DI MEDIA SOSIAL

Putri Ghoida' Habibillah^{1*}, Miski²

¹ UIN Maulana Malik Ibrahim Malang; e-mail@bilah.putri17@gmail.com

² UIN Maulana Malik Ibrahim Malang; e-mail@miski@uin-malang.ac.id

* Correspondence:

Received: 2023-02-06; Accepted: 2022-06-27; Published: 2022-06-30

Abstract: This study criticises the digital finding of interpreting digital verses in the frame of memes in the post-modern era. To reveal the symbols in memes, a qualitative study is employed to investigate Q.S *al-Aḥzāb* verse 33 regarding the prohibition of *tabarruj* (display of beauty) like the Jahiliya people (time of ignorance before Islam). This meme spreads massively on social media to resist against the fashion and beauty trends that are considered problematic. Moreover, trends such as beauty vloggers, make-up challenges, and styling challenges are trending topics on various social media platforms from year to year. These memes appear with various symbols illustrated by the author to strengthen the argument against an archer. For this reason, this study emphasises three main research questions related to the visualisation of the meme, and the symbolisation of Jahiliya manifested in the production of memes. In general, this study will be operationalised using a semiotic approach initiated by Roland Barthes with three typologies of meaning, namely denotative, connotative, and myth. Strictly speaking, this study uses the keywords "tabarruj," "Muslim women," and "jahiliyyah" to track down memes which are the primary sources. Beyond that, this study also relies on secondary sources that correlate with tabarruj, Jahiliya, and *al-Aḥzāb* verse 33. The result of the study shows that tabarruj prohibition memes are visualised in three typologies; meme that shows the Qur'anic verse of *al-Aḥzāb* verse 33, meme providing the law on *tabarruj*, and meme with additional information related to *tabarruj*. In addition, the symbols that spread through this meme construct the netizens mindset and it creates myth.

Keywords: *Semiotic; Jahiliyyah; Tabarruj; Digital Interpretation*

Abstrak: Kajian ini mengkritisi penafsiran digital di era postmodern untuk menemukan titik kejelasan atas interpretasi ayat yang berbentuk digital dalam bingkai meme. Untuk mengungkap simbol-simbol dalam meme, kajian kualitatif digunakan untuk menelusuri penafsiran Q.S *al-Aḥzāb* ayat 33 terkait larangan *tabarruj* seperti orang-orang jahiliyyah. Meme ini menyebar secara masif di media sosial sebagai alat penolakan terhadap fenomena tren *fashion* dan kecantikan yang dianggap bermasalah. Apalagi tren seperti *beauty vlogger*, *make up challenge*, *styling challenge* menjadi *trending topic* dalam berbagai *platform* media sosial dari tahun ke tahun. Terdapat tiga pernyataan utama terkait visualisasi meme dan simbolisasi jahiliyyah yang dituangkan dalam produksi meme. Secara umum kajian ini akan dianalisis dengan pendekatan semiotika yang digagas oleh Roland Barthes dengan tiga tipologi makna yakni denotatif, konotatif, dan mitos. Hasil dari kajian ini menunjukkan bahwa meme larangan *tabarruj* divisualisasikan dalam tiga tipologi; meme dengan redaksi Q.S *al-Aḥzāb* ayat 33 tanpa tambahan apapun, meme yang menyertakan hukum *tentang tabarruj*, dan meme *tentang tabarruj* dengan keterangan tambahan. Selain itu, simbol-simbol yang bertebaran dalam meme mengkonstruksi pola pikir warganet sehingga tercipta sebuah mitos.

Kata Kunci: *Semiotik; Jahiliyyah; Tabarruj; Tafsir Digital.*

1. Pendahuluan

Larangan untuk *tabarruj* menyebar begitu luas di media sosial Indonesia melalui berbagai varian bentuk dan meme adalah salah satunya. Sebagai media penyampaian informasi terkini meme larangan *tabarruj* hadir dengan banyak model, baik memuat gambar, ilustrasi, teks, dan lain-lain. Kata *tabarruj* juga sering kali disandingkan dengan frasa "Jahiliyyah" sebagaimana dalam Q.S *al-Aḥzāb* ayat 33 dengan menyebut *jāhiliyyatil Ūlā* setelah lafadz *tabarruj*. *Tabarruj* adalah menampilkan kecantikan dengan tujuan menyombongkan diri (Umar & Yusra, 2020). Baik gambar maupun ilustrasi yang diunggah dalam meme larangan *tabarruj* tidak jauh dengan simbol-simbol yang disandarkan pada perempuan seperti *make up*, alas kaki *high heels*, baju dengan mode trendi, dan aksesoris. Bagi suatu kelompok simbol ini hadir sebagai contoh kongkrit fenomena *jahiliyyah* kekinian yang mereka tolak karena dianggap bertentangan dengan ajaran Islam. Meme-meme yang mengandung simbol ini tidak luput menyertakan Q.S *Al-Aḥzāb* ayat 33 sebagai penunjang maksud dari visualisasinya, sehingga banyak meme yang menggarisbawahi kata *tabarruj* dan *jahiliyyah* dalam ayat tersebut untuk mempertegas maksud dan tujuan. Visualisasi yang unik, munculnya *future share* yang mudah, kecepatan akses, serta ukuran *file* yang tergolong ringan memudahkan meme larangan *tabarruj* dapat dijumpai di berbagai media sosial seperti *WhatsApp*, *Twitter*, *Facebook*, *Instagram*, *Line*, dan lain-lain (Mudin, 2019).

