VENTING CULTURE DALAM PERSPEKTIF AL-QUR'AN

AHMAD ZAKI

NIM: 241006021

Tesis Ditulis untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan untuk Mendapatkan Gelar Magister dalam Program Studi Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir

PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2026

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

VENTING CULTURE DALAM PERSPEKTIF AL-QUR'AN

AHMAD ZAKI

NIM. 241006021

Program Studi Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir

Tesis ini sudah dapat diajukan kepada Pascasarjana UIN Ar-Raniry Banda Aceh untuk diajukan dalam ujian Tesis.

Menyetujui,

Pembimbing I,	Pembimbing II,
Prof. Dr. Fauzi Saleh, Lc., MA	**Zuherni AB, M.Ag., Ph.D**

LEMBAR PENGESAHAN

VENTING CULTURE DALAM PERSPEKTIF AL-QUR'AN

AHMAD ZAKI
NIM. 241006021
Program Studi Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji Tesis Pascasarjana Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh

Tanggal: 21 Agustus 2026 M
08 Rabiul Awwal 1448 H

TIM PEMBAHAS

Ketua,

Dr. Khairizzaman, M.Ag

Sekretaris,

Muhajir, M.Ag

Penguji,

Dr. Muslim Djuned, M.Ag

Penguji,

Dr. Muhammad Zaini, M.Ag

Penguji,

Zuherni AB, M.Ag., Ph.D

Penguji,

Prof. Dr. Fauzi Saleh, Lc., M.A

Banda Aceh, 24 Agustus 2026
Pascasarjana
Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh
Direktur,

Prof. Eka Srimulyani, M.A., Ph. D
NIP. 197702191998032001

PERNYATAAN KEASLIAN

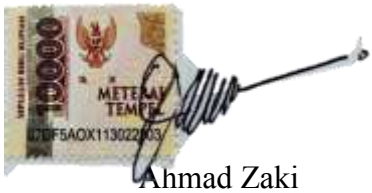
Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Ahmad Zaki
Tempat Tanggal Lahir	: Banda Aceh, 26 Juli 1998
NIM	: 241006021
Program Studi	: Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir

Menyatakan bahwa tesis ini merupakan hasil karya saya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar magister di suatu perguruan tinggi, dan dalam tesis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Banda Aceh, 31 Juli 2026

Yang Menyatakan,



Ahmad Zaki

PEDOMAN TRANSLITERASI DAN SINGKATAN

Model ini sering dipakai dalam penulisan transliterasi dalam jurnal ilmiah dan juga transliterasi penulisan disertasi. Adapun bentuknya adalah sebagai berikut:

Arab	Transliterasi	Arab	Transliterasi
ا	Tidak disimbolkan	ط	Ṭ (titik di bawah)
ب	B	ظ	Ẓ (titik di bawah)
ت	T	ع	‘
ث	Th	غ	Gh
ج	J	ف	F
ح	Ḥ (titik di bawah)	ق	Q
خ	Kh	ك	K
د	D	ل	L
ذ	Dh	م	M
ر	R	ن	N
ز	Z	و	W
س	S	ه	H
ش	Sy	ء	’

ص	Ṣ (titik di bawah)	ي	Y
ض	Ḍ (titik di bawah)		

Catatan:

1. Vokal Tunggal

--------- (*fatḥah*) = a misalnya, حدث ditulis *hadatha*

--------- (*kasrah*) = i misalnya, قيل ditulis *qīla*

--------- (*ḍammah*) = u misalnya, روي ditulis *ruwiya*

2. Vokal Rangkap

(ي) (*fatḥah* dan *ya*) = *ay*, misalnya, هريرة ditulis *Hurayrah*

(و) (*fatḥah* dan w*aw*) *aw*, misalnya, توحيد ditulis = *tawḥīd*

3. Vokal Panjang (*maddah*)

(ا) *(fatḥah* dan *alif)* = ā, (a dengan garis di atas)

(ي) (*kasrah* dan *ya*) = ī, (i dengan garis di atas)

(و) (*ḍammah* dan *waw*) = ū, (u dengan garis di atas)

misalnya: (برهان ’توفيق ’معقول) ditulis *burhān, tawfīq, ma‘qūl*.

4. *Ta Marbūṭah* (ة)

Ta Marbūṭah hidup atau mendapat harakat *fatḥah, kasrah dan ḍammah*, transliterasinya adalah (t), misalnya (الفلسفة الاولى)= *al-falsafat al-ūlā.* Sementara *ta marbūṭah* mati atau mendapat harakat

sukun, transliterasinya adalah (h), misalnya: (دليدل ’ مناهج الادلة

تهافت الفلاسفة ’ الانایاة) ditulis *Tahāfut al-Falāsifah, Dalīl al-‘ināyah, Manāhij al-Adillah.*

5. *Syaddah (tasydid)*
   Syaddah yang dalam tulis Arab dilambangkan dengan lambang (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan huruf, yakni yang sama dengan huruf yang mendapat *syaddah*, misalnya (إسلامية) ditulis *islāmiyyah.*
6. Kata sandang dalam sistem tulisan arab dilambangkan dengan huruf ال transliterasinya adalah *al*, misalnya : الكشف’ النفس ditulis *al-kasyf, al-nafs.*

7. *Hamzah (ء)*
Untuk hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata ditransliterasikan dengan (’), misalnya: ملاٮكة ditulis *mala’ikah*, جزئ ditulis *juz’ī.* Adapun hamzah yang terletak di awal kata, tidak dilambangkan karena dalam bahasa Arab, ia menjadi alif, misalnya: اختراع ditulis *ikhtirā‘*

Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti Hasbi Ash Shiddieqy. Sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Mahmud Syaltut.
2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Damaskus, bukan Dimasyq; Kairo, bukan Qahirah dan sebagainya.

بِسۡمِ ٱللَّهِ ٱلرَّحۡمَٰنِ ٱلرَّحِيمِ

KATA PENGANTAR

Alḥamdulillāhi Rabbil ‘Ālamīn. Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Swt. atas limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga tesis yang berjudul “*Venting Culture dalam Perspektif Al-Qur’an*” ini dapat diselesaikan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Magister Agama pada Program Studi Magister Ilmu Al-Qur’an dan Tafsir Pascasarjana UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Selawat dan salam semoga senantiasa tercurah kepada junjungan Nabi Muhammad saw., beserta keluarga, sahabat dan seluruh umat beliau hingga akhir zaman.

Perjalanan menyelesaikan tesis ini mengajarkan penulis bahwa setiap ikhtiar selalu membutuhkan kesabaran, doa, dan pertolongan Allah Swt. Di tengah amanah sebagai pendidik, tanggung jawab sebagai suami dan ayah, serta berbagai aktivitas lainnya, Allah senantiasa menghadirkan kemudahan melalui orang-orang baik yang menjadi jalan pertolongan-Nya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, dan doa.

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada Dr. Samsul Bahri, M.Ag. selaku Penasihat Akademik. Penghargaan yang setinggi-tingginya juga penulis sampaikan kepada Prof. Dr. Fauzi Saleh, Lc., M.A. selaku Pembimbing I dan Dr. Zuherni AB, M.Ag., Ph.D. selaku Pembimbing II yang dengan penuh kesabaran telah memberikan arahan, masukan dan motivasi selama proses penyusunan tesis ini.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Direktur Pascasarjana UIN Ar-Raniry Banda Aceh, Prof. Eka Srimulyani, M.A., Ph.D., Wakil Direktur Pascasarjana UIN Ar-Raniry, Prof. Zulfikar, M.Ed., Ph.D., beserta seluruh jajaran, serta Ketua Program

Studi Magister Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir, Dr. Khairizzaman, M.Ag., Sekretaris Program Studi, beserta seluruh dosen dan tenaga kependidikan yang telah memberikan ilmu, pelayanan dan pengalaman akademik yang sangat berharga selama masa studi.

Dengan penuh cinta dan hormat, penulis mempersembahkan rasa terima kasih kepada kedua orang tua tercinta, Ayahanda Prof. Dr. Muhammad Ar, M.Ed. dan Ibunda Dra. Nurul Huda, atas doa, kasih sayang, pengorbanan, dan pendidikan yang tidak pernah putus mengiringi setiap langkah penulis. Terima kasih yang tulus juga penulis sampaikan kepada istri tercinta, Raifa Nabilah Azzahra, M.Ag., atas kesabaran, dukungan dan pengertiannya selama proses studi ini, serta kepada putri tersayang, Shafiyyah Aniisah Shalihah, yang senantiasa menjadi sumber kebahagiaan dan semangat dalam setiap perjuangan.

Penghargaan dan terima kasih penulis sampaikan kepada Yayasan Baitul Quran Silaturahmi, tempat penulis mengabdi atas dukungan moral, kepercayaan serta bantuan yang diberikan selama penulis menempuh pendidikan. Semoga segala kebaikan tersebut menjadi amal jariyah yang terus mengalir dan dibalas oleh Allah Swt. dengan keberkahan yang berlipat ganda. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada keluarga besar Al-Wildan Islamic School 21 Banda Aceh, para sahabat, rekan sejawat dan seluruh mahasiswa Magister Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir angkatan 2024 atas kebersamaan, doa dan semangat yang diberikan selama proses perkuliahan hingga penyusunan tesis ini.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih memiliki keterbatasan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi penyempurnaan karya ini. Semoga tesis ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan kajian ilmu Al-Qur'an dan tafsir serta menjadi amal kebaikan yang bernilai di sisi Allah Swt.

Penulis,

Ahmad Zaki

ABSTRAK

Judul Tesis : *Venting Culture* dalam Perspektif Al-Qur'an
Nama : Ahmad Zaki
NIM : 241006021
Pembimbing I : Prof. Dr. Fauzi Saleh, Lc., MA
Pembimbing II : Zuherni AB, M.Ag., Ph.D.
Kata Kunci : *Venting Culture*, *Self-Disclosure*, *Tafsīr Mawḍū'ī*, *Syakwā*, Al-Qur'an.

Perkembangan media sosial telah melahirkan fenomena *venting culture*, yaitu kecenderungan individu mengungkapkan pikiran, perasaan, dan pengalaman pribadi di ruang digital sebagai bentuk *self-disclosure*. Fenomena ini memberikan ruang bagi pelepasan emosi dan pencarian dukungan sosial, namun juga berpotensi melahirkan *oversharing*, terbukanya aib, pelanggaran privasi, ghibah, fitnah serta orientasi pada validasi sosial yang tidak sejalan dengan nilai-nilai Islam. Penelitian ini bertujuan menganalisis penafsiran ayat-ayat Al-Qur'an yang berkaitan dengan ekspresi emosi serta merumuskan konstruksi *venting culture* dalam perspektif Al-Qur'an. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian kepustakaan (*library research*) menggunakan metode *tafsīr mauḍū'ī* (tafsir tematik). Kerangka analisis dibangun melalui teori tafsir dan teori *Self-Disclosure*. Data penelitian diperoleh dari ayat-ayat Al-Qur'an yang berkaitan dengan tema penelitian, kitab *Jāmi' al-Bayān* karya al-Ṭabarī, *Tafsīr al-Qur'ān al-'Aẓīm* karya Ibn Kathīr, *Tafsir al-Azhar* karya Hamka, serta berbagai buku, jurnal dan penelitian yang relevan. Teknik analisis data menggunakan metode deskriptif-analitis melalui inventarisasi ayat, analisis penafsiran para mufasir, kemudian disintesiskan dengan teori *Self-Disclosure*. Hasil penelitian pertama menunjukkan bahwa para mufasir memandang *syakwā* sebagai pengaduan kepada Allah yang mencerminkan ketergantungan kepada-Nya, *ḥuzn* sebagai ekspresi kesedihan yang tidak berujung pada keputusasaan, *ghaḍab* sebagai emosi yang harus dikendalikan dengan kesabaran, pemaafan dan iḥsān, serta *taḥadduth bi al-ni'mah* sebagai pengungkapan nikmat dalam kerangka syukur tanpa kesombongan dan riya'. Hasil penelitian kedua menunjukkan bahwa nilai-nilai tersebut dapat dikonstruksikan sebagai pedoman etis *venting culture* melalui prinsip berorientasi kepada Allah, menjaga kehormatan diri dan orang lain, mengendalikan emosi, mengutamakan kemaslahatan serta mengungkapkan nikmat dalam kerangka syukur. *Venting culture* dalam perspektif Al-Qur'an bukan sekadar pelampiasan emosi, tetapi merupakan bentuk komunikasi

emosional yang berlandaskan nilai spiritual, moral dan sosial sehingga dapat menjadi pedoman etis bagi umat Islam dalam mengekspresikan emosi secara bertanggung jawab di era media sosial.

الملخص

عنوان الرسالة :ثقافة التنفيس الانفعالي في منظور القرآن الكريم

اسم الباحث :أحمد زكي

رقم القيد : 241006021

المشرف الأول :الأستاذ الدكتور فوزي صالح، الليسانس، الماجستير

المشرف الثاني :زهيرني أ ب، الماجستير، الدكتوراه

الكلمات المفتاحية :ثقافة التنفيس الانفعالي، الإفصاح عن الذات، التفسير الموضوعي، الشكوى، القرآن الكريم.

أدّى تطوّر وسائل التواصل الاجتماعي إلى ظهور ظاهرة ثقافة الفضفضة (*Venting Culture*) ، وهي ميل الأفراد إلى التعبير عن أفكارهم ومشاعرهم وتجاربهم الشخصية في التواصل الإجتماعي بوصف ذلك شكلًا من أشكال الإفصاح عن الذات .(*Self-Disclosure*) وتتيح هذه الظاهرة مجالًا للتنفيس عن المشاعر وطلب الدعم الاجتماعي، إلا أنها قد تؤدي أيضًا إلى الإفراط في الإفصاح(*Oversharing*) ، وكشف العيوب والخصوصيات، وانتهاك الخصوصية، والغيبة، والافتراء، والتوجّه نحو طلب التحقق الاجتماعي الذي لا يتوافق مع القيم الإسلامية. تهدف هذه الدراسة إلى تحليل تفسير آيات القرآن الكريم المتعلقة بالتعبير عن المشاعر، وصياغة بناءٍ أخلاقي لثقافة الفضفضة في ضوء القرآن الكريم. وتُعدّ هذه الدراسة بحثًا نوعيًّا من نوع البحث المكتبي، باستخدام منهج التفسير الموضوعي. ويقوم الإطار التحليلي على نظرية التفسير ونظرية الإفصاح عن الذات. وقد جُمعت بيانات الدراسة من آيات القرآن الكريم ذات الصلة بموضوع البحث، وكتاب جامع البيان عن تأويل آي القرآن للطبري، وكتاب تفسير القرآن العظيم لابن كثير، وكتاب تفسير الأزهر لحمكا، إضافة إلى الكتب والدراسات والمقالات العلمية ذات الصلة. واستخدمت الدراسة أسلوب التحليل الوصفي التحليلي من خلال حصر الآيات، وتحليل تفسيرات المفسرين، ثم تركيبها في ضوء نظرية الإفصاح عن الذات. واستخدمت الدراسة أسلوب التحليل الوصفي التحليلي من خلال حصر الآيات، وتحليل تفسيرات المفسرين، ثم تركيبها في ضوء نظرية الإفصاح عن الذات . وتُظهر نتائج البحث الأول أن المفسرين ينظرون إلى الشكوى بوصفها شكوى إلى الله تعكس التعلّق به، وإلى الحزن بوصفه تعبيرًا عن الحزن دون أن يؤدي إلى اليأس، وإلى الغضب بوصفه انفعالًا ينبغي ضبطه بالصبر والعفو والإحسان، وإلى التحدث بالنعمة بوصفه إظهارًا لنعم الله في إطار الشكر دون الكِبْر والرياء. وتُظهر نتائج البحث الثاني أن هذه القيم يمكن بناؤها بوصفها مبادئ أخلاقية لثقافة الفضفضة، من خلال التوجّه إلى الله، وحفظ كرامة النفس والآخرين، وضبط الانفعالات، وتقديم المصلحة، وإظهار النعمة في إطار الشكر .وعليه، فإن ثقافة الفضفضة في منظور القرآن الكريم ليست مجرد تفريغ للمشاعر، بل هي صورة من صور التواصل العاطفي القائم على القيم الروحية والأخلاقية والاجتماعية، بما يجعلها أساسًا إرشاديًّا للمسلمين في التعبير عن مشاعرهم بمسؤولية في عصر وسائل التواصل الاجتماعي.

