

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Pada masa ini, transformasi ilmu tafsir tidak hanya terjadi pada perkembangan karakteristiknya, tetapi juga pada pola interaksi umat Islam dengan Al-Qur'an itu sendiri. Kini kajian keagamaan tidak lagi terbatas pada ruang fisik seperti masjid dan majelis *ta'lim*, melainkan berkembang dan beralih ke ruang digital seperti ponsel dan media sosial. Proses ini melahirkan fenomena tafsir digital, yang memungkinkan teks suci dapat diakses, dipelajari, dan diinterpretasikan melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, YouTube, Twitter, hingga WhatsApp. Pergeseran ini sekaligus mengubah bentuk penyampaian dari tradisi majelis dan tulisan klasik menuju format digital yang lebih ringkas dan visual seperti video pendek, animasi, meme, maupun *audiobook* interaktif.

Fenomena tersebut dapat dilihat melalui hadirnya aplikasi berbasis Al-Qur'an seperti Aplikasi Quran Majeed dan platform buatan Luthfi Fathullah yang mengintegrasikan pustaka klasik dan *database* sanad keilmuan yang dengan mudah diunduh melalui aplikasi Play Store. Selain itu terdapat pula kajian-kajian tafsir *online* yang disebarluaskan oleh para ulama Indonesia seperti Quraish Shihab dan Musthafa Umar, serta akun-akun Instagram yang dikhususkan mengkaji tafsir seperti @tafsirquran.id, @quranreview, @ibih.tafsir. Tafsir yang tersebar di media digital ini memungkinkan adanya interaksi audiens dan penafsir secara *real-time*, baik melalui video *streaming*, *podcast*, dan fitur komentar. Hal ini menciptakan fenomena agama *online* (*online religion*) yang memungkinkan informasi agama didiskusikan bersama dalam komunitas daring (Istiqomah et al., 2025, hal. 41–50).

Konsep tafsir digital ini kemudian melibatkan penafsiran yang memanfaatkan algoritma, metadata, dan antarmuka interaktif dalam penyusunan narasinya. Hal ini melahirkan kebebasan dalam proses penyampaian tafsir di media sosial sehingga membuka peluang bagi munculnya fenomena “ustazd mikro” yang sering kali memadukan konten tafsirnya dengan strategi pemasaran konten (Istiqomah et al., 2025, hal. 45). Implikasinya, ruang digital perlahan menggeser otoritas keagamaan

tradisional menuju individualisme, di mana pemahaman terhadap sumber-sumber klasik kini lebih bergantung pada pembacaan subjektif pembacanya (Hegazy & Abdelgalil, 2025, hal. 174).

Pada titik ini, tantangan epistemologi mulai tampak karena penyebaran makna yang semakin cepat tidak selalu diiringi dengan kontrol otoritas, kompetensi, serta sanad keilmuan yang valid. Akibatnya narasi keagamaan di media sosial pun rentan mengalami penyederhanaan makna, bahkan tidak jarang terdistorsi oleh kepentingan popularitas dan komersialisasi sehingga berpotensi memunculkan fitnah, kesalahpahaman, dan polarisasi di tengah umat. Johanna Pink menyoroti kondisi ini sebagai pergeseran tafsir yang sebelumnya merupakan domain eksklusif institusi ulama klasik menuju ruang publik yang lebih egaliter seperti internet, media sosial, dan teknologi digital (Istiqomah et al., 2025, hal. 46). Pergeseran otoritas ini sejalan dengan apa yang dikemukakan Tom Nichols dalam *The Death of Expertise*, bahwa masyarakat kini tengah mengalami ilusi kesetaraan informasi, yakni anggapan bahwa semua pendapat memiliki bobot yang sama, sehingga kepercayaan publik lebih mudah berpindah kepada “fakta populer” di Google atau YouTube dibandingkan hasil penelitian ilmiah atau kajian mendalam sesungguhnya (Nichols, 2017, hal. 15).

Haifaa Younis merupakan salah satu ulama perempuan yang menyebarkan dakwah dan tafsirnya di media digital. Beliau merupakan aktivis Muslimah yang berkiprah di Amerika Serikat dan aktif menyebarkan kajiannya melalui kanal YouTube Jannah Institute. Sebagai seorang aktivis Muslimah, beliau berperan penting dalam upaya memulihkan citra positif Islam dan perempuan di kancah global melalui media digital. Beliau memulai pendidikan agama dengan belajar kepada beberapa ulama Islam di seluruh Amerika Serikat, kemudian mendalami agama di Institut Studi Islam Mekkah dan menyelesaikan hafalan Al-Qur'an dan menerima ijazah tahfizh di Sekolah Penghafal Qur'an Al-Huda di kota yang sama. Selain latar belakang keagamaan, beliau juga memiliki latar belakang profesi medis sebagai anggota dokter spesialis kandungan di American College of Obstetricians and Gynecologists (ACOG).