Namun demikian, persoalan terkait meme larangan *tabarruj* yang identik dengan *jahiliyyah* belum mendapat perhatian yang serius. Faktanya kajian-kajian yang telah dilakukan hanya fokus terhadap tiga persoalan utama. *Pertama*, kajian-kajian yang fokus pada ranah penafsiran, baik dari segi interpretasi, metode, maupun tokoh *muffasirnya*. Kajian model ini merupakan kajian mayoritas yang dilakukan oleh banyak akademisi. M. Hasbi Umar dan Abrar Yusra misalnya, melihat pergeseran norma dalam berpakaian dengan mengkaji penafsiran para ulama. Kajian ini menghasilkan konsep *tabarruj* dimaknai sebagai kesengajaan dalam menampilkan kecantikan, perhiasan, tubuh, sebagai gaya dengan rasa sombong (Umar & Yusra, 2020). *Kedua*, kajian yang berfokus pada persoalan sosiologis. Kajian semacam ini pernah dilakukan oleh Nor Nazimi Mohd Mustaffa yang berawal dari asumsi adanya perubahan perilaku masyarakat *jahiliyyah* yang dipengaruhi oleh proses *nubuwwah*. Kajian ini berakhir pada titik simpul bahwa masyarakat Arab *jahiliyyah* merubah pola hidup secara mutlak berasa pada persamaan dan keadilan (Nor Nazimi Mohd Mustaffa, 2020). *Ketiga*, kajian yang bertumpu pada aspek hukum. Tipe seperti dapat ditemukan pada kajian yang telah dilakukan oleh Mohamad Zaenal Arifin yang menyorot respon al-Qur'an terhadap hukum-hukum *jahiliyyah* dengan hasil kajian berupa dialektika yang terbagi menjadi tiga bagian yakni *taghyīr* (mengkonstruksi hukum), *tahmil* (menyempurnakan), dan *tahrim* (melarang)(Arifin, 2022). Diluar tiga tipologi tersebut kajian terkait *tabarruj*, Q.S. *Al-Aḥzāb* ayat 33, dan *jahiliyyah* hanya masih duduk pada persoalan yang fokus pada aspek matan, sanad, ideologi, psikologi dan lain-lain. Dengan ini persoalan meme larangan *tabarruj* belum disentuh sama sekali sehingga nampak bahwa kajian ini memiliki spesifikasi yang jelas.

Sampai pada titik ini, jelas kiranya bahwa kajian terkait meme larangan *tabarruj* sama sekali tidak dapat diabaikan. Setidaknya terdapat tiga alasan utama dipilihnya fenomena ini sebagai objek kajian. *Pertama*, *jahiliyyah* yang dimaksud dalam meme larangan *tabarruj* merupakan fenomena yang relatif baru dalam ranah penafsiran yang divisualisasikan, belum ada penjelasan yang komprehensif terhadap permasalahan ini. *Kedua*, diperlukan pembacaan yang kritis terkait visualisasi simbol-simbol *jahiliyyah* yang berperan sebagai suatu tafsir dari ayat al-Qur'an. *Ketiga*, dalam ruang sosial trend *fashion* dan kecantikan kini tampak dominan, sehingga tidak menutup kemungkinan bahwa meme-meme yang muncul menjadi salah satu bentuk resistensi terhadap fenomena sosial tersebut yang dinilai bermasalah. Terlebih lagi, terdapat kajian mutakhir yang menunjukkan kecenderungan tersebut dengan sebuah hasil kajian berupa meme menjadi resistensi terhadap realitas keagamaan yang diwujudkan secara tidak langsung yakni melalui simbol-simbol dan terkesan menimbulkan romantisme dalam beragama (Miski, 2021).

Dalam hal ini, setidaknya, terdapat dua hal yang menjadi fokus kajian. *Pertama*, bagaimana visualisasi *tabarruj alā jahiliyyah* dalam meme? Pertanyaan ini ditujukan untuk mengulas lebih kompleks terkait proses rekayasa konsep pemahaman melalui sebuah ilustrasi maupun gambar. *Kedua*, bagaimana simbolisasi *tabarruj alā jahiliyyah* dalam meme? Fokus terakhir ini akan mengantarkan pada makna-makna yang tersingkap dibalik sebuah simbol dengan mitos didalamnya. fakta bahwa banyak penyebaran meme yang serupa bahkan sama persis melalui akun-akun yang berbeda setidaknya dapat menjadi dasar kuat bahwa meme mendapatkan posisi dalam ruang sosial warganet. Dengan ini mitos yang berkembang juga semakin luas dan diterima begitu saja sehingga membentuk sebuah jaringan besar yang saling memperkuat satu sama lain dan berpengaruh bagi kelangsungan hidup beragama di media sosial.