ABSTRACT

Thesis Title : Venting Culture in the Perspective of the Qur'an
Name : Ahmad Zaki
Student ID : 241006021
Supervisor I : Prof. Dr. Fauzi Saleh, Lc., M.A.
Supervisor II : Zuherni AB, M.Ag., Ph.D.
Keywords : *Venting Culture*, *Self-Disclosure*, *Thematic Tafsir*, *Syakwā*, Qur'an.

The development of social media has given rise to the phenomenon of *venting culture*, namely the tendency of individuals to express their thoughts, feelings, and personal experiences in digital spaces as a form of *self-disclosure*. This phenomenon provides a space for emotional release and the seeking of social support, but it may also lead to oversharing, the disclosure of personal shortcomings and private matters, privacy violations, backbiting, slander, and an orientation toward seeking social validation that is inconsistent with Islamic values. This study aims to analyze the interpretation of Qur'anic verses related to emotional expression and to formulate an ethical construction of *venting culture* from the perspective of the Qur'an. This study employs a qualitative approach through library research using the thematic interpretation method (*tafsīr mawḍū'ī*). The analytical framework is based on Qur'anic exegesis theory and Self-Disclosure theory. The research data were obtained from Qur'anic verses related to the research topic, *Jāmi' al-Bayān* by al-Ṭabarī, *Tafsīr al-Qur'ān al-'Aẓīm* by Ibn Kathīr, *Tafsir al-Azhar* by Hamka, as well as relevant books, journals, and scholarly studies. The data were analyzed descriptively and analytically through the identification of relevant verses, analysis of the interpretations of the exegetes, and synthesis in light of Self-Disclosure theory. The first finding shows that the exegetes understand *syakwā* as an expression of complaint directed to Allah that reflects dependence on Him, *ḥuzn* as an expression of sadness that does not lead to despair, *ghaḍab* as an emotional response that must be controlled through patience, forgiveness, and iḥsān, and *taḥadduth bi al-ni'mah* as the expression of Allah's blessings within the framework of gratitude without arrogance or ostentation. The second finding shows that these Qur'anic values can be constructed as ethical principles for *venting culture* through orientation toward Allah, preserving the dignity of oneself and others, controlling emotions, prioritizing the public good, and expressing blessings within the framework of gratitude. Thus, *venting culture* from the Qur'anic perspective is not merely a means of emotional release, but a form of emotional communication grounded in spiritual, moral, and social values, providing ethical guidance for Muslims to express their emotions responsibly in the era of social media.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING ..... **ii**
LEMBAR PENGESAHAN ..... **iii**
PERNYATAAN KEASLIAN ..... **iv**
PEDOMAN TRANSLITERASI DAN SINGKATAN ..... **v**
KATA PENGANTAR ..... **viii**
ABSTRAK ..... **x**
DAFTAR ISI ..... **xiii**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2. Rumusan Masalah 6
1.3. Tujuan Penelitian 7
1.5 Kajian Pustaka 8
1.6 Kerangka Teori 11
1.7. Metode Penelitian 15
1.8. Sistematika Pembahasan 21
BAB II TINJAUAN UMUM KONSEP *VENTING CULTURE* **23**
2.1 Media Sosial sebagai Ruang Ekspresi Emosional 23
2.2 Konsep *Venting* Culture, *Self-Disclosure* dan *Oversharing* 24
2.3 *Venting Culture*: Pengertian dan Perkembangan Historis 25
2.4 *Venting Culture* dalam Perspektif Psikologi dan Komunikasi Modern 32
2.5 Konsep *Catharsis* dan Relevansinya bagi *Venting Culture* 37
2.6 Konsep *Venting Culture* dalam Al-Qur'an 40
2.7 Privasi, Kehormatan dan *Ḥifẓ al-'Irḍ* di Era Digital 48
2.8 Kerangka Konseptual Integratif 50

3.1 Inventarisir Ayat-Ayat Al-Qur'an tentang *Venting Culture* 54
3.2 Perspektif Mufassir terhadap Ayat-Ayat *Venting Culture* 58
3.3 Konsep Mengungkapkan Nikmat sebagai Bentuk Syukur dalam Al-Qur'an 80
3.4 Konstruksi *Venting Culture* dalam Perspektif Al-Qur'an 85
BAB IV PENUTUP..... 92
4.1 Kesimpulan..... 92
4.2 Saran..... 93
DAFTAR PUSTAKA 94

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi komunikasi dalam beberapa dekade terakhir telah membawa perubahan dramatis dalam cara manusia berinteraksi, mengekspresikan diri, dan membagi pengalaman hidupnya. Media sosial seperti Instagram (fitur *Story*), Threads (atau "*What's New*?"), Twitter/X ("*What's Happening?"*), WhatsApp (fitur *Status*), dan Facebook (fitur "*What's on your mind?"*) telah menjelma menjadi ruang utama ekspresi emosional dan curhat digital. Dalam konteks ini muncul suatu fenomean yang dapat disebut sebagai *venting culture* atau dalam konteks penelitian ini lebih tepat disebut sebagai "budaya curhat di media sosial" yakni kebiasaan mencurahkan keluh-kesah, pengalaman pribadi, frustrasi, kesenangan maupun tekanan hidup secara terbuka di platform-publik digital. Fenomena ini menjadi nyata dalam kehidupan masyarakat modern sebagai salah satu bentuk coping mechanism terhadap tekanan akademik, sosial dan emosional. Dalam kajian empiris, penelitian menunjukkan bahwa media sosial kini menjadi "arena untuk membagi emosi" dalam skala besar.[1]

Di sisi lain, fenomena tersebut menampilkan sejumlah dinamika sosial yang cukup kompleks. Sebagai contoh, studi menunjukkan bahwa postingan yang mengekspresikan emosi yang melanggar nilai budaya cenderung lebih viral dan memberikan pengaruh yang lebih besar dalam jaringan sosial daring.[2] Fenomena *venting culture* semakin menonjol seiring meningkatnya penggunaan

[1] H. Jalonen, "Social Media – An Arena for Venting Negative Emotions," *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 4 (October 2014 – Special Issue), hlm. 53-70.

[2] Tiffany W. Hsu, Yu Niiya, Mike Thelwall, Michael Ko & Brian Knutson, "Social Media Users Produce More Affect That Supports Cultural Values, but Are More Influenced by Affect That Violates Cultural Values," *Journal of Personality & Social Psychology*, (2021).

media sosial di Indonesia. Laporan Digital Indonesia yang diterbitkan oleh DataReportal menunjukkan bahwa mayoritas pengguna internet Indonesia aktif menggunakan berbagai platform media sosial dalam aktivitas sehari-hari.[3] Selain itu, terdapat indikasi bahwa pengguna muda termasuk generasi Z memanfaatkan media sosial sebagai sarana curhat terbuka karena merasa kurang dukungan emosional di dunia nyata, sehingga platform digital dianggap sebagai ruang alternatif pelampiasan emosional.[4]

Dalam perspektif normative keislaman, khususnya dari kajian Al-Qur'an dan Tafsir, ekspresi emosional dan keluh kesah memiliki dimensi spiritual dan etis yang penting. Misalnya dalam ayat:

قَالَ اِنَّمَآ اَشْكُوْا بَثِّيْ وَحُزْنِيْٓ اِلَى اللّٰهِ وَاَعْلَمُ مِنَ اللّٰهِ مَا لَا تَعْلَمُوْنَ ﴿٨٦﴾

> "Dia (Ya'qub) menjawab, "Hanya kepada Allah aku mengadukan kesusahan dan kesedihanku. Aku mengetahui dari Allah apa yang tidak kamu ketahui." (Yusuf/12:86)

Ayat ini menunjukkan bahwa pengaduan kesusahan idealnya diarahkan kepada Allah, bukan semata kepada manusia. Tafsir klasik menegaskan bahwa ini adalah wujud *tawakkul* (ketergantungan total kepada Allah) dan *ṣabr* (kesabaran dalam menghadapi ujian). Dalam Tafsir Al-Ṭabarī disebutkan makna dari ayat tersebut: إِنَّمَا أَشْكُو خَبَرِي الَّذِي أَنَا فِيهِ مِنَ الْهَمِّ، وَأَبُثُّ حَدِيثِي وَحُزْنِي إِلَى اللَّهِ "*Aku hanya mengeluh tentang masalah yang sedang aku alami, dan aku menceritakan isi hatiku dan*

[3] Simon Kemp, *Digital 2025: Indonesia* (DataReportal, 2025), https://datareportal.com/reports/digital-2025-indonesia (Diakses 03 Juni 2026).

[4] Bagas Al Fajri, Ani Windarti, Ulaya Ahdiani & Zanuwar Hakim Atmantika, "Sad Culture: An Analysis of the US' Mental Health Issues as Expressed in Social Media," *Rubikon: Journal of Transnational American Studies*, Vol. 10, No. 2 (2023).

kesedihanku kepada Allah." [5] Dalam konteks budaya curhat digital, hal ini mengandung implikasi bahwa meskipun curhat atau berbagi beban emosi mungkin dibutuhkan, arah dan bentuknya harus mempertimbangkan etika komunikasi dan nilai spiritual.

Selanjutnya, Al-Qur'an juga menegaskan etika dalam berbicara dan menyampaikan isi hati kepada manusia lainnya. Allah berfirman:

وَقُلْ لِّعِبَادِيْ يَقُوْلُوا الَّتِيْ هِيَ اَحْسَنُۗ اِنَّ الشَّيْطٰنَ يَنْزَغُ بَيْنَهُمْۗ اِنَّ الشَّيْطٰنَ كَانَ لِلْاِنْسَانِ عَدُوًّا مُّبِيْنًا ﴿٥٣﴾

> "Katakan kepada hamba-hamba-Ku supaya mereka mengucapkan perkataan yang lebih baik (dan benar). Sesungguhnya setan itu selalu menimbulkan perselisihan di antara mereka. Sesungguhnya setan adalah musuh yang nyata bagi manusia." (Al-Isra'/17:53)

Ayat ini menuntut agar setiap bentuk komunikasi termasuk di dunia digital dilakukan dengan memperhatikan kesantunan, kebaikan, dan manfaat bagi pendengar. Dalam praktik budaya curhat di media sosial, hal ini berarti bahwa berbagi cerita pribadi atau emosi perlu diiringi oleh tanggung jawab sosial dan etis agar tidak justru menjadi lahan pelepasan tanpa kontrol, membuka aib atau memicu reaksi negative.[6]

Fenomena *venting culture* kian menonjol di era media sosial, terutama di kalangan generasi muda yang menjadikan ruang digital sebagai wadah utama untuk mengekspresikan diri. Media seperti Instagram berfungsi tidak hanya sebagai sarana berbagi informasi, tetapi juga menjadi ruang bagi individu untuk menampilkan eksistensi

---

[5] Muhammad bin Jarir Al-Ṭabarī, *Jāmiʿ al-Bayān 'an Ta'wīl Āy al-Qur'ān*, Juz 13, (Makkah: Dār al-Tarbiyah wa al-Turāṡ, 2010), hlm. 306.

[6] Haji Abdul Malik Karim Amrullah, *Tafsir al-Azhar*, Jilid 6 (Jakarta: Pustaka Panjimas, 1984), hlm. 4235.

dan membangun citra diri. Unggahan yang berlebihan (*oversharing*) mencerminkan kebutuhan akan pengakuan sosial dan keinginan menampilkan selera hidup, sehingga komunikasi digital bergeser menjadi medium pembentukan identitas personal dan sosial.

Pergeseran ini menunjukkan adanya perubahan orientasi emosional manusia dari komunikasi langsung menuju ekspresi daring yang menekankan pencitraan dan validasi publik. Kondisi tersebut menghadirkan dilema moral dan spiritual, karena di satu sisi media sosial menyediakan ruang bagi pelampiasan emosi dan pencarian dukungan sosial, namun di sisi lain berpotensi melahirkan krisis privasi, distorsi makna diri, dan penurunan etika komunikasi. Realitas seperti ini menegaskan pentingnya menghadirkan pandangan Al-Qur'an untuk menuntun perilaku komunikasi umat agar tetap berlandaskan nilai kesantunan, keseimbangan emosi, dan tanggung jawab moral di tengah budaya curhat digital yang semakin luas.[7]

Di lain sisi, perkembangan media sosial telah menimbulkan perubahan signifikan terhadap cara individu mengekspresikan diri di ruang publik digital. Aktivitas berbagi informasi pribadi secara berlebihan atau *oversharing* kini menjadi hal yang lazim, bahkan sering kali melampaui batas kewajaran dan privasi. Fenomena tersebut mencerminkan adanya krisis pengendalian diri dalam berkomunikasi serta pergeseran nilai etika yang mendasari interaksi sosial masyarakat. Kajian ilmiah menunjukkan bahwa praktik seperti ini dapat menyalahi prinsip-prinsip privasi dalam Islam, seperti larangan membuka aib, menjaga kehormatan diri (*ḥifẓ al-'irḍ*), dan keharusan menghindari ucapan yang tidak bermanfaat. Gejala tersebut memperkuat urgensi perlunya peninjauan kembali nilai-nilai

[7] Novrianti Frederika Sigalingging dkk, "Fenomena Oversharing di Instagram pada Generasi Muda di Kota Tanjung Pinang," *Jurnal Sosiologi*, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Maritim Raja Ali Haji, Vol. 11, No. 2 (2023), hlm. 84–92.

komunikasi Qur'ani sebagai pedoman moral bagi perilaku bermedia sosial umat Islam.[8]

Dari sudut sosiologis dan psikologis, budaya curhat di media sosial memiliki dualitas yang penting untuk diperhatikan: di satu sisi berfungsi sebagai media validasi diri dan dukungan emosional, namun di sisi lain memuat potensi risiko seperti ketergantungan pada perhatian publik, konflik interpersonal, hingga distorsi identitas daring (online). Misalnya, penelitian "*Oversharing on Social Media: Anxiety, Attention-Seeking, and Social Media Addiction Predict the Breadth and Depth of Sharing*" menemukan bahwa kecemasan, perilaku mencari perhatian ("*attention-seeking*"), dan kecanduan media sosial berkorelasi signifikan dengan frekuensi dan intensitas pengungkapan diri yang berlebihan di media sosial remaja.[9]

Demikian pula, kajian "*The Perils and Promises of Self-Disclosure on Social Media*" menegaskan bahwa meskipun pengungkapan diri di platform digital dapat memperkuat hubungan sosial dan dukungan, ia juga membawa tantangan seperti pengelolaan identitas yang rumit dan risiko reputasional. Dengan demikian, budaya curhat digital yang tampak sebagai ruang pelampiasan emosional sekaligus ruang interaksi sosial berpotensi berubah menjadi beban psikologis baru, terutama ketika kontrol diri dan kesadaran konsekuensi publiknya kurang.[10]

Dari uraian tersebut, tampak bahwa fenomena *venting culture* atau budaya curhat di media sosial bukan sekadar perilaku komunikasi digital, melainkan memiliki dimensi multidisipliner: aspek normatif dalam pandangan Al-Qur'an mengenai pengendalian emosi dan etika

---

[8] Nurhikma dkk, "Batasan Privasi dalam Hukum Islam: Analisis Fenomena Oversharing di Media Sosial," *JIH: Jurnal Ilmu Hukum*, Vol. 1, No. 2 (Januari 2025), hlm. 56–65.