Dalam aktivitas dakwah dan kajiannya, beliau menerapkan pendekatan *bilingual* (bahasa Inggris dan Arab) secara bergantian dengan fokus utama pada ilmu *tazkiyah al-nafs* (penyucian jiwa). Pembahasannya memadukan esensi batin dan manifestasi lahiriah dalam praktik keislaman, khususnya melalui kajian tafsir tematik ayat-ayat Al-Qur'an yang dikontekstualisasikan dengan kehidupan sehari-hari.

Melalui Jannah Institute yang digagasnya pada tahun 2013 di Saint Louis, Missouri, Amerika Serikat, beliau memberikan akses pendidikan Islam berkualitas dan relevan yang didedikasikan khusus bagi perempuan di seluruh dunia. Hal ini dapat terlihat dari beberapa konten-konten beliau di YouTube yang bertemakan perempuan seperti *playlist Fiqh for Muslim Women, Faith and Feminism, The Women of Paradise*, dan *Remedies from Qur'an and Sunnah: Domestic Abuse Program* (Institute, 2025). Jannah Institute sendiri, sebagai lembaga yang berada di bawah naungannya telah menjalankan beberapa program pembelajaran khusus bagi perempuan dalam bentuk daring (*online*) dan luring (*offline*), seperti *2-Year Regular Program, The Seeker's Journey Program, Islamic Studies Program, Youth Classes Program*, dan berbagai program pembelajaran lainnya. Hingga saat ini guru dan pelajar yang tergabung dalam Jannah Institute berasal dari berbagai kawasan seperti Amerika Serikat, Asia, Eropa, dan Timur Tengah (Aswar et al., 2024, hal. 97–99).

Beliau aktif berdakwah dengan mengajar seminar di berbagai tempat sekaligus memberikan kuliah *online* yang dapat diakses di berbagai platform media sosial Jannah Institute, seperti YouTube, TikTok, Instagram, Twitter (sekarang X), dan Facebook (Aswar, dkk., 2024). Terhitung pada 18 November 2025, jumlah pengikut Haifaa Younis serta lembaga Jannah Institute di YouTube mencapai 873 ribu (Institute, 2025), TikTok mencapai 767,9 ribu (Younis, 2025), akun Jannah Institute mencapai 170 ribu (Institute, 2025), sedangkan akun pribadi Haifaa Younis mencapai 2,3 juta (Younis, 2025), X mencapai 171 ribu (Younis, 2025), dan Facebook mencapai 58 ribu (Institute, 2025). Data dari kanal YouTube Jannah Institute menunjukkan video populer dengan jumlah tayangan terbanyak yaitu 3,3 juta tayangan dengan judul *How to Be The Best Women? Womanhood Reimagined* (Younis, 2022). Selanjutnya, video berjudul *Khadījah bint Khuwailid (r.a.)*

memperoleh 1 juta tayangan (Institute, 2023b), sedangkan video Fāṭimah bint Muḥammad (r.a.) berada pada urutan ketiga dengan 868 ribu tayangan (Younis, 2023). Dalam *playlist* bertema tafsir, *Surah Al-Kahf part 1* mendapatkan tayangan terbanyak mencapai 87 ribu (Younis, 2024a). Hal ini menunjukkan sejauh mana pengaruh dakwah Haifaa Younis di media digital.

Kekhasan studi tokoh Haifaa Younis terletak pada posisinya sebagai ulama perempuan kontemporer yang menyajikan tafsir Al-Qur'an melalui pendekatan spiritual dan aplikatif. Selain itu, latar belakangnya sebagai aktivis Muslimah di Amerika Serikat memberikan perspektif tersendiri, yang membawa asumsi peneliti bahwa penafsirannya membawa bentuk tafsir yang kaya dan relevan, terutama dalam menghadapi dinamika kehidupan muslim dalam aspek spiritual.