Dalam melakukan penelusuran yang lebih komprehensif terkait meme larangan *tabarruj*, kajian ini diposisikan dalam katagori *library research* atau berbasis kepustakaan. Pada bagian sumber data diperoleh dua bagian penting yakni primer dan sekunder. Sumber primer berupa meme larangan *tabarruj* dalam media sosial yang telah dilacak dengan kata kunci "*tabarruj*", "*wanita muslimah*", "*etika berpakaian muslimah*", dan lain lain. Selain sumber pokok yang dianggap penting tersebut terdapat sumber lain dalam katagori sekunder yang berupa buku, artikel, jurnal, majalah dan tulisan lain yang berkaitan dengan *tabarruj* dan *jahiliyyah*. Untuk itu, pengumpulan data-data tersebut dilakukan dengan teknik dokumentasi. Teknik dimana pengkaji tidak perlu melaksanakan wawancara secara langsung tetapi menggunakan data-data berupa meme yang telah dikumpulkan. Secara operasional, untuk memahami makna dari simbol-simbol yang dituangkan dalam meme larangan *tabarruj* digunakan teori Roland Barthes yang terkemas dalam semiotika (Sri, 2006). Secara lebih lanjut akan dipaparkan terkait makna denotasi dari elemen-elemen dalam meme seperti kuas *make up*, baju trendi, *high heels*, lipstik, kaca mata, parfum, dan lain-lain. Kemudian dipaparkan lebih lanjut terkait makna-makna dari elemen-elemen tersebut ketika dikaitkan dengan larangan *tabarruj*. Pada akhirnya akan ditemukan makna mitos yang dari yang dipercayai bahwa seseorang yang telah mengenakan elemen-elemen tersebut dirinya sedang ber-*tabarruj*. Untuk itu lah kajian ini memiliki titik tekan yang penting bagi keberlangsungan hidup beragama dalam media sosial. Warganet perlu pemahaman yang lebih komprehensif dalam membaca ayat Al-Qur'an khususnya QS. *Al-Aḥzāb* ayat 33 agar tidak mudah menjatuhkan orang lain dengan senjata kata "*jahiliyyah*".

2. Meme *Tabarruj* dan Simbolisasi *Jahiliyyah* dalam Penafsiran Digital

Secara umum tafsir digital merupakan produk dari transformasi bentuk penafsiran yang sebelumnya berupa *hardfile* kini menjadi *soft file* sehingga tidak diperlukan proses pencetakan untuk menggunakannya. Tafsir model ini pada dasarnya menjadikan komputer dan telepon pintar sebagai wadah pengembangannya (Mubarok & Muhammad Fanji Romadhoni, 2021). Adapun karakteristik yang dimiliki oleh tafsir digital cenderung pada dua hal yang dianggap memiliki urgensi yakni interaktif dan digital itu sendiri. Menyoal digital tentu tidak dapat dipisahkan dengan sifat *online* yang menyertainya. Kalaupun bentuk sebuah tafsir adalah aplikasi dan dapat dinikmati tanpa menggunakan jaringan internet, saat pengunduhan juga tetap menggunakan jaringan. Sehingga peran internet dalam dunia tafsir digital sama sekali tidak bisa lepas. Karakter lain yang tidak bisa lepas dari tafsir digital adalah interaktif, hal ini dikarenakan masyarakat pengguna internet merupakan manusia yang sudah terdoktrin untuk hidup secara bebas sehingga dibutuhkan komunikasi dua arah yang dapat menghubungkan satu dengan lainnya. Dengan demikian, adanya tafsir digital membawa perubahan yang dapat menyentuh siapapun dan dimanapun, sehingga penyebarannya bersifat aktif dan dinamis sesuai dengan perkembangan teknologi yang ada.

Perkembangan tafsir digital yang pesat ini menjadikan dirinya semakin beragam. Dari aplikasi ponsel sendiri sudah mencakup dua sistem perangkat lunak besar seperti android dan IOS. Sejak 2010 sistem operasional yang digunakan banyak orang dini meluncurkan aplikasi-aplikasi yang bernuansa tafsir melalui *Google Play*. Cukup dengan kata kunci "*tafseer*" 225 aplikasi sudah tersedia dan dapat diunduh. Namun, pada sistem perangkat IOS dengan kata kunci yang sama menghasilkan 10 aplikasi saja (Hidayat, 2022). Di samping itu masyarakat masih bisa mengakses dalam bentuk web

atau situs penyedia tafsir jika tidak ingin menunduh aplikasi. Beberapa karya yang kebanyakan dimuat dalam Web ini meliputi Tafsir *al-Qurṭubī*, Tafsir *jalālain*, Tafsir *Al-Ṭabarī*, dan Tafsir *Ibn Kathīr* (Rifai, 2020). Di luar ponsel tafsir al-Qur'an juga menjadi topik menarik untuk dikembangkan pada komputer. Di antara aplikasi yang diluncurkan dengan basis sistem perangkat komputer yakni *Tafsir Ibn Katsir Indonesia*, *Maktabah Syamilah*, *MyQuran*, *Quran for Wondows 10* dan lain sebagainya (Yani et al., 2021). Tafsir digital yang tidak kalah populer yang banyak diperbincangkan adalah tafsir berbasis media sosial, baik berbentuk teks, visual, audio, maupun audiovisual.