[9] Shabahang, Shim, Aruguete & Zsila, Oversharing on Social Media: Anxiety, Attention-Seeking, and Social Media Addiction Predict the Breadth and Depth of Sharing, *Journal: Psychological Reports,* Vol. 127, (2024), hlm. 513-530.

[10] Michelle Richey, Aparna Gonibeed dan M.N. Ravishankar, The Perils and Promises of Self-Disclosure on social media, *Journal: Information Systems Frontiers,* Vol. 20, (2018), hlm. 425.

berbicara, aspek sosiologis dalam membentuk budaya interaksi dan solidaritas digital, serta aspek psikologis dalam memenuhi kebutuhan manusia untuk melepaskan tekanan batin (*catharsis*).

Meskipun berbagai penelitian mengenai *venting culture* telah dilakukan, sebagian besar kajian masih berfokus pada aspek psikologi, komunikasi, dan media sosial. Penelitian-penelitian tersebut umumnya membahas motivasi pengungkapan diri, kebutuhan dukungan sosial, perilaku *oversharing*, serta dampak psikologis penggunaan media sosial. Sementara itu, penelitian yang secara khusus mengkaji fenomena *venting* culture melalui pendekatan tafsir tematik terhadap ayat-ayat Al-Qur'an masih relatif terbatas. Padahal, Al-Qur'an memiliki sejumlah konsep yang berkaitan dengan pengaduan diri (*syakwā*), kesedihan (*ḥuzn*), kemarahan (*ghaḍab*) dan mengungkapkan rasa syukur (*taḥdīṯ al-Ni'mah*) yang dapat menjadi landasan normatif dalam memahami fenomena tersebut.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini berupaya mengkaji fenomena *venting* culture melalui perspektif Al-Qur'an dengan menggunakan metode tafsir maudhu'i (*tafsīr mawḍū'ī*). Penelitian ini tidak bertujuan untuk menilai seluruh bentuk *venting* sebagai perilaku yang negatif ataupun terlarang, melainkan untuk memahami bagaimana Al-Qur'an memandang ekspresi emosi manusia, bagaimana para mufassir menjelaskan ayat-ayat yang berkaitan dengan pengaduan diri dan komunikasi, serta bagaimana nilai-nilai Qur'ani dapat dikonstruksikan menjadi pedoman etis bagi masyarakat Muslim dalam menghadapi budaya curhat digital pada era kontemporer. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian tafsir kontemporer sekaligus memperkaya dialog antara ilmu Al-Qur'an dan tafsir dengan psikologi komunikasi modern.

1.2. Rumusan Masalah

Fenomena *venting culture* atau budaya curhat di media sosial merupakan salah satu bentuk ekspresi diri masyarakat modern yang mencerminkan dinamika psikologis dan sosial di era digital. Aktivitas

ini menjadi ruang bagi seseorang untuk meluapkan emosi, mencari dukungan sosial, atau sekadar memperoleh validasi dari lingkungan daring. Namun demikian, budaya tersebut juga memunculkan problem etis dan spiritual, terutama bagi umat Islam, karena sering kali mencampuradukkan antara keluh kesah pribadi dengan ruang publik yang terbuka. Dalam konteks Al-Qur'an, perilaku mengungkapkan perasaan, keluhan atau kesedihan telah dibicarakan melalui berbagai kisah para nabi dan ajaran moral yang menuntun manusia dalam mengelola emosi dan menjaga kehormatan diri dalam berkomunikasi. Oleh karena itu, penelitian ini perlu mengurai secara sistematis bagaimana Al-Qur'an memberikan panduan terhadap perilaku *venting* agar tidak keluar dari nilai-nilai adab Islami dan etika sosial yang seimbang.

Berdasarkan uraian tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana para mufasir menafsirkan ayat-ayat al-Qur'an yang berkaitan dengan ekspresi emosi manusia melalui konsep *syakwā, ghaḍab, taḥadduth bi al-ni'mah,* dan *ḥuzn*?
2. Bagaimana penelitian ini mengonstruksikan nilai-nilai Qur'ani tentang ekspresi emosi sebagai pedoman etis bagi masyarakat Muslim dalam menghadapi *venting culture* (budaya curhat) di media sosial pada era kontemporer?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai fenomena *venting culture* atau budaya curhat di media sosial dalam perspektif Al-Qur'an melalui pendekatan *tafsīr mauḍū'ī*. Secara khusus, penelitian ini bertujuan menjelaskan penafsiran ayat-ayat Al-Qur'an yang berkaitan dengan ekspresi emosi manusia melalui konsep *syakwā*, *ghaḍab*, *taḥadduth bi al-ni'mah*, dan *ḥuzn* berdasarkan penafsiran al-Ṭabarī, Ibn Kaśīr, dan Hamka serta menganalisis relevansi nilai-nilai Qur'ani tersebut dengan fenomena *venting culture* di media sosial melalui kajian psikologi komunikasi, khususnya teori *Self-Disclosure*, *oversharing* dan media sosial sebagai

coping mechanism. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat merumuskan pedoman etis berbasis nilai-nilai Al-Qur'an dalam mengelola ekspresi emosional sehingga terwujud komunikasi digital yang sehat, bermoral, dan berkeadaban.

1.4 Manfaat Penelitian

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dalam pengembangan studi tafsir Al-Qur'an, khususnya dalam kajian tafsir tematik (*tafsīr mawḍū'ī*) atas ayat-ayat yang berkaitan dengan ekspresi emosi dan komunikasi diri. Kombinasi antara tafsir bi al-ma'ṡūr klasik (*al-Ṭabarī dan Ibn Kaṡīr*) dengan tafsir Nusantara yang bercorak *adabi-ijtima'i* (Hamka) diharapkan memperkaya diskursus dengan menghadirkan sudut pandang keilmuan klasik sekaligus konteks sosial-budaya yang lebih dekat dengan realitas masyarakat Muslim Indonesia. Penelitian ini juga diharapkan memperkaya diskursus interdisipliner antara Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir dengan psikologi komunikasi modern, mengingat kajian *venting culture* selama ini masih didominasi pendekatan psikologi dan ilmu komunikasi semata, sementara pendekatan tafsir tematik terhadap fenomena tersebut masih relatif terbatas.

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai batas dan etika dalam mengungkapkan keluh kesah, kemarahan, kesedihan, maupun rasa syukur, tidak hanya dari sisi normatif Al-Qur'an, tetapi juga dari sisi relevansinya dengan realitas budaya curhat digital masyarakat kontemporer. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan awal bagi akademisi, mahasiswa, pendidik dan pemerhati studi Islam dalam memahami adab berkomunikasi dan mengelola emosi secara proporsional di ruang digital, serta menjadi bahan pertimbangan dalam kajian lanjutan yang bersifat interdisipliner.

1.5 Kajian Pustaka

Fenomena *venting culture* atau budaya mencurahkan emosi di ruang digital telah menjadi perhatian sejumlah penelitian lintas disiplin, terutama dalam bidang ilmu komunikasi dan psikologi media. Sejumlah studi menunjukkan bahwa platform digital, khususnya

media sosial, telah bertransformasi menjadi wadah baru bagi individu untuk mengekspresikan emosi, mencari validasi, serta membentuk identitas diri di ruang publik. Aliyyah Aura Avdijan dan Rumyeni dalam penelitiannya tentang akun autobase Twitter menemukan bahwa praktik pengungkapan diri mahasiswa di ruang anonim menciptakan dinamika sosial yang kompleks, di mana curahan hati berfungsi sebagai bentuk *coping mechanism* sekaligus pencarian solidaritas sosial.[11] Namun, mereka juga menyoroti adanya konsekuensi berupa distorsi makna, risiko eksposur publik, serta potensi kehilangan kendali atas narasi pribadi. Kajian tersebut menyorot aspek sosial-psikologis fenomena *venting*, tetapi belum menyentuh dimensi nilai keagamaan yang dapat menjadi pedoman etis bagi ekspresi diri di ruang digital.

Penelitian serupa dilakukan oleh Puput Maya Anggraini dan Kukuh Sinduwiatmo yang menelaah dinamika *self-disclosure* di kalangan mahasiswa. Hasilnya menunjukkan bahwa perilaku mengungkapkan diri di media sosial didorong oleh motif *uses and gratifications*, seperti kebutuhan akan pengakuan, pelepasan stres, dan upaya membangun kedekatan emosional.[12] Penelitian ini memperlihatkan bahwa perilaku curhat daring bukanlah fenomena pasif, melainkan hasil dari proses komunikasi yang sadar dan terarah. Temuan tersebut diperkuat oleh studi Ramita Hapsari yang meneliti penggunaan Twitter sebagai ruang pengungkapan diri mahasiswa di Depok. Ia menunjukkan bahwa fitur-fitur interaktif seperti *reply* dan *retweet* memungkinkan terciptanya percakapan emosional yang memperluas jaringan empati, tetapi juga memunculkan *emotional dependency* terhadap tanggapan dari audiens digital.[13]

Meskipun kedua penelitian ini berhasil menggambarkan motivasi dan mekanisme curhat daring secara komunikatif, keduanya

---

[11] Aliyyah Aura Avdijan dan Rumyeni, "Fenomena Akun Autobase di Twitter: Analisis Pengungkapan Diri Mahasiswa dalam Ruang Anonim," *Jurnal Online Mahasiswa FISIP Universitas Riau*, Vol. 9, No. 2 (2022), hlm. 1–13.

[12] Puput Maya Anggraini dan Kukuh Sinduwiatmo, "Dinamika Self-Disclosure di Media Sosial pada Kalangan Mahasiswa," *Jurnal Komunikasi Nusantara*, Vol. 6, No. 1 (2024), hlm. 45–58.

[13] Ramita Hapsari, "Twitter sebagai Ruang Pengungkapan Diri Mahasiswa di Kota Depok," *Jurnal Komunikasi dan Media*, Vol. 4, No. 2 (2020), hlm. 77–91.

belum menyinggung bagaimana nilai-nilai religius, khususnya yang bersumber dari Al-Qur'an, dapat memberikan landasan moral dalam praktik komunikasi emosional tersebut.

Dari perspektif perilaku pengguna digital, Lisa Septia Dewi Br Ginting meneliti hubungan antara *information literacy* dan kecenderungan *oversharing* di kalangan Generasi Z melalui Instagram. Ia menemukan bahwa rendahnya literasi informasi berbanding lurus dengan kecenderungan membagikan emosi secara berlebihan di ruang publik digital.[14] Hal ini mengindikasikan bahwa perilaku curhat daring tidak hanya berkaitan dengan aspek psikologis, tetapi juga kemampuan kognitif dan literasi digital individu dalam mengelola informasi pribadi. Penelitian ini dilengkapi oleh studi yang dilakukan oleh tim J-CEKI mengenai *self-disclosure* remaja, yang menyoroti faktor psikologis seperti kebutuhan penerimaan sosial dan rasa kesepian sebagai pemicu utama perilaku pengungkapan diri berlebihan.[15]

Kedua penelitian ini memperkaya pemahaman tentang aspek perilaku dan psikologis pengguna media sosial, namun masih terbatas pada analisis empiris tanpa mengaitkannya dengan perspektif etika spiritual yang dapat memberikan arahan normatif terhadap perilaku komunikasi di dunia maya.

Dalam ranah tafsir dan studi keislaman, Ahmad Murtaza dan M. Riyan Hidayat dalam artikelnya *"Influencer dalam Al-Qur'an: Sebuah Kajian Tafsir Tematik"* mengkaji nilai-nilai komunikasi Qur'ani seperti *qaulan ma'rūfan* dan *qaulan balīghan* sebagai pedoman etika berkomunikasi di era digital.[16] Kajian tersebut menunjukkan relevansi ajaran Al-Qur'an dalam membentuk pola

---

[14] Lisa Septia Dewi Br Ginting, "Information Literacy dan Kecenderungan Oversharing di Kalangan Generasi Z Pengguna Instagram," *Jurnal Psikologi dan Komunikasi Digital*, Vol. 3, No. 1 (2025), hlm. 22–39.

[15] Tim J-CEKI, "Self-Disclosure Remaja di Era Digital: Antara Kebutuhan Sosial dan Risiko Psikologis," *Jurnal Cendekia Komunikasi Islam*, Vol. 5, No. 1 (2024), hlm. 55–70.

[16] Ahmad Murtaza dan M. Riyan Hidayat, "Influencer dalam al-Qur'an: Sebuah Kajian Tafsir Tematik," *Jurnal Ilmu al-Qur'an dan Tafsir*, Vol. 4, No. 2 (2021), hlm. 100–117.

komunikasi yang santun, jujur, dan beretika di ruang maya. Meskipun demikian, fokus pembahasan masih bersifat konseptual dan belum menjangkau fenomena empiris seperti ekspresi emosi dan perilaku curhat digital yang kini menjadi bagian dari budaya komunikasi masyarakat modern. Dengan demikian, diperlukan penelitian yang tidak hanya mendalami ajaran komunikasi Qur'ani secara normatif, tetapi juga mengaitkannya langsung dengan realitas sosial di ruang digital.

Dari keseluruhan penelitian terdahulu tersebut dapat disimpulkan bahwa kajian mengenai budaya curhat digital telah banyak dilakukan dari aspek psikologis dan sosiologis, sementara studi keislaman masih terbatas pada tataran normatif-tematik. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya memadukan dua pendekatan tersebut dengan menelaah fenomena *venting culture* melalui perspektif tafsir Al-Qur'an, sehingga mampu menghadirkan pemahaman yang lebih utuh mengenai nilai-nilai etika komunikasi Qur'ani dalam mengarahkan ekspresi emosi di ruang publik digital.