Penelitian ini menempatkan fenomena tafsir/dakwah Qur'ani di YouTube sebagai realitas *das sein* (yang sedang berlangsung) dan membandingkannya dengan harapan ideal *das sollen* (bagaimana tafsir semestinya dilakukan menurut standar akademik dan etika keilmuan). Perbandingan ini bukan dimaksudkan untuk menghakimi, melainkan untuk membaca secara kritis: (1) bagaimana karakteristik penafsiran Qur'an Haifaa Younis dalam medium YouTube terbentuk oleh relasi antara tradisi tafsir eksklusif dan ruang digital dan (2) bagaimana audiens memaknai dan merespons tafsir tersebut sebagai bagian dari praktik belajar agama di ruang digital. Dengan demikian, kajian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik pada studi tafsir kontemporer, tafsir digital, dan kajian resepsi, sekaligus memberi masukan praktis bagi penguatan literasi tafsir di kalangan audiens dan pengelola konten Qur'ani di platform digital. Oleh karena itu, peneliti mengangkat judul penelitian: **“Karakteristik dan Resepsi Tafsir Qur'an Haifaa Younis dalam Kanal YouTube Jannah Institute”**.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana karakteristik penafsiran tafsir Haifaa Younis dalam kanal Jannah Institute?
2. Bagaimana resepsi audiens terhadap penafsiran Haifaa Younis dalam kanal YouTube Jannah Institute?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah diajukan, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Karakteristik penafsiran Haifaa Younis dalam kanal Jannah Institute
2. Resepsi audiens terhadap penafsiran Haifaa Younis dalam kanal YouTube Jannah Institute

D. Manfaat Penelitian

Dengan tujuan mencapai hasil penelitian yang diinginkan, diharapkan penelitian ini akan memberikan dampak yang positif bagi akademisi maupun masyarakat umum. Beberapa manfaat penelitian mencakup aspek-aspek berikut:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan memperkaya khazanah keilmuan dalam ilmu tafsir terutama dalam memahami otoritas penafsiran dan penerimaan tafsir di ruang digital yang berasal dari Barat.

2. Secara Praktis

a. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan membantu masyarakat untuk lebih kritis dan bertanggung jawab dalam menyikapi penyebaran tafsir di media sosial serta memberikan akses pemahaman terhadap salah satu produk tafsir kontemporer di ruang digital.

b. Bagi Peneliti

- 1) Peneliti diharapkan memperoleh pengetahuan dan wawasan mengenai tafsir digital yang sedang berkembang di media sosial.
- 2) Peneliti diharapkan terampil dalam menganalisis konten dakwah serta tafsir di media sosial yang merupakan keahlian penting bagi peneliti Al-Qur'an dan Tafsir.

E. Kerangka Berpikir

Penelitian ini menggunakan pendekatan interdisipliner yang mengintegrasikan studi Al-Qur'an (*'Ulūm al-Qur'ān*) dengan ilmu komunikasi massa. Untuk

membedah rumusan masalah secara ilmiah, peneliti menggunakan dua kerangka teori utama sebagai pisau analisis. Pertama, seperangkat karakteristik tafsir untuk menganalisis aspek internal konten video tafsir Haifaa Younis berupa metode, sumber, dan corak penafsiran. Kedua, penggunaan teori resepsi (*reception theory*) model Stuart Hall yang digunakan untuk menganalisis aspek eksternal berupa pola penerimaan dan pemaknaan audiens terhadap konten tafsir. Sinergi kedua teori ini diperlukan untuk menjembatani analisis tafsir sebagai sebuah produk pemikiran yang terikat standar keilmuan, sekaligus melihat sejauh mana respons publik terkait penerimaan tafsir tersebut di ruang media.

Pertama, kerangka tafsir. Kerangka ini digunakan untuk menganalisis aspek internal dari konten video tafsir Haifaa Younis, yaitu bagaimana pesan keagamaan disampaikan kepada penonton. Analisis ini berfokus pada dimensi-dimensi tafsir, yaitu:

1. Metode Tafsir

Metode berarti cara teratur yang digunakan untuk melaksanakan suatu pekerjaan agar tercapai sesuai yang dikehendaki (Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, 2025). Metode tafsir berarti suatu cara teratur yang digunakan seorang mufasir dalam proses penafsirannya. Musā'id bin Sulaimān bin Nāṣir al-Ṭayyār menyebutkan terdapat empat metode penafsiran Al-Qur'an, yaitu: 1) Metode *Tahlīlī*; 2) Metode *Ijmālī*; 3) Metode *Mauḍū'ī*, dan 4) Metode *Muqāran* (At-Thayyar, 1993, hal. 19).

a. Metode *Tahlīlī*

Kata *tahlīlī* berasal dari kata *حلل-يحلل-تحليل* (*ḥallala-yuḥallilu-taḥlilan*) bermakna membuka sesuatu (Nurrahmaini, 2025, hal. 435). Secara bahasa memiliki arti lepas atau terurai. Metode *tahlīlī* menurut at-Thayyar adalah metode yang dimaksudkan untuk menjelaskan secara rinci ayat-ayat Al-Qur'an yang dimulai dari menjelaskan *asbāb al-nuzūl*, menjelaskan makna-makna asing, menguraikan permasalahan dalam ayat-ayatnya, menjelaskan makna umumnya, dan seterusnya hingga akhir (At-Thayyar, 1993, hal. 19). Metode *tahlīlī* dapat didefinisikan juga sebagai metode menafsirkan Al-Qur'an dengan pemaknaan yang luas, detail, dan rinci dengan memaparkan setiap makna-makna yang terkandung dalam ayat-ayat