Dinamika penafsiran dalam media sosial tidak luput dari bentuk teks, konten utama yang berbasis teks ini mendominasi bentuk tafsir al-Qur'an yang bertebaran. Kemudahan *selectable* menjadikan konten berbasis teks ini diincar banyak orang karena tidak perlu memberikan usaha tambahan untuk menyalinnya sehingga mengurangi potensi *error*. Biasanya tafsir ini diwujudkan dalam format PDF, *elektronik publication* (epub), dan Ebook (Hidayat, 2022). Di samping itu perkembangan tafsir berbentuk audio juga mulai digandrungi oleh para pengguna sosial media. Tafsir dengan format MP3 ini banyak diperdengarkan di *platform Spotify*, *Radiobox*, dan beberapa aplikasi basis audio lainnya (Nafisah & Trijayanti, 2021). Di era serba digital ini komposisi yang memadukan audio dan visual juga memiliki daya tarik tersendiri. *Youtube* yang menjadi media transmisi tafsir nyatanya dapat mengangkat beberapa nama *channel* yang giat untuk menyuarakan tafsir di antaranya *Gus Mus Channel* yang membahas Tafsir *Jalālain* dan Tafsir *Ibris*, Rekaman Ngaji KH. Ahmad Bahauddin Nursalim yang mengkaji Tafsir *Ṭabarī*, dan *channel* lain bersama pemuka agama seperti Ustadz Adi Hidayat, Ustadz Khalid Basalamah, dan Ustadz Firanda Andirja. Di luar itu masih banyak *channel* yang serupa (Moh. Azwar Hairul, 2020). Sampai pada poin ini tafsir digital masih memiliki satu bentuk visual. Meme misalnya, model penafsiran ini sering kali diekspresikan melalui bentuk gambar sehingga memerlukan pembacaan kritis untuk memahaminya.

Adapun meme berakar dari bahasa Yunani *mimema* dengan makna sesuatu yang ditiru. Meme memang sering digunakan sebagai medium untuk menyebarkan ide yang dituangkan dalam bentuk gambar, tulisan, dll. Meme sendiri merupakan produk budaya yang petumbuhannya semakin hari semakin pesat di jagat media soaial (Widiastuti et al., 2020). Meme juga menyimpan gagasan, teori, suasana hati, kebiasaan, dan penerapan. Tidak jarang meme mengalami replikasi dengan sendirinya sehingga mempercepat proses penyebaran dan kemudian semakin berkembang akibat adanya imitasi, komentar, ataupun parodi (Listiyorini, 2017). Produksi meme berdasar pada fenomena yang sedang hangat dibicarakan, karena hal inilah meme cukup digandrungi sehingga mendapat banyak perhatian dari pengguna media sosial. Sering berjalannya waktu, meme tidak hanya berfungsi sebagai hiburan dan candaan semata. Kini meme juga dapat memuat kritikan baik suara terkait politik, agama, sosial, dan lain-lain (Allifiansyah, 2017). Pada akhirnya meme dapat disimpulkan sebagai medium yang memuat informasi yang ditampilkan melalui visualisasi.

Sedangkan *tabarruj* diambil dari Q.S *al-Aḥzāb* ayat 33 yang bermakna tampak atau meninggi secara bahasa (Sulastrı et al., 2020). Istilah ini memang identik dengan perempuan karena *tabarruj* sendiri merupakan perilaku berhias secara berlebihan. Lebih luas lagi, *tabarruj* juga dimaknai sebagai perilaku yang suka memamerkan bagian-bagian tubuh sehingga dapat menjadikan orang lain tertarik kepadanya (Umar & Yusra, 2020). Menurut *al-Maudūdī* yang dikutip oleh Nozira Salleh *tabarruj* memiliki tiga pengertian. *Pertama*, ketika seorang perempuan menampakkan kecantikan wajah serta tubuhnya dengan maksud untuk mengundang nafsu laki-laki bukan mahram. *Kedua*, adakalanya ketika perempuan sedang berjalan namun disertai rasa sombong. *Ketiga*, perempuan yang menunjukkan kecantikan perhiasan dan pakaian kepada lelaki yang bukan mahramnya (Nozira Salleh, 2021). *Tabarruj* dinilai sebagai perilaku keluar dari idealitas perempuan yang seharusnya menutup aurat dengan sempurna dan sewajarnya. Hal ini juga memicu banyak pendapat yang menyebut bahwa bersolek bagi seorang perempuan juga termasuk *tabarruj*(Sulastrı et al., 2020).

Secara bahasa *jahiliyyah* berasal dari kata *jahala* yang berarti bodoh, tidak tahu, dan pandir (Suharjianto & Maghfiroh, 2022). *Jahiliyyah* dapat dimaknai sebgaaı masa yang dialami bangsa Arab disaat Islam belum datang, namun frasa "*jahiliyyah*" sendiri memang muncul setelah agama Islam datang. Pengertian ini merujuk pada kondisi masyarakat pada masa itu yang memiliki kepercayaan

pagan, syirik, dan masih tergolong primitif. Bukan berarti masyarakat pada saat itu bodoh akan ilmu pengetahuan, melainkan ketidaktahuannya terhadap moral dan tuntunan agama (Qutb, 1992). Di luar pendapat tersebut, Imanuna dan Sapil mendiskripsikan *jahiliyyah* tidak hanya terikat oleh ruang dan waktu. Menurut mereka *jahiliyyah* merupakan suatu kondisi atau keadaan spiritual yang menolak hukum Allah sehingga tidak mau menerima hidayah yang datang. Lebih luas lagi, *jahiliyyah* diartikan sebagai pandangan atau prespektif yang salah, seperti; cinta dunia, munafik, sombong, mengikuti tradisi yang buruk, fanatik, dan berlebih-lebihan. Pengguna media sosial dalam hal ini produsen meme larangan *tabarruj* hidup dalam ruang yang penuh dengan interaksi. Melalui komentar, *likes*, dan fitur lainnya menunjukkan bahwa akun-akun yang memproduksi meme larangan *tabarruj* sedikit banyak dipengaruhi oleh nilai-nilai dimana dia tumbuh. Selain itu jumlah reproduksi meme yang sama juga mempertegas catatan bahwa meme larangan *tabarruj* dalam faktanya mendapat validasi dari masyarakat digital hingga membentuk sebuah relasi yang dominan dalam ekosistem digital tersebut. Menyebut *jahiliyyah* meme larangan *tabarruj* merealisasikannya dengan memasang symbol-simbol tertentu seperti baju panjang sebagai ideatitas berpakaian, alat-alat *make up*, *high heels*, bedak, perhiasan dan lain lain baik berupa gambar ataupun ilustrasi.