1.6 Kerangka Teori

Fenomena *venting culture* merupakan salah satu bentuk komunikasi yang berkembang pesat seiring meningkatnya penggunaan media sosial sebagai ruang interaksi publik. Fenomena ini tidak hanya berkaitan dengan aktivitas mengungkapkan informasi pribadi, tetapi juga mencakup penyampaian pengalaman emosional, keluh kesah, kemarahan, kesedihan, maupun berbagai bentuk ekspresi diri lainnya. Oleh karena itu, penelitian mengenai *venting culture* dalam perspektif Al-Qur'an memerlukan pendekatan yang memadukan kajian tafsir dengan teori komunikasi agar diperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai fenomena tersebut, baik dari sisi normatif Al-Qur'an maupun dari sisi realitas sosial-psikologis masyarakat kontemporer.

Dalam penelitian ini, kerangka teori dibangun melalui dua pendekatan yang saling melengkapi, yaitu teori tafsir, khususnya metode *tafsīr mawḍū'ī* (tafsir tematik), dan teori *self-disclosure*. Teori *tafsir* digunakan sebagai kerangka metodologis untuk menghimpun dan menganalisis ayat-ayat Al-Qur'an yang berkaitan dengan konsep

syakwā, *ghaḍab*, *taḥadduth bi al-ni'mah* dan *ḥuzn* berdasarkan penafsiran para mufasir, sehingga diperoleh pemahaman yang utuh mengenai bagaimana Al-Qur'an memandang ekspresi emosi manusia. Adapun teori *self-disclosure* digunakan sebagai pisau analisis untuk memahami fenomena *venting culture* sebagai bentuk pengungkapan diri (*self-disclosure*) di ruang digital, termasuk bagaimana batas antara keterbukaan yang sehat dan keterbukaan yang berlebihan (*oversharing*) dapat terjadi dalam praktik komunikasi masyarakat kontemporer.

Kedua teori tersebut tidak diposisikan secara terpisah, melainkan dipadukan dalam satu kerangka analisis: nilai-nilai Qur'ani yang ditemukan melalui pendekatan tafsir mawḍū'ī direlevansikan dengan konsep *self-disclosure* untuk menghasilkan pemahaman yang komprehensif mengenai bagaimana Al-Qur'an memberikan pedoman etis terhadap fenomena *venting culture* di era digital. Hubungan antar kedua teori tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut.

1.6.1 Teori Tafsir

Secara etimologis, kata tafsir berasal dari bentuk kata kerja Arab *fassara–yufassiru* yang mengandung arti menerangkan, membuka, atau menampakkan sesuatu yang tadinya samar. Akar katanya berkaitan dengan *al-fasr*, yang dalam Lisān al-'Arab dipakai untuk menggambarkan proses menyingkap sesuatu yang tertutup hingga maknanya menjadi terang. Dengan demikian, secara kebahasaan tafsir dapat dipahami sebagai upaya keilmuan untuk menyingkap pesan yang tidak serta-merta tampak dari suatu lafaz. Pemaknaan ini sejalan dengan penggunaan kata tafsīran dalam Al-Qur'an sebagaimana termuat dalam QS. al-Furqān [25]: 33, yang oleh Ibn 'Abbās dimaknai bahwa Allah senantiasa memberikan penjelasan yang paling baik atas persoalan-persoalan yang dihadapkan kepada-Nya.[17]

Para ulama merumuskan definisi tafsir dengan rumusan yang bervariasi namun saling menguatkan satu sama lain. Al-Zarkasyī

[17] Amroeni Drajat, *Ulumul Qur'an* (Depok: Kencana, 2017), hlm. 123.

sendiri merangkumnya sebagai ilmu untuk memahami Kitab Allah yang diturunkan kepada Nabi Muhammad saw., menguraikan kandungan maknanya, serta menggali hukum dan hikmah yang terkandung di dalamnya.[18] Rumusan ini menegaskan bahwa peran tafsir bukan sekadar menerangkan makna literal ayat, melainkan juga menyingkap hikmah di baliknya, yaitu maksud dan kebijaksanaan syariat yang dapat ditelusuri melalui penalaran dan analisis, sejauh tidak berseberangan dengan nash.

Dalam konteks penelitian ini, definisi tersebut membuka ruang untuk memahami ayat-ayat yang berbicara tentang *syakwā* (keluh kesah), *ghaḍab* (kemarahan), *taḥadduth bi al-ni'mah* (menceritakan nikmat), dan *ḥuzn* (kesedihan) bukan sekadar sebagai kisah atau narasi normatif tentang ekspresi emosi para nabi dan umat terdahulu, melainkan sebagai bagian dari hikmah syariat yang mengandung tuntunan adab dalam mengelola dan menyampaikan emosi. Dengan demikian, kajian atas relevansi nilai-nilai Qur'ani tersebut dengan fenomena *venting culture* di media sosial kontemporer dapat diposisikan sebagai ikhtiar untuk menyingkap hikmah hukum sebagaimana dimaksud oleh al-Zarkasyī, yakni menjadikan tafsir sebagai jembatan antara pesan wahyu dan persoalan aktual yang dihadapi umat.

1.6.2 Teori Self-Disclosure (Pengungkapan Diri)

Teori *self-disclosure* yang dikembangkan oleh Sidney Jourard menjelaskan bahwa pengungkapan diri merupakan proses komunikasi ketika seseorang secara sadar membagikan informasi mengenai dirinya kepada orang lain, baik berupa pengalaman hidup, pikiran maupun perasaan. Menurut Jourard, keterbukaan diri merupakan salah satu syarat terbentuknya hubungan interpersonal yang sehat karena

[18] Badr al-Dīn al-Zarkasyī, *al-Burhān fī 'Ulūm al-Qur'ān*, cet. I (Kairo: Dār Iḥyā' al-Kutub al-'Arabiyyah, 1957), jil. 1, hlm. 13.

melalui proses tersebut individu memperoleh kepercayaan, kedekatan emosional serta saling memahami dalam suatu hubungan sosial.[19]

Dalam perkembangan komunikasi digital, proses *self-disclosure* mengalami perubahan yang cukup signifikan. Apabila sebelumnya pengungkapan diri dilakukan dalam hubungan interpersonal yang terbatas, media sosial memungkinkan seseorang menyampaikan informasi pribadi kepada khalayak yang jauh lebih luas. Akibatnya, batas antara ruang privat dan ruang publik menjadi semakin kabur sehingga proses pengungkapan diri tidak selalu diikuti dengan pertimbangan mengenai dampak psikologis maupun sosial yang mungkin muncul.[20]

Dalam konteks penelitian ini, teori *self-disclosure* digunakan untuk menjelaskan bahwa *venting culture* pada dasarnya merupakan salah satu bentuk pengungkapan diri (*self-disclosure*), di mana individu membagikan pengalaman, pikiran maupun perasaannya, baik yang bersifat negatif seperti keluh kesah (*syakwā*), kemarahan (*ghaḍab*), kesedihan (*ḥuzn*) maupun yang bersifat positif seperti ungkapan rasa syukur (*taḥadduth bi al-ni'mah*) kepada khalayak di ruang digital. Dengan demikian, teori ini memadai untuk menjelaskan *venting culture* secara utuh sebagai satu kontinum pengungkapan diri, tanpa perlu dibatasi hanya pada pengungkapan emosi negatif semata.

Selanjutnya, teori ini juga digunakan untuk menganalisis pergeseran pola pengungkapan diri di era digital, yakni bagaimana batas antara ruang privat dan ruang publik menjadi semakin kabur sehingga individu cenderung membagikan pengalaman emosionalnya secara terbuka tanpa mempertimbangkan secara memadai dampak psikologis maupun sosial yang mungkin ditimbulkan. Kondisi inilah yang kemudian menjadi titik tolak bagi penelitian ini untuk merelevansikan konsep *self-disclosure* tersebut dengan nilai-nilai Qur'ani mengenai adab mengungkapkan perasaan, sehingga diperoleh

---

[19] Sidney Jourard, *The Transparent Self* (New York: Van Nostrand Reinhold, 1971), hlm. 19–23.

[20] John B. Thompson, *The Media and Modernity: A Social Theory of the Media* (Stanford: Stanford University Press, 1995), hlm. 85–90.

pedoman etis yang dapat menuntun perilaku *venting* di ruang digital agar tetap proporsional dan bertanggung jawab.

1.6.3 Teori Etika Komunikasi Qur'ani

Al-Qur'an telah memberikan prinsip-prinsip komunikasi yang mencerminkan adab, keseimbangan emosional, dan tanggung jawab moral. Ayat-ayat seperti *qaulan ma'rūfan* (perkataan yang baik), *qaulan balīghan* (perkataan yang efektif), *qaulan layyinan* (perkataan yang lemah lembut) dan *qaulan karīman* (perkataan yang mulia) menjadi fondasi etik dalam berkomunikasi.[21]

Etika komunikasi Qur'ani ini dapat dipahami melalui pendekatan *tafsīr mauḍū'ī*, dengan menelusuri ayat-ayat yang berkaitan dengan pengendalian emosi, penyampaian pendapat, serta tanggung jawab moral dalam berbicara di hadapan publik. Dalam konteks venting culture, teori ini akan menjadi kerangka utama untuk menilai sejauh mana ekspresi diri di media sosial sesuai dengan nilai-nilai Qur'ani, atau justru melenceng dari prinsip adab berbicara dan menjaga kehormatan diri.

Kerangka etika ini juga berfungsi sebagai penyeimbang antara kebutuhan psikologis untuk meluapkan emosi dan kewajiban spiritual untuk menjaga akhlak komunikasi. Dengan demikian, Al-Qur'an tidak hanya dilihat sebagai teks normatif, tetapi juga sebagai sumber pedoman moral yang relevan bagi masyarakat digital modern.

1.7. Metode Penelitian

1.7.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode *tafsīr mawḍū'ī*, yaitu metode penafsiran yang menghimpun seluruh ayat Al-Qur'an yang berkaitan dengan suatu tema tertentu, kemudian dianalisis secara sistematis dan komprehensif untuk memperoleh pemahaman yang utuh mengenai *venting culture* dalam perspektif Al-Qur'an. Melalui

[21] M. Quraish Shihab, *Wawasan al-Qur'an: Tafsir Maudhu'i atas Pelbagai Persoalan Umat* (Bandung: Mizan, 1996), hlm. 352–357.

metode ini, penelitian berupaya mengungkap bagaimana Al-Qur'an memandang pengungkapan emosi manusia serta mengonstruksikan nilai-nilai Qur'ani sebagai pedoman etis dalam menghadapi fenomena *venting culture* di era media sosial.

Menurut Abd al-Ḥayy al-Farmawī, langkah-langkah *tafsīr mawḍū'ī* diawali dengan menentukan tema yang akan dikaji, kemudian menghimpun seluruh ayat Al-Qur'an yang berkaitan dengan tema tersebut, baik ayat *Makkiyyah* maupun *Madaniyyah*. Selanjutnya, ayat-ayat disusun berdasarkan kronologi turunnya disertai penjelasan mengenai *asbāb al-nuzūl* dan *munāsabah* antar ayat, kemudian disusun kerangka pembahasan yang sistematis serta dilengkapi dengan hadis-hadis yang relevan apabila diperlukan untuk memperjelas makna ayat. Tahap berikutnya ialah menganalisis ayat-ayat tersebut secara tematik dengan memperhatikan hubungan antara ayat yang bersifat umum dan khusus, *muṭlaq* dan *muqayyad*, ayat-ayat yang tampak berbeda maknanya, serta aspek *nāsikh* dan *mansūkh*, sehingga diperoleh pemahaman yang utuh dan komprehensif mengenai tema yang diteliti.[22]

Dalam penelitian ini, metode *tafsīr mawḍū'ī* diterapkan untuk menganalisis ayat-ayat yang berkaitan dengan pengungkapan emosi melalui konsep *syakwā*, *ḥuzn*, *ghaḍab* dan *taḥadduth bi al-ni'mah*. Hasil analisis terhadap penafsiran para mufasir selanjutnya didialogkan dengan teori *Self-Disclosure* untuk memahami karakteristik *venting culture* sebagai bentuk pengungkapan diri dalam komunikasi kontemporer, serta teori Komunikasi Qur'ani untuk menganalisis nilai-nilai etis komunikasi yang diajarkan Al-Qur'an. Melalui pendekatan tersebut, penelitian ini menempatkan Al-Qur'an sebagai sumber utama dalam membangun konsep dan pedoman etis mengenai *venting culture*, sedangkan teori komunikasi digunakan sebagai perangkat analisis untuk menjelaskan fenomena komunikasi

[22] Abd. al-Ḥayy al-Farmawi, *Metode Tafsir Maudhu'i: Sebuah Pengantar*, terj. Suryan A. Jamrah (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1996), hlm. 45.

digital secara kontekstual tanpa menggeser otoritas Al-Qur'an sebagai landasan utama penelitian.

1.7.2 Sumber Data Penelitian

Data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data yang berhubungan dengan fenomena *venting culture* atau budaya curhat digital dalam perspektif Al-Qur'an. Penelitian ini berupaya menemukan nilai-nilai komunikasi Qur'ani yang dapat menjadi pedoman etis dalam menyalurkan emosi dan ekspresi diri di ruang digital. Oleh karena itu, data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder.

Data Primer merupakan data utama yang secara langsung berkaitan dengan objek kajian, yaitu ayat-ayat Al-Qur'an yang berbicara tentang komunikasi, ekspresi emosi, dan adab berbicara di hadapan publik. Dalam penelitian tafsir tematik, ayat-ayat tersebut menjadi sumber utama untuk menemukan nilai-nilai normatif Qur'ani yang relevan dengan konteks sosial tertentu.[23] Selain itu, untuk memperdalam pemaknaan ayat-ayat tersebut, penelitian ini menggunakan beberapa kitab tafsir sebagai sumber utama interpretasi teks, antara lain:

1. Tafsīr al-Ṭabarī (*Jāmi'al-Bayān 'an Ta'wīl Āy al-Qur'ān*), karya Abū Ja'far Muḥammad ibn Jarīr al-Ṭabarī, yang memiliki corak *tafsīr bi al-ma'tsūr* dan kaya dengan riwayat sahabat serta tābi'īn dalam menjelaskan ayat-ayat tentang adab berbicara, nasihat, dan pengendalian emosi.
2. Tafsīr Ibn Kathīr (*Tafsīr al-Qur'ān al-'Aẓīm*), yang banyak menafsirkan ayat-ayat akhlak dan komunikasi manusia berdasarkan hadis Nabi SAW, sehingga relevan untuk memahami panduan Qur'ani dalam berinteraksi sosial.
3. Tafsir al-Azhar, karya Hamka, yang bercorak *adabī ijtimā'ī* (sosial kemasyarakatan) dan kontekstual terhadap kehidupan

[23] Abdul Mustaqim, *Metodologi Penelitian Tafsir al-Qur'an Kontemporer*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2014), hal. 67–68.

modern. Tafsir ini penting untuk mengaitkan nilai-nilai Qur'ani dengan fenomena komunikasi masyarakat digital masa kini.

Ketiga tafsir ini dipilih karena saling melengkapi: al-Ṭabarī dari sisi otoritas klasik dan linguistik, Ibn Kathīr dari sisi hadis dan moralitas dan Hamka dari sisi kontekstual dan sosial modern. Melalui triangulasi ketiganya, penelitian ini diharapkan mampu menemukan nilai-nilai komunikasi Qur'ani yang relevan dengan budaya curhat digital di media sosial.