Al-Qur'an dari berbagai sisi dan menafsirkannya sesuai dengan urutan yang terdapat dalam mushaf dari surat Al-Fatihah hingga surat An-Nas. Dalam metode *tahlīlī*, mufasir menjelaskan makna-makna ayat dengan memunculkan pembahasan kosakata, *munāsabah* ayat maupun surat, susunan kalimatnya, *asbāb al-nuzūl*, dan mencantumkan pendapat-pendapat para sahabat, *tābi`īn* maupun ulama-ulama tafsir lainnya (Hasibuan, 2020, hal. 99).

b. Metode *Ijmālī*

Kata *ijmālī* (إجمال) bermakna global, ringkas, dan gagasan pokok (Mawati, 2024, hal. 1502). Secara istilah metode *ijmālī* adalah metode tafsir yang menjelaskan makna-makna ayat Al-Qur'an secara ringkas dan umum serta menggunakan bahasa yang mudah dimengerti. Sebagaimana metode *tahlīlī*, metode *ijmālī* juga menggunakan sistematika tafsir mengikuti urutan mushaf dari Al-Fatihah hingga An-Nas (At-Thayyar, 1993, hal. 19) (Hasibuan, 2020, hal. 100). Metode ini merupakan metode yang pertama kali muncul dalam sejarah perkembangan metodologi tafsir, mengingat pada era awal-awal Islam para sahabat mayoritas ahli bahasa Arab dan mengetahui dengan baik latar belakang *asbāb al-nuzūl* ayat, sehingga tidak memerlukan penjelasan rinci dari Nabi, namun cukup dengan uraian sederhana (Nurrahmaini, 2025, hal. 436). Metode ini tidak melibatkan analisis yang mendalam sebagaimana *tahlīlī*, sehingga memudahkan pembaca untuk memahami isi ayat tanpa harus berurusan dengan pembahasan yang kompleks (Syabuddin, 2025, hal. 41).

c. Metode *Mawḍū`ī*

Kata *mawḍū`ī* secara bahasa berasal dari kata وضع-وضع-وضع bermakna meletakkan sesuatu. Dalam pembahasan tafsir, metode *mawḍū`ī* berarti judul atau topik pembahasan. Metode *mawḍū`ī* merupakan metode tafsir yang menjelaskan makna-makna ayat Al-Qur'an mengenai satu topik pembahasan tertentu. Metode ini tidak memperhatikan urutan surat sebagaimana metode *tahlīlī* dan *ijmālī*, namun menghimpun ayat-ayat yang ada dalam Al-Qur'an sesuai dengan topik pembahasan yang dituju atau penghimpunan secara tema dalam surah. Ath-Thayyar membagi metode ini menjadi tiga bentuk, yaitu *mawḍū`i fī Al-Qur`ān*, *mawḍū`i fī sūrah*, dan *mawḍū`i fī lafz aw jumlah* (At-Thayyar, 1993, hal. 20).

d. Metode *Muqāran*

Kata *muqāran* berasal dari kata قارن-يقارن-مقارنة berarti perbandingan (komparatif), menyatukan, menggandengkan. Metode ini merupakan metode menafsirkan Al-Qur'an dengan membandingkan ayat Al-Qur'an dengan ayat Al-Qur'an yang lain, hadis Nabi Saw., dan antara pendapat para mufasir. Pertama, bentuk perbandingan yang terjadi antar ayat Al-Qur'an dapat berupa nas-nas ayat Al-Qur'an yang memiliki persamaan atau kemiripan redaksi dalam dua kasus atau lebih atau memiliki redaksi yang berbeda pada satu kasus yang sama. Kedua, bentuk perbandingan antara ayat Al-Qur'an dengan hadis Nabi Saw. yang secara lahiriah bertentangan. Ketiga, bentuk perbandingan pendapat antara satu pendapat mufasir dengan mufasir yang lainnya (At-Thayyar, 1993, hal. 20) (Hasibuan, 2020, hal. 104).