3. Visualisasi Meme Larangan *Tabarruj* ala *Jahiliyyah*

Walaupun kemunculan pertama meme terkait *tabarruj* dengan simbol-simbol *jahiliyya* belum dapat dikonfirmasi secara pasti namun masifnya meme ini dapat dipastikan menduduki ruang media sosial secara luas dengan bentuk visual. Luasnya cakupan meme larangan *tabarruj* beriringan dengan ragam visualisasi terkait *tabarruj* yang peroleh dari Q.S al-Ahẓāb ayat 33. Setidaknya terdapat tiga tipologi utama bagaimana *tabarruj* divisualisasikan dalam meme. *Pertama*, meme yang memuat keterangan hukum. Hukum ini diperoleh atas interpretasi pembuatnya terhadap Q.S al-Ahẓāb ayat 33. Gambar satu (1)(Siregar & Fitriani, 2019), misalnya, melalui judul meme dengan warna warna mencolok pembuatnya hendak menegaskan bahwa *tabarruj* memiliki hukum haram sebagaimana redaksinya “Tabrruj Ala Jahiliyyah Haram”. Sedangkan gambar kedua (2)(@jenisiregar_, 2019) juga tidak jauh beda, namun pada gambar ini dimuat interpretasi dari *tabrruj* yakni sepatu dengan hak tinggi. Pembuatnya bermaksud jika *tabarruj* haram dengan mangatakan “it’s haram”. Guna meyakinkan pembacanya, pembuat meme-meme ini tidak lupa menyertakan terjemahan dari Q.S al-Ahẓāb ayat 33 sebagai dasar atas larangan yang dituliskan dengan hukum haram tersebut.



Gambar 1.



Gambar 2.

Kedua, meme yang memuat kalimat deskriptif, imperatif, dan persuasif terkait *tabarruj*. Meme model ini berinteraksi dengan pembacanya melalui kalimat yang komunikatif seakan berbicara satu arah. Kalimat seperti pada gambar 3 “Jangan *Tabarruj*”, “Janganlah Kamu Berhias dan Bertingkah Laku Seperti Orang-Orang Jahiliyyah” (gambar 4) menggerakkan pembaca untuk berhenti atas fenomena *tabarruj* yang dianggap sudah berjalan dan bermasalah sehingga penting untuk tidak dilakukan kembali. Beberapa meme model ini juga menyertakan keterangan terkait Putri Ghoida’ Habibillah & Miski / Menyingkap Mitos Jahiliyyah Dalam Tafsir Digital: Simbolisasi *Tabarruj* pada Q.S al-Ahẓāb ayat 33 dalam Meme di Media Sosial

pengertian *tabarruj* secara singkat seperti “*Tabarruj* adalah keluar rumah dengan sengaja untuk menampakkan kecantikan dirinya” (@arab_oriental, 2021), “keluar rumah dengan bersolek dan semerbak harum....” . Walalupun kalimat-kalimat tersebut tidak mengakomodir penjelasan *tabarruj* secara komprehensif, setidaknya pembuat meme tersebut ingin memberi penjelasan bagi masyarakat awam terkait apa itu *tabarruj* yang dimaksud dalam terjemahan Q.S *Al-Ahzab* ayat 33 yang telah disebut sebelumnya. Terkait penjelasan ini pembuat meme mengutip dari sesuatu pendapat atau *website* dengan mencantumkan pada meme seperti cuplikan Tafsir *al-Karim al-Rahmah* karya Syaikh Al-Sa’adi. Namun demikian meme varian ini banyak yang meninggalkan sumber pendapat dengan hanya menulis keterangan yang ditulis oleh pembuatnya meme.