Data sekunder adalah data penunjang yang diperoleh dari berbagai sumber ilmiah yang relevan dengan tema penelitian.[24] Data sekunder ini mencakup buku-buku *'Ulūm Al-Qur'an*, karya psikologi komunikasi, literatur media digital, artikel jurnal ilmiah, serta tesis dan disertasi terdahulu yang menyinggung fenomena *venting culture*, *self-disclosure* dan etika komunikasi Islam.

Data sekunder ini digunakan untuk memperkuat kerangka teoritis penelitian, membangun konteks sosial-budaya fenomena *venting culture*, serta mendukung analisis tafsir dalam menafsirkan makna ayat-ayat Al-Qur'an yang berkaitan dengan perilaku komunikasi dan pengungkapan diri di ruang publik digital.

1.7.3 Teknik Pengumpulan Data

Upaya pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui penerapan metode *tafsīr mauḍū'ī* (tematik), yaitu metode yang menonjolkan topik atau tema tertentu yang dikaji secara menyeluruh dari berbagai ayat Al-Qur'an. Metode ini dipilih karena dianggap paling sesuai untuk menelaah fenomena *venting culture* atau budaya mencurahkan emosi di ruang digital yang secara eksplisit tidak disebutkan dalam Al-Qur'an, namun secara substansial memiliki relevansi yang kuat dengan konsep pengungkapan diri, adab berbicara, pengendalian emosi serta etika komunikasi. Melalui metode

[24] Asep Hermawan, *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*, (Jakarta: PT Grasindo, 2005), hal. 168.

ini, peneliti berupaya menemukan nilai-nilai etis dan spiritual yang terkandung dalam ayat-ayat Al-Qur'an guna memberikan panduan normatif terhadap perilaku komunikasi di era digital.[25]

Langkah pertama dalam proses pengumpulan data dimulai dengan penetapan tema kajian dan penentuan kata kunci yang berkaitan dengan topik penelitian.[26] Karena istilah *venting culture* tidak ditemukan secara langsung dalam teks Al-Qur'an , maka peneliti menggunakan kata-kata kunci yang berkaitan dengan pengungkapan perasaan dan emosi seperti شَكْوَى (*syakwā/keluh kesah*), حُزْن (*ḥuzn/sedih*), غَضَب (*ghadab/marah*), قَوْل (*qaul/ucapan*), صَبْر (*ṣabr/sabar*), serta istilah yang menunjukkan etika komunikasi seperti قَوْلًا مَعْرُوفًا (*qaulan ma'rūfan*) dan قَوْلًا لَيِّنًا (*qaulan layyinan*). Kata-kata kunci ini dijadikan acuan untuk menelusuri ayat-ayat yang relevan melalui indeks Al-Qur'an dan aplikasi digital seperti *Learn Quran Tafsir* serta perangkat penunjang lain yang kredibel.[27]

Setelah ayat-ayat yang relevan ditemukan, peneliti menghimpun penjelasan dan penafsiran dari berbagai kitab tafsir klasik dan modern. Kitab tafsir yang dijadikan rujukan utama meliputi *Jāmi' al-Bayān* karya al-Ṭabarī yang mewakili corak *tafsīr bi al-ma'tsūr*, *Tafsīr al-Qur'ān al-'Aẓīm* karya Ibn Kathīr yang menggabungkan pendekatan riwayah dan dirāyah serta *Tafsīr al-Azhar* karya Hamka yang mencerminkan corak kontekstual dan adabī ijtimā'ī. Melalui penggabungan berbagai sumber ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang komprehensif terhadap pesan Al-Qur'an terkait fenomena *venting culture*, baik dari dimensi tekstual maupun kontekstual.

---

[25] Ahmad Izzan dan Dindin Saepudin, *Tafsir Maudhu"i*: *Metode Praktis Penafsiran Al-Qur'an*, (Bandung: Pustaka Setia, 2014), hlm. 29.

[26] Abdul Hayy Al-Farmawi, *terjemah Al-Bidayah Fi At-Tafsir AlMaudhu"i: Dirasah Manhajiyyah Maudhu"iyyah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2002), hal. 51-55.

[27] Abdul Mustaqim, *Metode Penenelitian Al-Qur"an dan Tafsir*, (Yogyakarta: Idea Press, 2014), hlm. 61-63.

Selanjutnya, peneliti mengelompokkan ayat-ayat tersebut berdasarkan kesamaan tema dan makna. Misalnya, ayat-ayat yang berbicara tentang pengaduan kepada Allah, larangan mengeluh kepada manusia, perintah menahan amarah, atau ajaran tentang berkata baik dan berlemah lembut. Pengelompokan ini dilakukan agar setiap unit tematik dapat dikaji secara fokus dan sistematis sesuai konteksnya. Dalam tahapan ini, peneliti juga memperhatikan korelasi antar-ayat (*munāsabah*) dan kemungkinan hubungan semantik antara satu konsep dengan konsep lainnya.

Untuk memberikan kedalaman analisis yang lebih komprehensif, peneliti juga menghimpun data sekunder berupa hasil penelitian terdahulu, artikel jurnal dan karya ilmiah mutakhir yang membahas fenomena *venting culture*, *self-disclosure* dan perilaku komunikasi di media sosial. Sumber-sumber sekunder ini diambil dari jurnal-jurnal ilmiah yang relevan di bidang tafsir, komunikasi dan psikologi modern antara tahun 2020 - 2025. Tujuannya adalah agar penelitian ini tidak hanya berdiri di atas teks keagamaan, tetapi juga memiliki keterkaitan langsung dengan realitas sosial masyarakat modern.

Setiap data yang diperoleh kemudian dikaji berdasarkan prinsip-prinsip kritik sumber, baik terhadap teks tafsir maupun konteks empirisnya. Peneliti berupaya memastikan keabsahan data melalui proses triangulasi, yaitu dengan membandingkan pandangan antar-mufassir dari periode berbeda, menghubungkannya dengan hadits-hadits yang relevan, serta mengaitkannya dengan temuan empiris dari penelitian kontemporer. Semua sumber data tersebut didokumentasikan secara sistematis menggunakan perangkat manajemen referensi agar mudah ditelusuri kembali saat analisis dan penyusunan tesis.

Dengan prosedur demikian, teknik pengumpulan data dalam penelitian ini tidak hanya berfokus pada aspek tekstual keagamaan, tetapi juga mengintegrasikannya dengan wacana sosial dan komunikasi kontemporer. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menampilkan pemahaman yang lebih utuh mengenai bagaimana

nilai-nilai komunikasi Qur'ani dapat dihadirkan sebagai pedoman etis bagi perilaku curhat digital di ruang publik modern.

1.7.4 Teknik Analisis Data

Proses analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahapan yang sistematis. Tahap pertama dimulai dengan mempelajari dan memahami seluruh data yang diperoleh dari berbagai sumber primer dan sekunder. Langkah ini dilakukan dengan cara mengelompokkan data sesuai kategori tematik, menjabarkannya ke dalam satuan-satuan makna, melakukan sintesis terhadap informasi yang serupa, serta menyusun pola dan keterkaitan antar data. Dari proses tersebut, peneliti berupaya untuk menentukan aspek-aspek yang dianggap relevan dan signifikan, sehingga dapat diambil suatu pemahaman yang komprehensif dan mudah dipahami baik oleh peneliti sendiri maupun pembaca.[28]

Dalam konteks ini, peneliti menelaah ayat-ayat Al-Qur'an yang berkaitan dengan fenomena *Venting Culture*, yakni perilaku mengekspresikan emosi, keluh kesah atau menyampaikan kesenangan di hadapan publik. Analisis dilakukan dengan menghimpun ayat-ayat yang memiliki kesamaan tema atau pesan moral, serta mengompromikan makna antara ayat yang bersifat umum *('ām)* dan khusus *(khāṣ)*, mutlak dan muqayyad (terikat) atau ayat-ayat yang secara lahiriah tampak memiliki perbedaan makna, sehingga diperoleh pemahaman yang harmonis dan utuh terhadap nilai-nilai komunikasi emosional dalam perspektif Al-Qur'an.

Selanjutnya, data yang telah dihimpun dianalisis menggunakan metode deskriptif kualitatif, yaitu dengan cara menggambarkan dan menjelaskan makna ayat-ayat Al-Qur'an sebagaimana ditemukan, tanpa bermaksud melakukan generalisasi.[29] Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memaparkan secara deskriptif makna

---

[28] Umrati Hengki Wijaya, *Analisis Data Kualitatif*, (Makassar: Sekolah tinggi theologia jaffray, 2020), hlm. 85.

[29] Agus Purwoto, *Panduan Laboratorium Statistik Inferensial*, (Indonesia: Grasindo, 2007), hlm. 1.

dan pesan yang terkandung dalam ayat-ayat Al-Qur'an serta penafsiran para mufasir yang relevan dengan fenomena *Venting Culture*, guna menemukan nilai-nilai etis dan prinsip komunikasi yang Qur'ani.

1.8. Sistematika Pembahasan

Untuk menggambarkan konsep penelitian yang terstruktur dan sistematis, maka tahapan-tahapan yang dilakukan dalam penelitian ini termuat dalam empat bab, yaitu sebagai berikut:

Bab pertama merupakan Pendahuluan, yang berisi uraian mengenai latar belakang masalah yang menjadi dasar munculnya penelitian tentang fenomena *Venting Culture* dalam perspektif Al-Qur'an. Pada bab ini juga dijelaskan rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teori yang digunakan, serta metode penelitian yang menjadi pedoman dalam proses analisis. Dengan demikian, pembaca akan memperoleh gambaran menyeluruh mengenai arah dan rancangan penelitian yang dilakukan.

Bab kedua merupakan Kajian Teoretis dan Konseptual, yang membahas teori-teori dan konsep-konsep yang relevan dengan tema penelitian, seperti konsep komunikasi dalam Al-Qur'an, etika berbicara, ekspresi emosi, serta prinsip-prinsip adab berkomunikasi dalam Islam. Selain itu, bab ini juga menguraikan pandangan para mufasir klasik maupun kontemporer sebagai landasan teoretis untuk memahami fenomena *Venting Culture* dalam kerangka tafsir Al-Qur'an.

Bab ketiga berisi Analisis dan Pembahasan Data, yang mencakup hasil penelusuran terhadap ayat-ayat Al-Qur'an yang berkaitan dengan komunikasi, pengendalian emosi, dan adab berbicara di hadapan publik. Pada bab ini, penulis menganalisis ayat-ayat tersebut berdasarkan metode tematik (*maudhu'i*) dan menafsirkan maknanya dengan merujuk pada berbagai kitab tafsir. Analisis dilakukan untuk memahami bagaimana Al-Qur'an memberikan panduan terhadap fenomena *Venting Culture* sebagai bentuk ekspresi emosional dalam kehidupan modern.

Bab keempat merupakan Penutup, yang berisi kesimpulan dari hasil penelitian serta saran-saran yang relevan bagi pengembangan kajian tafsir dan praktik komunikasi Islami di era digital. Bab ini menjadi refleksi akhir terhadap temuan penelitian dan kontribusi yang dihasilkan bagi studi Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir kontemporer.

BAB II
TINJAUAN UMUM KONSEP *VENTING* CULTURE

2.1 Media Sosial sebagai Ruang Ekspresi Emosional

Perkembangan media sosial telah mengubah pola komunikasi masyarakat dari interaksi yang bersifat terbatas dan interpersonal menjadi komunikasi yang terbuka, terdigitalisasi dan berlangsung dalam ruang publik yang sangat luas. Dalam konteks ini, media sosial tidak lagi sekadar berfungsi sebagai sarana pertukaran informasi, melainkan juga menjadi ruang ekspresi emosi, pencarian dukungan sosial, pembentukan citra diri dan arena negosiasi identitas. Sejumlah penelitian mutakhir menunjukkan bahwa praktik self-disclosure di media sosial berkaitan dengan upaya memperoleh keterhubungan sosial, dukungan emosional dan penguatan identitas personal, meskipun pada saat yang sama membawa risiko privasi, salah tafsir dan dampak psikologis jangka panjang.[30]

Perubahan fungsi media sosial tersebut menempatkan ekspresi perasaan sebagai bagian dari kebudayaan digital sehari-hari. Curahan hati, keluhan, kemarahan, rasa sedih dan kegelisahan kini tidak lagi hanya disampaikan dalam ruang privat, tetapi juga dipublikasikan melalui status, story, thread, atau unggahan lain yang dapat diakses oleh audiens luas. Karena itu, media sosial dapat dipahami sebagai ruang baru tempat emosi diproduksi, ditampilkan dan ditanggapi secara sosial, sehingga ekspresi perasaan tidak lagi semata-mata bersifat pribadi, melainkan menjadi fenomena sosial yang sarat makna etik dan kultural.[31]

Dalam kerangka tersebut, budaya curhat digital atau *venting culture* muncul sebagai salah satu gejala khas masyarakat jaringan.

---

[30] Carmen Surariu, Kathy Carnelley, dan Claire Hart, *"The Social Benefits of Self-Disclosure and Self-Presentation Through Social Media: A Systematic Review," Behaviour & Information Technology* (2025): hlm. 5.

[31] Alexander P. Schouten, dkk., *"Self-Disclosure Versus Self-Presentation on Social Media," Current Opinion in Psychology* 31 (2019): hlm. 111.

Praktik ini pada dasarnya berkaitan dengan kecenderungan individu untuk meluapkan isi hati, tekanan batin atau pengalaman negatif melalui media digital dengan harapan memperoleh kelegaan emosional maupun respons sosial. Walaupun dalam batas tertentu perilaku demikian dapat berfungsi sebagai mekanisme coping, berbagai studi menegaskan bahwa pengungkapan diri yang berisiko di ruang daring juga berhubungan dengan konsekuensi yang stabil dan nyata, terutama ketika dilakukan secara impulsif, tanpa kontrol privasi dan bergantung pada pengakuan publik.