2. Sumber Tafsir

Sumber tafsir merupakan sumber rujukan yang digunakan oleh mufasir dalam tafsir mereka. Sumber tafsir terbagi menjadi dua, yaitu sumber tafsir *bi al-ma'sūr* dan sumber tafsir *bi al-ra'yi*. Sumber tafsir *bi al-ma'sūr* menurut al-Ṭayyār terbagi menjadi empat, yaitu: 1) Al-Qur'an; 2) Hadis Nabi Saw.; 3) Perkataan sahabat; dan 4) perkataan *tābi'īn*, sedangkan *bi al-ra'yi* terbagi menjadi dua, yaitu: 1) Kaidah-kaidah kebahasaan; dan 2) *Ijtihād* yang didasarkan pada sumber pengetahuan bahasa dan sumber pengetahuan relevan yang lainnya.

a. Tafsir *bi al-ma'sūr*, yaitu tafsir yang bersumber dari Al-Qur'an, hadis Nabi Saw., perkataan sahabat, dan perkataan *tabi'in*.

b. Tafsir *bi al-ra'yi*, yaitu tafsir yang bersumber dari ilmu bahasa dan *ijtihād*. Sumber yang berasal dari *ijtihād* ini perlu didukung oleh seperangkat keilmuan seperti ilmu bahasa, ilmu tafsir, ilmu hadis, maupun ilmu-ilmu yang berkaitan lainnya. Tafsir dengan *ijtihād* dibagi menjadi dua bentuk, yaitu *bi al-maḥmūd* (terpuji) dan *bi al-maẓmūm* (tercela).

3. Corak Tafsir

Corak tafsir adalah suatu kecenderungan, arah, dan warna pemikiran yang mendominasi suatu karya tafsir. Corak tafsir merupakan interpretasi dari kecenderungan intelektual seorang mufasir ketika menjelaskan maksud Al-Qur'an.

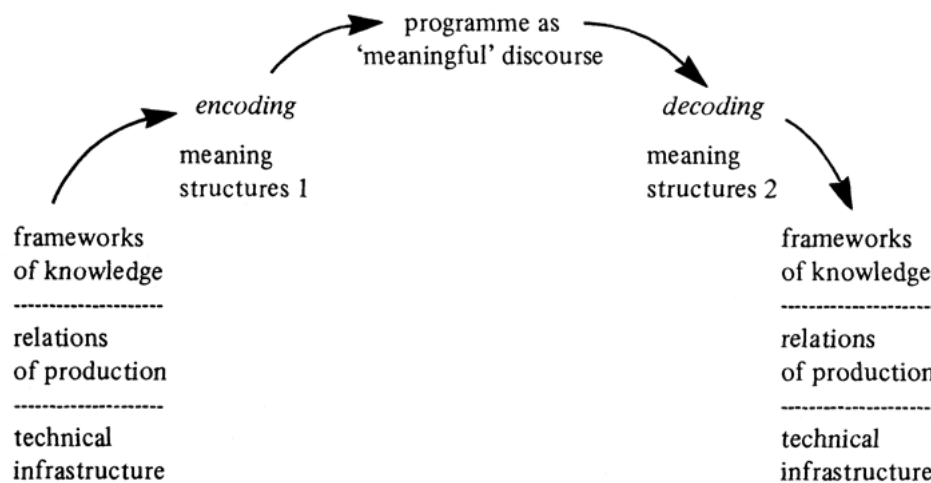
Contohnya seperti corak *fiqhī* yang berorientasi pada penjelasan ayat-ayat yang memuat hukum-hukum fikih, corak *ilmī* yang melakukan pendekatan ilmiah melalui teori-teori ilmu pengetahuan seperti sains, corak sufi yang menggunakan pemahaman tasawuf, dan corak *adabī al-ijtimā'ī* yang menghubungkan penjelasan nash-nash Al-Qur'an dengan konteks dan kondisi sosial yang ada pada masyarakat (Hasibuan, 2020, hal. 114–117)

Kedua, setelah menganalisis isi video, penelitian ini kemudian menganalisis resepsi kolom komentar menggunakan kerangka ilmu komunikasi media massa Stuart Hall yaitu *Encoding-Decoding*. Kerangka ini digunakan untuk memetakan posisi audiens yang muncul dalam komentar. Menurut Stuart Hall, dalam media massa proses komunikasi tidak berjalan lurus seperti satu garis lurus. Ia menolak pandangan Shannon dan Weaver bahwa model komunikasi hanya sebatas rangkaian *sender-message-receiver (SMR)*. Menurutnya, model *SMR* ini hanya berfokus pada transmisi pesan bukan kompleksitas makna yang muncul dari pemahaman pesan tersebut. Sebaliknya, Hall menggunakan analisis Marx untuk menggambarkan proses komunikasi yang diliputi oleh makna, yakni produksi pesan, penyebaran, konsumsi, dan reproduksi (penggunaan kembali).