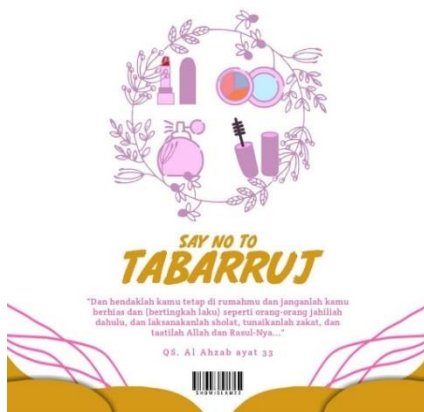


Gambar 3



Gambar 4

Ketiga, meme yang memuat Q.S *al-Ahzab* ayat 33 tanpa ada redaksi tambahan. Secara simpel meme model ini cukup menyertakan Q.S *al-Ahzab* ayat 33 atau hanya sekedar terjemahannya saja. Dalam penggambarannya meme model ini sering kali hanya menyebutkan judul singkat “*tabarruj*” atau kata lain yang merujuk padanya yang menandakan bahwa meme yang diunggah sedang berusaha menyampaikan isi dari Q.S *al-Ahzab* ayat 33 yang berbicara terkait *tabarruj*. Di luar itu meme juga memuat gambar atau ilustrasi terkait *tabarruj* yang turut menjadi penjelas, menggarisbawahi maksud diciptakannya meme untuk menginterpretasi kata *tabarruj* di dalam ayat 33 surat *al-Ahzab* tersebut. Pada gambar ke lima (5) (@showislam22, 2020) dan keenam (6) (@dakwahindah.id, 2019) misalnya, kedua meme ini tidak memuat redaksi penjelas sama sekali. Hal menonjol yang menunjukkan bahwa meme ini sedang membicarakan *tabarruj* tampak pada ilustrasi dengan proporsi besar seperti berhias dan alat untuk berhias. Meme keenam (6) lebih tersurat dengan munculnya tajuk “*tabarruj*” sebagai interpretasi ayat yang disertakan di bawahnya.



Gambar 5



Gambar 6

Meme-meme yang telah disebutkan di gambar 1-6 hanya sebagian kecil dari banyaknya meme yang diunggah dalam media sosial dengan muatan konten yang sama. Hal terpenting yang dapat dipastikan bahwa meme yang telah disebutkan dapat mewakili meme-meme lain yang hanya berupa aplikasi dan imitasi. Mengapa demikian? Tidak jarang meme yang tersebar mengalami daur ulang *design* atau penataan, namun secara redaksi dan isi konten sama. Nyatanya banyak ditemukan meme yang memiliki tajuk seragam seperti “*don't be tabarruj*”, “*stop tabarruj*”, “*tabarruj ala jahiliyah haram*”. Meme yang senada juga tidak luput untuk menyertakan Q.S *al-Ahẓāb* ayat 33 dimana kata *tabarruj* eksis di dalamnya. Ayat ini menjadi dasar diproduksi meme larangan *tabarruj* sehingga tidak ada meme yang luput darinya. Selain itu meme diluar yang sudah disebut juga mengandung pesan yang hampir sama yakni larangan *tabarruj*. Bahkan tidak jarang meme larangan *tabarruj* mengalami reproduksi, meme serupa diunggah berkali-kali oleh pengguna yang berbeda sehingga penyebaran meme larangan *tabarruj* semakin luas jangkauannya.

4. Simbolisasi Meme Larangan *Tabarruj ala Jahiliyyah*

Produksi meme larangan *tabarruj* tidak lepas dari prosesnya yang memuat simbol-simbol yang dianggap *jahiliyya*. Simbol-simbol tersebut dapat berupa lipstik, *make up*, baju trendi, sepatu hak tinggi, aksesoris, kaca mata, dan lain-lain. Dalam semiotika Roland Barthes yang lahir atas perkembangan dari teori Ferdinand De Saussure (Wahjuwibowo, 2018), benda-benda yang telah disebutkan diposisikan sebagai *signifier (I)* atau penanda (I). Penanda tersebut memiliki *signified (I)* atau petanda (I). Petanda yang dimaksud sebagai contoh adalah lipstik, alat yang memiliki ragam warna untuk melembapkan bibir, memberikan warna, dan menghaluskan garis pada lipatan bibir (Belali, 2017). Selain itu, yang sering kali muncul adalah sepatu hak tinggi atau *high heels*, dalam tataran *signified high heels* merupakan salah satu jenis alas kaki yang berguna untuk melindungi kaki. Adapun tambahan hak berfungsi untuk membantu orang yang tinggi badannya dirasa kurang ketika memakai baju panjang (Yaonatha et al., 2013). Keterkaitan antara *signifier (I)* dengan *signified (I)* ini membentuk sebuah *sign (I)* atau tanda (I) yang memuat makna denotatif. Dengan demikian benda-benda lain yang disimbolkan dalam meme larangan *tabarruj ala jahiliyyah*, hanya sekedar benda dengan fungsi masing-masing tanpa ada kecenderungan apapun termasuk *jahiliyya*.

Namun, jika *sign (I)* yang juga berposisi sebagai *signifier (II)* dikorelasikan dengan Q.S *al-Ahẓāb* ayat 33 sebagai *signified (II)* yang melahirkan makna konotatif. Makna konotatif dalam meme larangan *tabarruj* adalah alat yang digunakan untuk mempercantik diri dan menghias diri secara berlebih. Lipstik, *make up*, baju trendi, sepatu hak tinggi, aksesoris dan kaca mata dimaknai sebagai simbol untuk mempercantik diri yang diidentikkan dengan perempuan sedang bertabarruj. Tidak heran jika sering muncul kalimat patriarkis dalam meme larangan *tabarruj* seperti “*ukty...*” dan “*sudariku...*”. Hal yang nampak kental dari meme larangan *tabarruj* adalah pemulihan warna yang cenderung pastel, kuning, merah muda, dan biru muda. Warna-warna ini seakan menyandarkan kesan bahwa meme-meme ini memang ditujukan hanya untuk perempuan. Ditambah lagi ilustrasi yang digunakan juga sering menggambarkan perempuan sebagai objeknya. Dari simbol-simbol ini jelas kiranya bahwa meme larangan *tabarruj* bersifat patriarkis. Pesan yang hendak disampaikan hanya ditujukan terhadap perempuan dengan berbagai retorika dan pengolahan kata. Hal ini juga menguatkan pendapat Setiawan dkk yang menyatakan bahwa media sosial juga tidak lepas dari patriarki yang ada di dalamnya (Setiawan et al., 2020).