2.2 Konsep *Venting* Culture, *Self-Disclosure* dan *Oversharing*

Secara konseptual, *venting culture* dapat dipahami sebagai kebiasaan menyalurkan tekanan emosional, keluh kesah, frustrasi atau keresahan pribadi melalui media sosial, baik secara terbuka maupun semi-terbuka. Fenomena ini beririsan langsung dengan konsep *self-disclosure*, yakni tindakan membuka informasi pribadi, pikiran dan perasaan kepada orang lain. Dalam teori komunikasi, *self-disclosure* dipandang sebagai unsur penting dalam hubungan sosial karena dapat membangun kedekatan, kepercayaan dan dukungan. Namun, di era digital, audiens pengungkapan diri tidak lagi terbatas pada orang-orang terpercaya, melainkan dapat meluas kepada orang asing, algoritma platform dan jejaring sosial yang tidak sepenuhnya terkendali.[32]

Studi sistematis mengenai *self-disclosure* di media sosial menunjukkan bahwa pengungkapan diri memiliki manfaat sosial tertentu, seperti meningkatnya rasa keterhubungan, dukungan emosional dan kebermaknaan relasi. Akan tetapi, manfaat tersebut tidak dapat dipisahkan dari potensi kerugian, terutama ketika informasi yang dibagikan terlalu dalam, terlalu luas atau terlalu sering,

[32] Nannan Zhao dan Peter Vorderer, "Self-Disclosure in Social Media and Psychological Well-Being: A Meta-Analysis," Journal of Social and Personal Relationships 40, no. 2 (2023): hlm. 580.

sehingga menimbulkan persoalan reputasi, penyesalan, kerentanan psikologis, bahkan penggunaan media sosial yang problematik.[33]

Dalam titik inilah istilah *oversharing* menjadi relevan. *Oversharing* merujuk pada pengungkapan informasi pribadi secara berlebihan, melampaui batas kepantasan, kebutuhan dan perlindungan diri. Penelitian tentang *risky online self-disclosure* pada remaja menunjukkan bahwa perilaku pengungkapan berisiko tidak cukup dijelaskan oleh satu faktor psikologis saja, melainkan dipengaruhi oleh konteks internet, karakter platform, serta kebutuhan interaksi sosial. Di sisi lain, meta-analisis tersebut juga menegaskan bahwa *risky self-disclosure* memiliki hubungan positif yang signifikan dengan berbagai konsekuensi yang menyertainya.[34]

Dengan demikian, *venting* culture tidak dapat dinilai hanya sebagai gejala spontan pelepasan emosi. Ia harus dipahami sebagai praktik komunikasi digital yang berada di antara dua kutub: di satu sisi memberi ruang bagi seseorang untuk merasa didengar dan memperoleh dukungan, tetapi di sisi lain berpotensi menyeret individu kepada ketergantungan afektif, pembukaan aib, distorsi identitas dan krisis privasi. Karena itu, analisis *venting* culture membutuhkan perangkat etik yang tidak hanya menjelaskan mengapa orang melakukan pengungkapan diri, tetapi juga menilai bagaimana pengungkapan itu seharusnya diarahkan. Dalam konteks penelitian ini, perangkat etik tersebut ditemukan dalam nilai-nilai komunikasi Al-Qur'an.

2.3 *Venting Culture*: Pengertian dan Perkembangan Historis

2.3.1 Definisi *Venting Culture*

Istilah *venting culture* merujuk pada budaya menyalurkan tekanan emosional, keluh kesah, kemarahan atau rasa frustasi kepada pihak lain sebagai bentuk pelepasan emosi. Dalam konteks masyarakat digital, *venting* tidak lagi hanya terjadi dalam percakapan

[33] Nannan Zhao dan Peter Vorderer, "Self-Disclosure…, hlm. 580.
[34] Nannan Zhao dan Peter Vorderer, "Self-Disclosure…, hlm. 580-581.

langsung, tetapi bergeser menjadi praktik komunikasi yang berlangsung di ruang daring, baik melalui media sosial, forum, aplikasi pesan instan, maupun interaksi dengan kecerdasan buatan.[35] *Venting culture* dengan demikian dapat didefinisikan sebagai pola kebiasaan kolektif di mana individu menjadikan ruang publik atau semi-publik digital sebagai media untuk mencurahkan isi hati dan mengekspresikan perasaan negatif maupun positif.

Dalam psikologi komunikasi, *venting* sering dipahami sebagai bagian dari mekanisme *coping* emosional, yaitu upaya mengurangi ketegangan batin melalui pengungkapan diri kepada orang lain. Pengungkapan tersebut bisa berupa narasi pengalaman, ekspresi kemarahan, tangisan atau curahan perasaan yang selama ini dipendam. Dalam situasi tertentu, *venting* dapat memberikan efek lega, meningkatkan persepsi dukungan sosial dan membantu individu merekonstruksi pengalaman secara lebih teratur. Namun, ketika *venting* dilakukan secara impulsif, tanpa pertimbangan audience dan jangka panjang, ia dapat berubah menjadi praktik *oversharing* yang memunculkan risiko psikologis, sosial dan etis.[36]

Digital *venting* secara lebih spesifik menunjuk pada praktik *venting* yang dimediasi oleh teknologi. Bentuknya dapat berupa status emosional di media sosial, *story* yang berisi curhat, *thread* panjang yang mengisahkan luka batin, unggahan anonim di akun *autobase*, hingga percakapan dengan chatbot yang dipersepsikan sebagai "pendengar netral". Karakteristik utama digital *venting* adalah keberadaannya di ruang yang berciri: terekam (archival), dapat disebarluaskan (shareable), dan bergantung pada algoritma yang dapat memperbesar jangkauan ekspresi emosional tersebut melampaui niat awal pengunggah.

---

[35] Jingle Sun, Akmar Hayati Ahmad Ghazali, dan Rahman Saiful Nujaimi Abdul, "Risky Online Self-Disclosure in Adolescents: A Meta-Analytic Review of Predictors and Outcomes," Frontiers in Psychology 16 (2025): hlm. 7.

[36] Jingle Sun dkk, "Risky Online..., hlm. 7-8.

2.3.2 Tipologi *Venting* dalam Perspektif Sosial-Psikologis

Venting culture tidak bersifat tunggal; ia memiliki ragam bentuk dan motivasi yang berbeda. Berdasarkan kajian psikologi dan komunikasi, serta pengamatan terhadap praktik *venting* digital, setidaknya dapat diidentifikasi beberapa tipologi *venting*:

1. ***Venting* spontan (*spontaneous venting*)**
   Venting ini muncul sebagai respons segera terhadap tekanan emosi yang kuat, seperti kemarahan, kekecewaan atau kaget. Individu menulis atau mengunggah curahan hati tanpa banyak perencanaan dan sering kali menyesal di kemudian hari, terutama bila isi curhat menyangkut pihak lain atau memuat aib pribadi.[37]
2. ***Venting* instrumental**
   Dalam tipe ini, *venting* dilakukan dengan tujuan tertentu, misalnya untuk mencari saran, dukungan psikologis, validasi moral atau dukungan kolektif terhadap suatu ketidakadilan. Curhat disusun secara lebih rapi, sering kali disertai kronologi dan bukti, sehingga mendekati bentuk *complaint* atau protes publik.[38]
3. ***Venting* ritual**
   Venting ritual berkaitan dengan kebiasaan tertentu, misalnya rutinitas "curhat malam" di akun *second* atau unggahan mingguan di platform tertentu yang diikuti oleh komunitas. *Venting* menjadi bagian dari rutinitas yang memberi rasa

[37] Sina Ostendorf, Silke M. Müller, dan Matthias Brand, "Neglecting Long-Term Risks: Self-Disclosure on Social Media and Its Relation to Individual Decision-Making Tendencies and Problematic Social-Networks-Use," Frontiers in Psychology 11 (2020), hlm. 6.

[38] Arum Rindu Sekar Kasih dkk., "Transformasi Ruang Publik Digital: Studi Kasus Komentar Netizen dalam Akun Curhat," Kajian Linguistik dan Sastra 9, No. 01 (2024), hlm. 30.

kebersamaan, meski kadang tak selalu menyelesaikan akar masalah psikologis individu.[39]

4. ***Venting* performative**

   Venting jenis ini menonjolkan dimensi performatif: ekspresi emosi dikemas sedemikian rupa untuk mendapatkan atensi, *likes*, *shares* atau citra tertentu. Emosi di sini bukan hanya diluapkan, tetapi dipertunjukkan sehingga beririsan dengan upaya *self-branding* di media sosial. Dalam beberapa kasus, curhat yang viral menjadi modal simbolik baru bagi individu tersebut.[40]

Tipologi di atas menunjukkan bahwa *venting* tidak bisa dipahami secara hitam-putih sebagai sekadar "curhat" yang netral. Di dalamnya terdapat motif, strategi dan konsekuensi yang beragam. Dari perspektif penelitian ini, pengenalan tipologi ini penting sebagai pijakan ketika nanti ayat-ayat Al-Qur'an digunakan untuk menilai mana bentuk *venting* yang lebih dekat kepada adab syar'i dan mana yang berpotensi melanggar prinsip etika Qur'ani.

2.3.3 Sejarah Praktik *Venting*: dari Curhat Lisan ke Budaya Curhat Digital

Secara historis, kecenderungan manusia untuk "*venting*" atau mencurahkan isi hati bukanlah fenomena baru. Dalam masyarakat tradisional, curahan perasaan sering terjadi di lingkaran keluarga, majelis kecil, atau melalui medium sastra lisan. Cerita, syair dan nyanyian menjadi wadah untuk mengekspresikan duka, rindu, ketidakadilan maupun harapan. Dalam tradisi tertentu, ritual menangis bersama, meratap atau berdoa kolektif juga berfungsi sebagai mekanisme kolektif untuk mengelola trauma dan kesedihan.[41]

---

[39] Silvia Tabah Hati Br. Sembiring dkk., "Perubahan Sosial Budaya: Curhat Publik Sebagai Bentuk Ekspresi Emosional Dalam Masyarakat Digital," RIGGS: Jurnal Riset Global dan Strategis 3, No. 01 (2026), hal. 50.

[40] Ilpa Hasanah, "Pengaruh Media Sosial sebagai Tempat Curhat terhadap Kesehatan Mental Mahasiswa STAIN Mandailing Natal," *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Agama Islam 7*, No. 01 (2026), hlm. 65.

[41] Ilpa Hasanah, "Pengaruh Media Sosial..., hlm. 68.

Dalam tradisi sastra, konsep *catharsis* yang diperkenalkan Aristoteles menggambarkan bagaimana tragedi dapat membersihkan emosi penonton melalui pengalaman estetis yang intens. Emosi seperti takut dan iba diproses melalui cerita, sehingga menghasilkan pelepasan (purgation) yang menenangkan jiwa. Konsep ini menunjukkan bahwa sejak awal, manusia telah menggunakan medium representasi baik narasi maupun puisi untuk memproses emosi yang sulit diungkapkan secara langsung.[42]

Perkembangan media tulis dan cetak kemudian memperluas kemungkinan *venting* melalui jurnal pribadi, surat, dan autobiografi. Namun, ruang-ruang ini relatif terbatas dan bersifat privat. Transformasi besar terjadi ketika teknologi digital memungkinkan ekspresi emosional menjangkau audiens luas secara instan, terekam dan dapat diputar ulang kapan saja. Budaya curhat tidak lagi terbatas pada komunitas kecil, melainkan menjadi konsumsi publik dan bahkan dapat viral, membawa konsekuensi sosial yang jauh lebih kompleks daripada curhat privat di masa lalu.

2.3.4 Curhat dalam *Mu'allaqāt* dan Puisi Pra-Islam

Dalam konteks dunia Arab pra-Islam, fungsi "curhat" juga dapat ditelusuri melalui puisi, khususnya dalam korpus yang dikenal sebagai *al-Mu'allaqāt*. Kajian sastra menunjukkan bahwa bagian pembuka (nasīb) dari banyak qashidah pra-Islam sering dimulai dengan ratapan penyair di depan puing-puing perkemahan kekasih, mengingat kembali kenangan, dan mengekspresikan rasa kehilangan dan kerinduan yang mendalam. Pola ini tidak sekadar ornamen estetis, tetapi juga berfungsi sebagai wadah ekspresi emosional kolektif yang

[42] Aristoteles, Poetics, 335 SM, 1449b24–28: "Tragedy is an imitation of an action that is serious, complete, and of a certain magnitude… through pity and fear effecting the proper purgation [catharsis] of these emotions." Lihat juga: Britannica, "Catharsis," https://www.britannica.com/art/catharsis-criticism (diakses 3 Juni 2026).

dapat dipahami sebagai bentuk *venting* dalam konteks sosial budaya mereka.[43]

Studi tentang cinta dan kerinduan dalam puisi pra-Islam menunjukkan bahwa para penyair seperti Imru' al-Qais, Zuhair ibn Abi Sulmā dan lainnya menjadikan syair sebagai medium untuk meluapkan cinta yang tak tersampaikan, kekecewaan, penyesalan, dan konflik batin antara tuntutan tribal dan keinginan pribadi. Ekspresi emosional yang intens itu, meskipun dibalut dengan metafora dan struktur puisi yang ketat, tetap merupakan bentuk pengungkapan diri yang kuat, yang dibacakan di hadapan publik dan direkam dalam memori kolektif suku.[44]

Fungsi sosial puisi pra-Islam tidak terbatas pada hiburan. Puisi menjadi arsip sejarah, sarana kritik sosial, media propaganda, sekaligus medium pengolahan pengalaman traumatis seperti peperangan, kematian, dan pengkhianatan. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa masyarakat Arab pra-Islam telah mengenal "budaya curhat" dalam bentuk yang sesuai dengan zamannya, yaitu melalui syair yang beredar secara lisan dan memiliki fungsi sosial yang luas. Perbedaannya dengan era digital terletak pada wasilah: kalau dahulu curhat terikat pada ruang majelis dan tradisi oral yang lebih terbatas, kini curhat berpindah ke ruang maya yang hampir tanpa batas, terarsipkan, dan mudah direplikasi.[45]

Bagi penelitian ini, paralel antara nasīb pra-Islam dan *venting* digital membantu menunjukkan bahwa kecenderungan manusia untuk mengekspresikan kesedihan dan keluhan di depan publik adalah fenomena lintas zaman. Hal yang membedakan bukan hanya media dan skala penyebaran, tetapi juga kerangka nilai yang melingkupinya. Islam, melalui Al-Qur'an datang ke dalam konteks budaya yang telah mengenal ekspresi emosional publik ini dan kemudian menawarkan

---

[43] Jannat, Shadeka. "Love and Longing in Pre-Islamic Arabic Poetry (Al-Muʿallaqāt)." Journal of Arabic Literature (Jali) 7, no. 1 (2025): hlm. 1.

[44] Jannat, "Love and Longing …," hlm. 2.

[45] Jannat, "Love and Longing …," hlm. 2.

orientasi baru bagi keluh kesah manusia, terutama melalui konsep syakwā kepada Allah dan etika berbicara yang diatur secara ketat.

2.3.5 Curhat Publik sebagai Gejala Perubahan Sosial Budaya Kontemporer

Penelitian mutakhir di Indonesia menunjukkan bahwa curhat publik di media sosial telah menjadi indeks perubahan sosial budaya, khususnya terkait pergeseran batas antara ruang privat dan ruang publik. Curhat publik bukan hanya fenomena psikologis individual, tetapi juga bagian dari transformasi nilai komunikasi yang lebih terbuka, egaliter, dan berbasis algoritma. Ruang hati yang dahulu hanya dibagi dengan lingkaran dekat kini dipertontonkan di beranda, linimasa, atau kanal anonim yang dapat diakses ribuan orang.[46]

Studi tentang curhat publik sebagai bentuk ekspresi emosional menegaskan bahwa praktik ini berfungsi ganda. Di satu sisi, ia memberi ruang bagi individu untuk merasa didengar dan menemukan komunitas yang memahami pengalaman mereka. Di sisi lain, curhat publik berkontribusi pada normalisasi pembukaan hal-hal yang sebelumnya dianggap tabu atau privat, sehingga menggeser norma kesopanan dan etika berbicara di masyarakat digital. Hal ini sejalan dengan fenomena *venting digital* generasi Z yang memanfaatkan berbagai kanal, termasuk platform kecerdasan buatan, sebagai "suaka komunikasi" sementara ketika mereka merasa tidak menemukan ruang aman di dunia nyata.[47]

Dari uraian di atas, dapat dilihat bahwa *venting* culture merupakan titik temu antara kebutuhan psikologis, perubahan struktur media, dan dinamika nilai budaya. Oleh karena itu, ketika penelitian ini mengkaji *venting* culture dalam perspektif Al-Qur'an, yang dibaca bukan hanya perilaku curhat itu sendiri, tetapi juga konteks sosial-budaya dan teknologi yang menjadikannya norma baru dalam kehidupan umat Muslim kontemporer.