Menurut Hall, seorang pemberi pesan dalam menyampaikan pesannya dipengaruhi oleh ideologi dan cara pandang mereka terhadap dunia saat membuat pesan (*encode*). Pesan itu kemudian diterima oleh penonton dengan berbagai ideologi dan cara pandang yang berbeda pula (*decode*). Proses ini disebut *encoding-decoding*. Akibat proses ini, seorang produsen berusaha membuat pesan yang dapat dipahami secara utuh oleh penonton agar pesan yang diterima sesuai dengan tujuan pesan tersebut dibuat.

Stuart Hall menyebut tiga hal yang memengaruhi proses pembuatan makna yang terjadi dalam komunikasi, yaitu: 1) *Frame of Knowledge*, 2) *Relations of Production*, dan 3) *Technical Infrastructure*. Akibat dari latar belakang tersebut, Hall membagi cara penonton menerima pesan (resepsi penonton) menjadi tiga posisi:

1. Posisi Dominan-Hegemonik (Penonton Penurut): Audiens menerima pesan mentah-mentah sesuai keinginan pembuatnya dan menyetujui sepenuhnya dengan pandangan yang disajikan oleh pembuat pesan.
2. Posisi Negosiasi (Penonton Kompromi): Audiens memahami dan menerima pandangan umum yang disajikan, tapi menerapkan pengecualian berdasarkan situasi dan pengalaman pribadi
3. Posisi Oposisional (Penonton Kritis/Lawan): Audiens memahami makna yang ingin disampaikan pembuat pesan, tetapi menolaknya dan membacanya dengan kerangka berpikir yang berlawanan (Hall et al., 1980).



Gambar 1.1 Model Encoding-Decoding Stuart Hall

Kerangka berpikir memandu peneliti untuk menghubungkan dua ranah temuan:

1. Temuan tentang karakteristik penafsiran.
2. Temuan tentang resepsi tafsir

Temuan pada ranah produksi (karakteristik) kemudian dihadapkan pada ranah resepsi: bagaimana audiens merespons tafsir-tafsir tersebut, apakah dominan (menerima), negosiasi (mengonstruksi tafsir melalui pengalaman dan pemahaman), atau oposisi (mengkritik/menolak). Kerangka resepsi audiens berguna untuk membaca komentar sebagai ekspresi posisi makna mengikuti logika *encoding/decoding* yang menegaskan bahwa pesan tidak diterima seragam oleh semua audiens (Hall et al., 1980). Dengan cara ini, penelitian tidak hanya menjawab

“apa yang disampaikan”, tetapi juga “bagaimana ia diterima, dipahami, dan digunakan” oleh audiens.

Pada akhirnya, kerangka berpikir penelitian ini menghasilkan alur simpulan yang runtut: (1) pemetaan karakteristik penafsiran Haifaa Younis pada medium YouTube dan (2) pemetaan bentuk resepsi audiens,

Berdasarkan kerangka di atas, permasalahan utama penelitian ini dirumuskan sebagai berikut: bagaimana bentuk tafsir Qur'an Haifaa Younis dalam medium YouTube sebagai praktik tafsir oral-digital dan bagaimana audiens memaknai serta merespons tafsir tersebut melalui kolom komentar pada kanal Jannah Institute.

F. Hasil Penelitian Terdahulu

Berikut adalah analisis terhadap beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini:

1. Skripsi berjudul *Model Penafsiran Digital Pada Platform Digital Quranreview: Instagram, Youtube, Spotify, dan Website (Studi Resepsi Masyarakat Terhadap Platform Digital quranreview)* oleh Rizqi Hariz Ahsan, disusun di UIN Sunan Gunung Djati Bandung pada tahun 2024. Skripsi ini bertujuan untuk mengetahui metodologi penafsiran Al-Qur'an pada platform digital quranreview, persamaan dan perbedaan penyajian tafsir pada tiap platform digital tersebut, serta penerimaan masyarakat/netizen terhadapnya. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode analisis isi (*content analysis*). Teori yang digunakan dalam analisis resepsi adalah Teori Resepsi Estetis Navid Kermani. Hasil penelitian menemukan bahwa tafsir pada platform tersebut menggunakan metode *maudū'ī*, sumber *bi al-ra'yi*, dan corak *adabī al-ijtimā'ī*. Sistematika pembahasan tafsir pada platform digital quranreview, yaitu 1) mencantumkan tema/judul, 2) pembahasan fenomena sosial, 3) pembahasan ayat Al-Qur'an, 4) pembahasan hubungan ayat dengan fenomena sosial, 5) renungan dan kesimpulan. Dilihat dari bentuk penyajian tafsir Al-Qur'an ditemukan empat bentuk penyajian, yaitu 1) teks, 2) video, 3) audio, 4) audio dan teks. Dilihat dari jenis tafsir yang digunakan adalah jenis tafsir kontekstual serta mendapatkan respons positif dari netizen dalam aspek pemahaman,