Tidak berhenti di sana, masih mengacu pada konsep Roland Barthes yang populer dengan mitologinya (Wahjuwibowo, 2018), meme larangan *tabarruj* ini juga mengkonstruksi pola pikir dalam media sosial yang berposisi sebagai *sign (II)* atau tanda (II). Melalui proses yang disebutkan di atas muncullah persepsi bahwa perempuan yang menggunakan lipstik, *make up*, baju trendi, sepatu hak tinggi, aksesoris dan kaca mata merupakan tindakan *jahiliyya*. Pada poin ini jelas kiranya proses simbolisasi *jahiliyya* sedang berlangsung. Benda-benda tersebut terpatritasi dalam pola pikir pengguna media sosial sebagai tanda *jahiliyyah*. Fakta bahwa benda-benda tersebut hanyalah alat biasa terdistorsi oleh meme larangan *tabarruj* yang beredar. Meme-meme ini juga mentransformasikan bahwa identitas perempuan yang tidak *jahiliyya* adalah perempuan yang menghindari lipstik, *make-*

up, baju trendi, sepatu hak tinggi, aksesoris dan kaca mata. Meme larangan *tabarruj* melalui simbol *jahiliyyah* juga memaksa pengguna media social untuk mengikuti idealitas sebuah ideologi yang dominan.

5. Kesimpulan

Secara keseluruhan meme larangan *tabarruj* ala *jahiliyya* divisualisasikan dalam tiga poin utama yakni meme yang memuat hukum, memuat keterangan tambahan, dan meme yang hanya memuat redaksi Q.S *al-Ahẓāb* ayat 33. Meme-meme ini menjadi bentuk baru penafsiran yang berbeda dengan model konvensional. Kemudian dalam menjelaskan bagaimana penafsiran Q.S *al-Ahẓāb* ayat 33, produsen meme ini menuangkan pemikirannya melalui simbol-simbol yang dianggap *jahiliyya* seperti *make up*, perhiasan, baju trendi dan lain sebagainya, baik berupa gambar maupun ilustrasi grafis. Dalam membaca simbol tersebut terdapat tiga makna dalam pembacaannya. *Pertama*, terkait makna dasar, yang disebut Barthes sebagai makna denotatif. Dalam meme simbol-simbol tersebut hanyalah alat penunjang dengan fungsi masing-masing tanpa adanya tujuan tertentu, seperti lipstik yang digunakan untuk melembabkan bibir. *Kedua*, makna konotatif, makna yang didapat dengan mengaitkan simbol-simbol tersebut dengan *tabarruj*. Melalui makna ini *make up*, perhiasan, baju trendi dan lain sebagainya dianggap sebagai alat untuk ber-*tabarruj*. Sedangkan makna yang berkembang dalam media sosial, para pembuat meme memproyeksikan simbol-simbol tersebut dengan mengkonstruksi persepsi warganet bahwa siapa saja yang mengenakan barang tersebut termasuk golongan orang *jahiliyyah* yang sedang bertabarruj. Makna ini lah yang tumbuh berkembang dan diterima begitu saja sehingga menciptakan sebuah mitos dalam jejaring media sosial.

Referensi

- @arab_oriental. (2021). *Jangan Tabarruj*. 2Instagram. https://www.instagram.com/p/B6McEirHG2_/
- @dakwahindah.id. (2019). *Apa Itu Tabarruj*. Instagram.
- @jenisiregar_. (2019). *Hukum Memakai High Heel*. Instagram. <https://www.instagram.com/p/BukRfAAAUQD/>
- @showislam22. (2020). *Say No to Tabarruj*. Instagram. https://www.instagram.com/p/CB0H8bThOg_/
- Allifiansyah, S. (2017). Kaum Muda, Meme, dan Demokrasi Digital di Indonesia. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 13(2), 151–164. <https://doi.org/10.24002/jik.v13i2.676>
- Arifin, M. Z. (2022). Dialektika Al-Qur' An Dengan Konteks Masyarakat Arab Jahiliyah Mohamad Zaenal Arifin Pendahuluan dalam sejarah , masyarakat Arab jahiliyah dikenal memiliki watak dan karakter yang keras , memegang teguh ajaran nenek moyang , dan ikatan kesukuan yang kua. *Al-Fikrah*, 2(2), 139–153. <https://stai-binamadani.e-journal.id/Alfikrah>
- Belali, N. (2017). Mekanisme Lipstik dalam Mewarnai dan Melembabkan Bibir. *Farmasetika.Com (Online)*, 2(2), 9. <https://doi.org/10.24198/farmasetika.v2i2.15887>
- Hidayat, S. (2022). Ragam, Problematika dan Masa Depan Tafsir Al-Qur'an Digital Syarif. *ŚALIHĀ*, 5(1), 115–129.
- Listiyorini, A. (2017). Wacana Humor Dalam Meme Di Media Online Sebagai Potret Kehidupan Sebagian Masyarakat Indonesia Ari. *Litera*, 16(1), 64–77.
- Miski. (2021). Amplifikasi Ajaran Islam Dalam Meme Hadis Larangan Perempuan Berpergian tanpa Mahram Di Media Sosial Indonesi. *Studi Ilmu-Ilmu Al-Qur'an Dan Hadist*, 22(1), 231–254.
- Moh. Azwar Hairul. (2020). Tafsir Al-Qur'an di Youtube. *Jurnal Al-Fanar*, 2(2), 197–213. <https://doi.org/10.33511/alfanar.v2n2.197-213>
- Mubarok, M. F., & Muhammad Fanji Romadhoni. (2021). Digitalisasi al-Qur'an dan Tafsir Media Sosial Indonesia. *Jurnal Iman Dan Spriritualitas*, 1(1), 110–114.
- Mudin, M. (2019). *Islam Virtual* (N. Afifah (ed.)). CV. Bildung Nusantara.
- Nafisah, M., & Trijayanti, N. A. (2021). Indonesia Guidelight Project dan Tafsir Audiovisual: Tinjauan atas Metodologi Tafsir dan Kontribusinya di Masa Pandemi. *Jurnal Al-Fanar*, 4(2), 135–156. <https://doi.org/10.33511/alfanar.v4n2.135-156>
- Nor Nazimi Mohd Mustaffa. (2020). Perubahan Tingkah Laku Masyarakat Arab Jahiliyyah Kepada Tingkah Laku Beragama. *Jurnal Pengajian Islam*, 13(1), 16–25.
- Nozira Salleh. (2021). *Tabarruj* dan Fesyen Pakaian Muslimah pada Zaman Kini *Tabarruj and Muslimah's Clothing Fashion at this Present*. *Akademika*, 91(1), 109–118. <https://doi.org/10.17576/akad-2021-9101-09>
- Qutb, M. (1992). *Jahiliyah Abad Dua Puluh, Terj. Mohammad Thohir dan Abu Laila*. Bandung: Mizan.
- Rifai, A. (2020). Tafsirweb: Digitalization of Qur'anic Interpretation and Democratization of Religious Sources in *Putri Ghoida' Habibillah & Miski / Menyingkap Mitos Jahiliyyah Dalam Tafsir Digital: Simbolisasi Tabarruj pada Q.S al-Ahẓāb ayat 33 dalam Meme di Media Sosial*