---

[46] Silvia Tabah Hati Br. Sembiring dkk., "Perubahan Sosial…, hlm. 45-46.

[47] Arum Rindu Sekar Kasih dkk., *"Transformasi Ruang Publik…,* hlm. 30-32.

2.4 *Venting Culture* dalam Perspektif Psikologi dan Komunikasi Modern

2.4.1 *Self-Disclosure, Co-rumination dan Oversharing*

Kerangka teori utama untuk memahami *venting* dalam perspektif psikologi komunikasi adalah konsep *self-disclosure*, yaitu pengungkapan informasi, pikiran, dan perasaan pribadi kepada orang lain. Dalam hubungan interpersonal, self-disclosure dianggap penting untuk membangun kepercayaan, kedekatan, dan keintiman emosional. Namun, dalam konteks media sosial, self-disclosure berlangsung di hadapan audiens yang jauh lebih luas dan berlapis, sehingga batas antara pengungkapan yang sehat dan pengungkapan yang berisiko menjadi kabur.[48]

Penelitian-penelitian mutakhir menunjukkan bahwa self-disclosure di media sosial memiliki hubungan ganda dengan kesejahteraan psikologis. Di satu sisi, pengungkapan diri yang terarah dan berada dalam konteks relasi yang suportif dapat meningkatkan rasa diterima, mengurangi kesepian, dan memperkuat dukungan sosial. Di sisi lain, pengungkapan diri yang impulsif, berlebihan, atau dilakukan tanpa mempertimbangkan audiens sering berkaitan dengan penyesalan, kecemasan, dan problem penggunaan media sosial yang tidak sehat.[49]

Konsep *co-rumination* menambah lapisan kompleksitas dalam *venting* culture. *Co-rumination* merujuk pada kecenderungan dua atau lebih orang untuk terus menerus membahas masalah emosional yang sama tanpa mencari solusi, sehingga mereka terjebak dalam siklus pembicaraan yang memperpanjang stres. Studi longitudinal menemukan bahwa co-rumination di platform digital, ketika dipadukan dengan self-disclosure yang intens, dapat membuat hubungan tampak dekat tetapi pada saat yang sama memperkuat

---

[48] Nannan Zhao dan Peter Vorderer, *"Self-Disclosure in Social Media…,"* hlm. 576-578.

[49] Carmen Surariu, Kathy Carnelley, dan Claire Hart, *"The Social Benefits…,"* hlm. 5-7.

gejala depresi dan kecemasan. Dengan kata lain, curhat yang berulang dan berputar tanpa arah konstruktif tidak selalu membawa pemulihan emosional, bahkan berpotensi memperburuk kondisi.[50]

Dalam praktiknya, *venting culture* di media sosial sering bersinggungan dengan *oversharing*, yaitu pengungkapan informasi atau emosi yang melampaui batas kepantasan dan kebutuhan. Meta-analisis tentang *risky online self-disclosure* pada remaja menunjukkan bahwa perilaku pengungkapan berisiko berkorelasi dengan berbagai faktor, termasuk kebutuhan akan sensasi, pencarian penerimaan sosial, dan kelemahan dalam menilai risiko jangka panjang. *Oversharing* tidak hanya menyangkut isi curhat tentang diri sendiri, tetapi juga mencakup pengungkapan aib keluarga, konflik rumah tangga dan keburukan orang lain, yang pada gilirannya membawa dimensi etika dan hukum.

2.4.2 Manfaat *Venting: Catharsis*, Dukungan Sosial dan Penguatan Relasi

Meskipun banyak risiko yang menyertai *venting culture*, psikologi tidak menafikan adanya manfaat tertentu dari *venting* yang dilakukan dengan tepat. Dalam kerangka catharsis, *venting* dapat berfungsi sebagai pelepasan emosi yang mencegah penumpukan stres dan kemarahan. Ekspresi perasaan melalui tulisan, percakapan, atau karya kreatif dapat membantu individu mengorganisasi pengalaman, memberi nama pada emosi, dan menemukan narasi baru yang lebih adaptif.[51]

Studi sistematik tentang *self-disclosure* dan *self-presentation* di media sosial menegaskan bahwa pengungkapan diri yang terarah dapat meningkatkan dukungan sosial yang dirasakan, memperdalam hubungan, dan memperkuat rasa memiliki. Ketika seseorang

---

[50] Rebecca A Schwartz-Mette dan Amanda J Rose, "Co-Rumination, Friendship, and Internalizing Symptoms: A Longitudinal Study," Journal of Adolescence 35, no. 5 (2012), hlm. 1163–1167.

[51] Jingle Sun, Akmar Hayati Ahmad Ghazali, dan Rahman Saiful Nujaimi Abdul, *"Risky Online Self-Disclosure…,"* hlm. 7-9.

membagikan pengalaman sulit kepada komunitas yang empatik, ia dapat memperoleh pemahaman baru, saran, atau sekadar rasa ditemani yang mengurangi beban batin. Dalam konteks tertentu, *venting* juga dapat menjadi langkah awal menuju pencarian bantuan profesional, karena individu menjadi lebih sadar akan kondisi yang dialaminya.[52]

Selain itu, *venting* dapat menjadi sarana pembentukan identitas naratif. Dengan menuliskan pengalaman dan perasaan, individu secara tidak langsung melakukan kerja interpretatif terhadap hidupnya sendiri. Proses ini dapat mengarah pada integrasi pengalaman traumatis ke dalam kisah hidup yang lebih utuh, sehingga membantu pemulihan psikologis. Namun, manfaat ini umumnya muncul ketika *venting* dilakukan dengan refleksi, tidak hanya sebagai ledakan emosi sesaat, dan ketika lingkungan sosial memberikan respons yang konstruktif, bukan sekadar sensasional.

2.4.3 Risiko *Venting*: *Problematic Social-Network Use* dan Penyesalan Jangka Panjang

Di sisi lain, literatur juga memberikan peringatan yang tegas tentang risiko *venting* di platform digital. Penelitian tentang self-disclosure dan kecenderungan mengabaikan risiko jangka panjang menegaskan bahwa sebagian pengguna media sosial cenderung lebih terfokus pada manfaat emosional segera daripada konsekuensi di masa depan. Hal ini membuat mereka rawan membagikan informasi yang kelak disesali ketika situasi emosional sudah mereda atau ketika hubungan dengan audiens berubah.[53]

Problematic social-network use, yaitu pola penggunaan media sosial yang kompulsif dan mengganggu fungsi kehidupan sehari-hari sering kali berkaitan dengan kebutuhan berulang untuk memeriksa respons (likes, komentar, pesan) terhadap curhat yang diunggah.

---

[52] Sun, Ghazali, dan Abdul, *"Risky Online Self-Disclosure…,"* hlm. 10-12.

[53] Sina Ostendorf, Silke M. Müller, dan Matthias Brand, *"Neglecting Long-Term Risks: Self-Disclosure on Social Media and Its Relation to Individual Decision-Making Tendencies and Problematic Social-Networks-Use," Frontiers in Psychology* 11 (2020), hlm. 2–4.

Venting yang semula dimaksudkan untuk meringankan beban dapat berubah menjadi siklus ketergantungan pada validasi publik. Individu merasa tenang hanya ketika mendapatkan respons tertentu dan cemas ketika unggahannya diabaikan atau mendapat tanggapan negatif.[54]

Selain itu, jejak digital dari *venting* tidak mudah dihapus. Konten yang sudah tersebar dapat disimpan, di-*screenshot*, atau dibagikan ulang oleh orang lain di luar kendali pengunggah. Hal ini menambah dimensi risiko reputasi, baik dalam konteks hubungan personal, dunia kerja, maupun citra keagamaan. Bagi seorang Muslim, penyebaran curhat yang mengandung aib diri atau orang lain dapat menyulitkan upaya taubat dan perbaikan diri, karena rekaman digitalnya terus beredar meski pelakunya telah berubah. Di sinilah pendekatan normatif Al-Qur'an tentang menjaga kehormatan, menutup aib, dan menimbang dampak ucapan menjadi sangat relevan.garuda.

2.4.4 *Venting* Digital dan Generasi Z: ChatGPT sebagai Ruang Curhat Baru

Fenomena terbaru yang semakin relevan adalah munculnya *venting* digital yang tidak lagi hanya tertuju pada manusia, tetapi juga pada sistem kecerdasan buatan. Sejumlah penelitian di Indonesia dan luar negeri menemukan bahwa generasi Z mulai memanfaatkan chatbot berbasis AI, seperti ChatGPT, sebagai ruang alternatif untuk bercerita dan mengungkapkan masalah pribadi. Mereka memandang interaksi dengan AI sebagai aman karena tidak ada risiko penghakiman sosial langsung, tidak ada penonton manusia, dan privasi dianggap lebih terjaga.[55]

---

[54] Ostendorf, Müller dan Brand, "Neglecting Long-Term Risks: Self-Disclosure on Social Media and Its Relation to Individual Decision-Making Tendencies and Problematic Social-Networks-Use," hlm. 5–7.

[55] Fergi Resqiyusna Almajid dan Sanita Carolina Sasea, *ChatGPT Sebagai Ruang Konsultasi Emosional dan Sosial Bagi Generasi Z," Jurnal Pendidikan Agama dan Sains, TARBIYAH bil QALAM,* Vol. 10, no. 1 (2026), hlm. 3–5.

Penelitian fenomenologis tentang *venting* digital melalui ChatGPT menunjukkan bahwa motif utama perilaku ini adalah keinginan mencari "ruang aman" di tengah ketiadaan dukungan emosional di dunia nyata. ChatGPT dipersepsikan sebagai "suaka komunikasi" sementara yang memungkinkan pengguna menumpahkan emosi, menguji cara bercerita, dan mendapatkan respons yang konsisten tanpa takut dianggap merepotkan. Demikian pula, studi lain menemukan bahwa generasi Z memanfaatkan ChatGPT untuk memenuhi kebutuhan *diversion* (pengalihan), *surveillance* (pencarian informasi dialogis), pembentukan identitas personal dan pemenuhan relasi personal dalam kerangka uses and gratifications.[56]

Fenomena ini memperlihatkan bahwa *venting culture* bergerak lebih jauh dari sekadar curhat di media sosial. Curhat kini memasuki wilayah komunikasi manusia mesin, di mana batas antara ekspresi tulus dan interaksi dengan algoritma menjadi kabur. Dari sudut pandang etika Qur'ani, perkembangan ini mengajukan sejumlah pertanyaan baru: bagaimana menilai curhat kepada "pendengar" yang bukan manusia, bagaimana menjaga kejujuran dan kehormatan diri dalam interaksi dengan sistem yang menyimpan data dan sejauh mana *venting* kepada AI dapat menggantikan atau justru mengikis relasi empatik antar manusia.[57]

Dalam konteks tesis ini, analisis terhadap *venting* digital generasi Z baik di media sosial maupun kepada chatbot menjadi penting sebagai latar empiris bagi pembacaan normatif Al-Qur'an. Realitas bahwa sebagian Muslim muda memilih curhat kepada algoritma menunjukkan adanya kebutuhan yang belum sepenuhnya terjawab oleh komunitas sosial dan keagamaan mereka. Al-Qur'an, melalui nilai-nilai *syakwā, ṣabr, tawakkul* dan etika qaulan,

---

[56] Fergi Resqiyusna Almajid dan Sanita Carolina Sasea, *ChatGPT Sebagai…,"* hlm. 5.

[57] Misbahun Nidhom dan Ali Murtadho, "Does Islam Protect Digital Privacy? An Islamic Studies Approach to Personal Data Protection," *Al-Afham: Journal of Islamic Studies* 3, no. 2 (2025), hlm. 110–113.

menawarkan orientasi yang dapat menuntun arah *venting* tersebut agar tidak terputus dari hubungan dengan Allah dan dari tanggung jawab moral terhadap diri dan sesama.

2.5 Konsep *Catharsis* dan Relevansinya bagi *Venting Culture*

2.5.1 *Catharsis* dalam Tradisi Yunani Klasik

Konsep *catharsis* berakar dari dunia Yunani klasik, khususnya melalui pemikiran Aristoteles dalam *Poetics*. Istilah ini berasal dari kata Yunani *katharsis* yang secara leksikal berarti "pembersihan" atau "purgasi" dan oleh Aristoteles digunakan untuk menjelaskan fungsi tragedi, yaitu memurnikan atau membersihkan emosi takut dan iba yang timbul pada penonton. Dalam kerangka ini, tragedi dipahami sebagai representasi tindakan serius yang memunculkan penderitaan tokoh utama sehingga menimbulkan rasa iba terhadap nasibnya dan rasa takut bahwa hal serupa dapat menimpa siapa pun.[58]

Berbagai penafsiran terhadap catharsis telah berkembang. Sebagian melihatnya sebagai *purgation*, yakni pengosongan emosi berlebih melalui pengalaman estetis; yang lain menekankannya sebagai *purification*, yaitu penyelarasan emosi agar berada pada kadar yang proporsional dan diarahkan pada objek yang tepat. Ada pula penafsiran yang menekankan dimensi *clarification*, yaitu pencerahan intelektual: tragedi membantu penonton memahami hukum universal yang menghubungkan karakter, pilihan moral, dan nasib manusia, sehingga rasa takut dan iba diolah menjadi wawasan etis dan spiritual yang lebih dalam.[59]

Apapun penafsiran yang diambil, benang merah dari konsep catharsis adalah bahwa penceritaan yang kuat tentang penderitaan manusia dapat menjadi sarana pengolahan emosi kolektif. Penonton bukan sekadar "melihat cerita", tetapi mengalami getaran emosi yang kemudian diproses hingga menghasilkan kelegaan, empati, dan

---

[58] Aristotle, *Poetics,* ed. dan terj. Malcolm Heath (London: Penguin Classics, 1996), hlm. 10–14.

[59] Stephen Halliwell, *Aristotle's Poetics,* 2nd ed. (Chicago: University of Chicago Press, 1998), hlm. 170–180.

pemahaman baru tentang kondisi manusia. Pola ini menunjukkan kedekatan konseptual antara catharsis dan *venting*: keduanya berangkat dari kebutuhan untuk mengelola emosi berat melalui ekspresi, meskipun medium dan kerangka nilainya berbeda.