penghayatan, dan perilaku (Ahsan, 2024). Persamaan penulis dengan skripsi ini adalah fokus kajian pada analisis karakteristik penafsiran yang meliputi sumber, metode, corak, serta studi resepsi netizen di ruang digital. Perbedaan utama penelitian ini adalah subjek penelitiannya berupa platform media (*quranreview*) yang tidak terikat pada satu tokoh ulama tertentu dan mencakup *multi-platform*, sedangkan penulis memfokuskan pada tokoh ulama perempuan (Haifaa Younis) dalam satu kanal spesifik (YouTube Jannah Institute). Penulis juga menggunakan teori resepsi Stuart Hall secara spesifik untuk membedah posisi penonton, sedangkan penelitian ini menggunakan resepsi estetis Navid Kermani.

2. Skripsi berjudul *Tafsir Al-Qur'an di Media Sosial: Analisis Postingan dan Respons Pengguna Pada Akun Instagram @Quranreview Periode Juni 2025* oleh Rifqi Raehan Qadafi, disusun di UIN Sunan Gunung Djati Bandung pada tahun 2025. Skripsi ini bertujuan untuk mengkaji penafsiran pada unggahan akun Instagram @quranreview, menganalisis karakteristik unggahan secara visual dan naratif, serta menelaah resepsi pengguna terhadap pesan keagamaan di ruang digital. Penelitian ini menggunakan teori analisis isi Klaus Krippendorff untuk mengkaji struktur konten, serta teori resepsi Stuart Hall untuk menafsirkan respons audiens melalui kategori *decoding*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten yang disajikan bersifat komunikatif, ringkas dan visual tanpa rujukan eksplisit terhadap sumber tafsir. Ditemukan pola naratif yang konsisten dalam struktur isi, gaya bahasa yang reflektif, serta simbol visual yang mendukung pesan keagamaan. Sementara itu, analisis resepsi yang ditemukan menunjukkan mayoritas audiens berada pada posisi dominan, sebagian negosiasi, dan sedikit oposisi (Qadafi, 2025). Persamaan penulis dengan penelitian ini adalah penggunaan teori resepsi Stuart Hall. Perbedaan utama penelitian ini terletak pada objek materialnya, di mana penelitian tersebut meneliti akun Instagram @quranreview yang berbasis grafis dan teks, sedangkan penulis meneliti kanal YouTube Jannah Institute yang berbasis tafsir oral dari tokoh spesifik, yaitu Haifaa Younis. Selain itu, penulis secara spesifik menggali karakteristik penafsiran (metode, sumber, dan corak) dari seorang

tokoh, sedangkan penelitian ini lebih fokus pada struktur konten unggahan media sosial secara umum.

3. Skripsi berjudul *Respon Netizen Terhadap Penjelasan Ayat-Ayat Moderasi Beragama di Channel Youtube Islamidotco oleh Stiven Juliano Wiratama*, disusun di UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu pada tahun 2025. Skripsi ini bertujuan untuk mengkaji penjelasan ayat-ayat moderasi beragama oleh Habib Husein Ja'far Al-Hadar dalam kanal YouTube islamidot.co dan menganalisis respons netizen terhadapnya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus serta teknik analisis konten terhadap data komentar. Teori yang digunakan dalam analisis resepsi adalah Teori Resepsi Stuart Hall. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penjelasan Habib Ja'far menekankan sikap *ummatan wasatan* (pertengahan), bersikap adil, tidak ekstrem, serta menolak sikap berlebihan dalam agama dan sebagian besar komentar netizen menunjukkan pemahaman yang baik terhadap nilai-nilai moderasi beragama, meskipun masih terdapat beberapa pengguna yang belum memahami konteks secara utuh (Wiratama, 2025). Persamaan penulis dengan skripsi ini adalah objek formal berupa respons netizen di kolom komentar YouTube terhadap konten tafsir atau keagamaan. Perbedaan utama penelitian ini adalah tema spesifik yang diangkat yaitu moderasi beragama dan tokoh yang diteliti adalah ulama laki-laki Indonesia (Habib Husein Ja'far), sedangkan penulis meneliti beberapa surat pilihan yang ada dalam kanal YouTube Jannah Institute serta menganalisis karakteristik penafsiran (metode, sumber, dan corak) dari Dr. Haifaa Younis, seorang ulama perempuan di Amerika.
4. Skripsi berjudul *Resepsi Netizen Pada Akun Youtube Ustadzah Halimah Alaydrus oleh Nafingatul Khasanah*, disusun di UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto pada tahun 2025. Skripsi ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana resepsi netizen yang muncul terhadap ceramah dalam akun YouTube Ustadzah Halimah Alaydrus. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teori resepsi Stuart Hall sebagai pisau analisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa informan menangkap pesan melalui refleksi pengalaman hidup (posisi dominan), namun ada juga nilai informasi yang