- Indonesia. *Jurnal At-Tibyan: Jurnal Ilmu Alqur'an Dan Tafsir*, 5(2), 152–170. <https://doi.org/10.32505/at-tibyan.v5i2.1640>
- Setiawan, H., Aziz, A., & Kurniadi, D. (2020). Ideologi Patriarki Dalam Film (Semiotika John Fiske Pada Interaksi Ayah Dan Anak Dalam Film Chef). *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 6(02), 251–262. <https://doi.org/10.33633/andharupa.v6i02.3502>
- Siregar, M. N., & Fitriani, F. (2019). Problematika Terjemah Menurut Al-Jahiz. *IJAS: Indonesian Journal of Arabic Studies*, 1(2), 16. <https://doi.org/10.24235/ijas.v1i2.4880>
- Sri, I. (2006). Roland Barthes Dan Mithologi. *Imajinasi-Jurnal Seni*, 2(2).
- Suharjianto, S., & Maghfiroh, R. A. (2022). Jahiliyyah Dalam Penafsiran Ibnu Kasir. *QiST: Journal of Quran and Tafseer Studies*, 1(1), 11–29. <https://doi.org/10.23917/qist.v1i1.522>
- Sulastri, W., Muhajirin, & Nadhiran, H. (2020). *Tabarruj* Dalam Persepektif Hadis: Studi Pemahaman Mahasiswi Uin Raden Fatah Palembang. *EL-SUNNAH*, 1(1), 67–81.
- Umar, M. H., & Yusra, A. (2020). Perspektif Islam Tentang *Tabarruj* Dalam Penafsiran Para Ulama. *LITERASIOLOGI*, 4(1), 74–88. <https://pesquisa.bvsalud.org/portal/resource/en/mdl-20203177951%0Ahttp://dx.doi.org/10.1038/s41562-020-0887-9%0Ahttp://dx.doi.org/10.1038/s41562-020-0884-z%0Ahttps://doi.org/10.1080/13669877.2020.1758193%0Ahttp://serisc.org/journals/index.php/IJAST/article>
- Wahjuwibowo, I. S. (2018). Semiotika Komunikasi: Aplikasi Praktis Bagi Penelitian Dan Skripsi Komunikasi Edisi 3. In *Mitra Wacana Media* (2nd ed.). Mitra Wacana Media.
- Widiastuti, A., Ismail, M. R., & Iswanto, A. Z. (2020). Analisis Semiotika Meme ' Profesi Yang Tidak Dapat Work From Home ' Selama Pandemi Covid -19. *Jurnal Semiotika*, 14(1), 1–7.
- Yani, A., Putra, H., Andika, A., Nisa, M. K., & Yunus, E. M. (2021). Studi Perbandingan Fitur-Fitur Aplikasi Al-Qur'an Digital Karya Greentech Apps Foundation dan Aplikasi Al-Qur'an Muslim Media untuk Mengetahui Perbedaan Kedua Fitur aplikasi. *Jurnal Riset Agama*, 1(3), 132–156. <https://doi.org/10.15575/jra.v1i3.15089>
- Yaonatha, N. I., Adib, A., & S, A. W. (2013). Perancangan Komunikasi Visual Rebranding Sepatu High Heels Merk D-Vincci. *Jurnal DKV Adiwarna, Universitas Kristen Petra*, 1(2), 1–10. <http://studentjournal.petra.ac.id/index.php/dkv/article/view/612/539>