dianggap tidak relevan karena perbedaan konteks (posisi negosiasi), di mana penyesuaian dipengaruhi latar belakang kehidupan informan (Nafingatul Khasanah, 2025). Persamaan penulis dengan skripsi ini adalah penggunaan teori Resepsi Stuart Hall, objek berupa komentar di YouTube, dan subjek penelitian yang sama-sama merupakan tokoh pendakwah perempuan (Ustadzah). Perbedaan utama penelitian ini adalah fokus pada konten-konten dakwah secara umum oleh Ustadzah Halimah Alaydrus sedangkan penulis meneliti konten-konten tafsir secara khusus oleh Dr. Haifaa Younis serta penelitian terhadap karakteristik penafsirannya (metode, sumber, dan corak)

Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian Ahsan (2024) dalam hal pengkajian karakteristik penafsiran yang mencakup sumber, metode, dan corak tafsir, sementara penelitian Qadafi (2025), Wiratama (2025), dan Khasanah (2025) tidak mengulas karakteristik tafsir tersebut secara utuh melainkan fokus pada struktur konten, tafsir ayat tematik, dan dakwah secara umum. Di sisi lain, penelitian ini memiliki persamaan dengan Qadafi (2025), Wiratama (2025), dan Khasanah (2025) dalam penerapan Teori Resepsi Stuart Hall untuk membedah komentar netizen, berbeda dari Ahsan (2024) yang mengaplikasikan Teori Resepsi Estetis Navid Kermani.

Dilihat dari segi objek dan figur yang dikaji, penelitian terdahulu berfokus pada platform media berbasis teks-grafis tanpa tokoh tunggal (Ahsan, 2024; Qadafi, 2025), tokoh ulama laki-laki Indonesia seperti Habib Husein Ja'far (Wiratama, 2025), serta pendakwah perempuan skala nasional seperti Ustadzah Halimah Alaydrus (Khasanah, 2025). Kebaruan (novelty) penelitian ini terletak pada pemilihan subjek Dr. Haifaa Younis, seorang ulama perempuan tingkat internasional berbasis di Amerika Serikat yang menyampaikan tafsir oral di kanal YouTube Jannah Institute dengan jangkauan audiens lintas negara. Dengan demikian, penelitian ini berkontribusi mengisi kekosongan akademik mengenai karakteristik tafsir dan resepsi netizen terhadap konten tafsir yang dibawa oleh pendakwah perempuan di ranah digital global.

Berdasarkan tinjauan terhadap penelitian terdahulu, kajian mengenai tafsir di ruang digital dan resepsi netizen telah banyak dilakukan, namun cenderung

berfokus pada konteks Indonesia, baik melalui objek platform dakwah-tafsir lokal (misalnya quranreview) maupun tokoh/kanal YouTube Indonesia. Di sisi lain, penelitian yang secara spesifik menelaah konten tafsir di luar Indonesia terutama yang diproduksi oleh ulama perempuan internasional masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini mengisi kekosongan tersebut dengan mengkaji karakteristik penafsiran Haifaa Younis dalam kanal YouTube Jannah Institute sekaligus menganalisis resepsi netizen melalui kerangka *encoding/decoding* Stuart Hall, sehingga memberikan kontribusi pada penguatan kajian tafsir digital lintas konteks dan otoritas keagamaan perempuan di ruang media baru.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang diterapkan dalam skripsi adalah sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari Latar Belakang Penelitian, Rumusan Masalah Penelitian, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Kerangka Berpikir, dan Hasil Penelitian Terdahulu.

2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini terdiri dari Konsep Tafsir, Tafsir Era Digital, Teori Resepsi Stuart Hall, dan Kerangka Konseptual Penelitian.

3. BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini terdiri dari Pendekatan dan Metode Penelitian, Jenis Penelitian, Sumber Data, Teknik Pengumpulan Data, Teknik Analisis Data, dan Tempat dan Waktu Penelitian.

4. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini terdiri dari Profil Haifaa Younis dan Lembaga Jannah Institute, Karakteristik Tafsir, Netnografi Tafsir Al-Ikhlas, Al-Falaq, dan An-Nas, dan Otoritas Haifaa Younis dalam Ekosistem Tafsir Digital

5. BAB V PENUTUP

Bab ini terdiri dari Kesimpulan dan Saran bagi peneliti selanjutnya.