2.5.2 *Catharsis* dalam Sastra: Dari Tragedi ke Puisi Ekspresif

Di luar tragedi Yunani, gagasan catharsis juga dapat dilacak dalam tradisi sastra lain, termasuk prosa reflektif, puisi liris dan karya autobiografis. Tulisan yang jujur tentang kehilangan, kesedihan dan konflik batin dapat menjadi sarana bagi penulis sekaligus pembaca untuk memproses pengalaman emosional. Dalam karya sastra, penderitaan tidak sekadar diungkapkan tetapi diberi bentuk naratif dan estetik, sehingga emosi yang kacau diolah menjadi struktur makna.[60]

Studi tentang puisi pra-Islam menunjukkan bahwa para penyair menggunakan syair sebagai medium transformasi pengalaman pribadi menjadi wacana kolektif. Rasa rindu, duka dan kekecewaan yang dialami penyair diceritakan sedemikian rupa hingga dapat dirasakan oleh khalayak luas dan dengan demikian berfungsi sebagai sarana *catharsis* sosial. Hal ini tampak, misalnya dalam cara penyair memulai qashidah dengan meratap di depan sisa-sisa perkemahan kekasih (nasīb), memanggil kembali kenangan masa lalu, dan mengakui ketidakberdayaan di hadapan nasib.[61]

Karya sastra jenis ini tidak hanya menceritakan curhat personal, tetapi juga menempatkan pengalaman itu dalam horizon yang lebih luas: kehormatan suku, nilai keberanian, kesetiaan, dan kefanaan hidup. Dengan demikian, pengolahan emosi tidak berhenti pada level pelepasan semata, tetapi naik menjadi refleksi moral dan filosofis. Ini penting untuk penelitian ini karena menunjukkan adanya perbedaan antara *venting* yang berhenti pada "melampiaskan perasaan" dan *venting* yang diolah menjadi pemahaman mendalam tentang diri dan dunia.

---

[60] M. H. Abrams dan Geoffrey Galt Harpham, *A Glossary of Literary Terms,* 11th ed. (Boston: Cengage Learning, 2015), hlm. 37–39.

[61] Shadeka Jannat, *"Love and Longing in Pre-Islamic …,"* hlm. 205-210.

2.5.3 Catharsis dan *Venting*: Pelepasan atau Perpanjangan Luka?

Dalam konteks *venting culture* di media sosial, konsep catharsis sering dipakai secara populer untuk membenarkan curhat: "yang penting lega". Namun, literatur psikologi memperingatkan bahwa tidak semua bentuk *venting* digital menghasilkan efek cathartic dalam pengertian klasik. Beberapa studi menunjukkan bahwa *venting* yang berulang-ulang, yang berputar pada masalah yang sama tanpa orientasi solusi atau refleksi, dapat justru memperpanjang stres dan memperkuat pola pikir negatif.[62]

Penelitian longitudinal tentang *self-disclosure, co-rumination* dan kesejahteraan psikologis menunjukkan bahwa ketika individu dan teman atau audiensnya terus menerus mengulang pembicaraan tentang masalah emosional, tanpa penataan makna dan tanpa batas yang sehat, tingkat depresi dan kecemasan dapat meningkat.[63] Fenomena ini mengindikasikan bahwa *venting* digital yang hanya memutar ulang luka tanpa kerangka nilai dan tujuan yang jelas lebih dekat kepada *co-rumination* daripada catharsis. Emosi memang diekspresikan, namun tidak diarahkan, sehingga yang muncul adalah kelelahan emosional, bukan pembersihan.

Di sisi lain, ada situasi di mana *venting* digital yang dilakukan secara reflektif, dikaitkan dengan upaya memahami diri, dan didukung oleh komunitas yang responsif dapat mendekati fungsi cathartic. Dalam kasus seperti ini, curhat tidak sekadar menjadi pamer luka, tetapi menjadi bagian dari proses mengenali pola, mengambil pelajaran dan dalam konteks seorang Muslim, kembali kepada Allah dengan pengetahuan diri yang lebih jernih.[64] Di sinilah etika komunikasi Qur'ani menjadi sangat penting: ia menyediakan standar

---

[62] Nannan Zhao dan Peter Vorderer, *"Self-Disclosure in Social Media…,"* hlm. 586.

[63] Rebecca A dan Amanda, *"Co-Rumination, Friendship…,"* hlm. 1163-1167.

[64] Zhao dan Vorderer, *"Self-Disclosure in Social Media and Psychological Well-Being…,"* hlm. 590–592.

untuk menilai apakah *venting* tertentu mengarah pada pembersihan jiwa atau justru memperkeruhnya.[65]

Dari sudut pandang penelitian ini, catharsis menyediakan lensa pembanding bagi konsep Qur'ani tentang pengaduan (*syakwā*) dan pengelolaan emosi. Jika catharsis menekankan pembersihan emosi melalui pengalaman estetis, Al-Qur'an menawarkan pembersihan hati melalui pengaduan yang terarah kepada Allah, sabar dan pengendalian lidah. Persinggungan dan perbedaan antara keduanya akan menjadi bagian penting dari analisis normatif terhadap *venting culture* di bab berikutnya.

2.6 Konsep *Venting Culture* dalam Al-Qur'an

A. *Syakwā*

Salah satu konsep yang memiliki keterkaitan erat dengan fenomena *venting culture* dalam perspektif Al-Qur'an adalah *syakwā* (الشكوى), yaitu penyampaian keluh kesah, penderitaan, atau kondisi yang dirasakan seseorang kepada pihak lain. Secara etimologis, istilah *syakwā* (الشكوى) berasal dari akar kata شكا – يشكو – شكوى yang secara umum bermakna menyampaikan keluhan, penderitaan, atau sesuatu yang tidak menyenangkan kepada pihak lain. Dalam khazanah bahasa Arab, istilah ini digunakan untuk menggambarkan tindakan seseorang yang mengungkapkan kesusahan, kesedihan ataupun rasa sakit yang dialaminya. Oleh karena itu, konsep *syakwā* tidak sekadar menunjukkan aktivitas mengeluh, tetapi juga mencakup penyampaian kondisi yang dirasakan seseorang sebagai bentuk ekspresi atas beban yang sedang dihadapi.[66]

---

[65] Ariny Izzata Diny, Etika Komunikasi dalam Al-Qur'an (Telaah "7 Qaulan") (Yogyakarta: Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga, 2024), hlm. 45–47.

[66] Muhammad bin Mukarram bin Manẓūr al-Anṣārī al-Ifrīqī, *Lisān al-'Arab*, Jilid 14 (Beirut: Dār Ṣādir, 1994), hlm. 439.

Ibnu Barrī menjelaskan bahwa terdapat perbedaan makna antara *al-syakāyah* (الشكاية) dan *al-isytikā'* (الاشتكاء).[67] Menurutnya:

قال ابن بري: الشكاية والشكية إظهار ما يصفك به غيرك من المكروه، والاشتكاء إظهار ما بك من مكروه أو مرض ونحوه.

> "*Al-syakāyah dan al-syakiyyah adalah menampakkan sesuatu yang tidak disukai yang dilakukan orang lain terhadapmu. Adapun al-isytikā' adalah menampakkan sesuatu yang tidak menyenangkan yang ada pada dirimu sendiri, seperti penderitaan, penyakit, atau keadaan serupa*."

Penjelasan Ibnu Barrī menunjukkan bahwa konsep *syakwā* dalam bahasa Arab tidak selalu bermakna keluhan yang bernilai negatif. Sebaliknya, istilah tersebut lebih dekat kepada tindakan mengungkapkan keadaan yang dirasakan seseorang, baik berupa penderitaan yang berasal dari perlakuan orang lain maupun kesulitan yang muncul dari kondisi dirinya sendiri. Dengan demikian, secara linguistik *syakwā* merupakan bentuk ekspresi yang bersifat deskriptif dan tidak selalu mengandung makna protes ataupun penolakan terhadap suatu keadaan.

Dalam konteks *venting* culture, ayat ini menegaskan bahwa tidak semua curhat diposisikan sama oleh Al-Qur'an ada perbedaan mendasar antara *syakwā ilā Allāh* (pengaduan kepada Allah) dan *syakwā ilā an-nās* (pengaduan kepada manusia). Yang pertama bernilai ibadah jika dibarengi iman dan tawakkal; yang kedua harus ditimbang dengan etika ucapan, niat, dan dampaknya. Penelitian ini memanfaatkan perbedaan ini sebagai kerangka untuk menilai *venting*: sejauh mana ia mendekatkan seseorang kepada Allah atau justru

[67] Muhammad bin Mukarram bin Manẓūr, ***Lisān al-'Arab,*** Jilid 14…, hlm. 439.

menjauhkan dengan menyeretnya ke dalam sikap berlebihan dalam keluh kesah.

B. Konsep *Ḥuzn*

Secara etimologis, kata *ḥuzn* (الحزن) berasal dari akar kata حزن – يحزن حزنًا yang secara umum bermakna kesedihan, duka cita atau keadaan batin yang diliputi oleh kegelisahan akibat kehilangan sesuatu yang dicintai atau karena menghadapi sesuatu yang tidak diharapkan. Dalam bahasa Arab, kata ini digunakan untuk menggambarkan kondisi psikologis yang menyebabkan hati menjadi sempit dan merasa terbebani oleh suatu musibah atau peristiwa tertentu.

Menurut Ibn Manẓūr dalam *Lisān al-'Arab*, kata *ḥuzn* digunakan untuk menunjukkan lawan dari kegembiraan (*farḥ*). Beliau menjelaskan bahwa *ḥuzn* merupakan keadaan jiwa yang muncul akibat hilangnya sesuatu yang dicintai atau terjadinya sesuatu yang tidak disenangi. Dengan demikian, *ḥuzn* tidak sekadar menggambarkan perasaan sedih, tetapi juga mencerminkan keadaan batin yang dipengaruhi oleh pengalaman kehilangan maupun penderitaan.[68]

Al-Rāghib juga menunjukkan bahwa penggunaan kata *ḥuzn* dalam Al-Qur'an memiliki cakupan makna yang luas. Istilah tersebut digunakan dalam berbagai konteks, seperti larangan untuk larut dalam kesedihan (QS. Āli 'Imrān [3]: 153), ungkapan syukur atas hilangnya kesedihan di surga (QS. Fāṭir [35]: 34), kesedihan yang menyebabkan seseorang menangis (QS. al-Taubah [9]: 92), serta pengaduan Nabi Ya'qub kepada Allah mengenai kesedihan yang dialaminya (QS. Yūsuf [12]: 86). Hal ini menunjukkan bahwa *ḥuzn* merupakan salah satu kondisi emosional yang diakui keberadaannya oleh Al-Qur'an.[69]

---

[68] Muhammad bin Mukarram bin Manẓūr, *Lisān al-'Arab*, jil, 13…, hlm. 111.

[69] Al-Rāghib al-Aṣfahānī, *Al-Mufradāt fī Gharīb al-Qur'ān*, (Damaskus: Dār al-Qalam, 1992), hlm. 231.

Berdasarkan penjelasan kedua ahli bahasa tersebut dapat dipahami bahwa *ḥuzn* bukan sekadar perasaan sedih dalam pengertian umum, tetapi merupakan kondisi psikologis yang muncul akibat kehilangan, penderitaan atau tekanan hidup sehingga memengaruhi keadaan batin seseorang. Akan tetapi, Al-Qur'an tidak hanya mengakui keberadaan kesedihan sebagai bagian dari fitrah manusia, melainkan juga memberikan bimbingan mengenai cara mengelola kesedihan agar tidak berkembang menjadi keputusasaan atau menjauhkan manusia dari Allah Swt. Oleh karena itu, pembahasan selanjutnya akan diarahkan pada analisis ayat-ayat yang berkaitan dengan konsep *ḥuzn* untuk memperoleh pemahaman yang utuh mengenai pengelolaan kesedihan dalam perspektif Al-Qur'an.

C. Konsep *Ghaḍab*

Secara etimologis, kata الغضب (*al-ghaḍab*) merupakan lawan dari الرضا (*al-riḍā*), yaitu keridaan. Ibn Manẓūr menjelaskan bahwa *ghaḍab* adalah keadaan marah yang muncul pada diri seseorang. Menurut Ibn ʻArafah, kemarahan pada manusia merupakan keadaan yang muncul di dalam hati dan terbagi menjadi dua bentuk, yaitu kemarahan yang tercela apabila didorong oleh hawa nafsu atau selain kebenaran serta kemarahan yang terpuji apabila muncul dalam rangka membela agama dan menegakkan kebenaran. Adapun *ghaḍab* yang dinisbatkan kepada Allah Swt. bukanlah emosi sebagaimana dimiliki manusia, melainkan bentuk pengingkaran Allah terhadap orang yang bermaksiat yang diwujudkan melalui pemberian hukuman kepada mereka.[70]

Sementara itu, al-Rāghib al-Aṣfahānī menjelaskan bahwa الغضب adalah:

ثوران دم القلب إرادة الانتقام

[70] Muhammad bin Mukarram bin Manẓūr, *Lisān al-ʻArab*, jilid 11…, hlm. 55.

yakni gejolak darah dalam hati yang mendorong seseorang untuk melakukan pembalasan. Untuk menjelaskan keadaan tersebut, al-Rāghib mengutip sabda Rasulullah saw. yang menggambarkan kemarahan sebagai bara api yang menyala di dalam hati manusia hingga tampak pada perubahan fisik, seperti membengkaknya urat leher dan memerahnya kedua mata. Namun demikian, apabila kata *ghaḍab* dinisbatkan kepada Allah Swt., maknanya bukanlah perubahan emosi, melainkan الانتقام (*al-intiqām*), yaitu pemberian balasan atau hukuman terhadap orang-orang yang durhaka, sebagaimana firman-Nya:[71]

﴿فَبَاءُوا بِغَضَبٍ عَلَى غَضَبٍ﴾ dan ﴿وَبَاءُوا بِغَضَبٍ مِّنَ اللَّهِ﴾

Berdasarkan penjelasan Ibn Manẓūr dan al-Rāghib al-Aṣfahānī, dapat dipahami bahwa *ghaḍab* merupakan respons emosional yang secara fitrah dimiliki manusia. Akan tetapi, Al-Qur'an tidak memandang seluruh bentuk kemarahan sebagai sesuatu yang tercela. Nilai suatu kemarahan ditentukan oleh sebab, tujuan dan cara mengekspresikannya. Oleh karena itu, pembahasan ayat-ayat tentang *ghaḍab* dalam penelitian ini diarahkan untuk memahami bagaimana Al-Qur'an membimbing manusia dalam mengelola dan mengekspresikan kemarahan agar tetap berada dalam koridor keimanan dan akhlak.

D. Konsep Mengungkapkan Nikmat sebagai Bentuk Syukur dalam Al-Qur'an

Secara etimologis, kata النعمة (*al-ni'mah*) berasal dari akar kata نعم (*na-'i-ma*) yang menunjukkan makna kelembutan hidup, kelapangan, kenyamanan, kesejahteraan dan segala bentuk kebaikan yang dianugerahkan kepada manusia. Ibn Manẓūr menjelaskan bahwa *al-na'īm*, *al-nu'mā*, *al-na'mā'* dan *al-ni'mah* memiliki makna yang berdekatan, yaitu keadaan hidup yang penuh kenikmatan, kemudahan

[71] Al-Rāghib al-Aṣfahānī, *Al-Mufradāt fī Gharīb al-Qur'ān…,* hlm. 608.

dan kelapangan, serta merupakan lawan dari البأساء (*al-ba'sā'*) dan البؤسى(*al-bu'sā*), yaitu kesusahan dan penderitaan.[72]

Sementara itu, al-Rāghib al-Aṣfahānī menjelaskan bahwa النعمة (*al-ni'mah*) adalah الحالة الحسنة (*al-ḥālah al-ḥasanah*), yaitu keadaan yang baik yang dialami seseorang. Menurutnya, bentuk kata *ni'mah* menunjukkan suatu keadaan yang penuh kebaikan, sedangkan *al-na'mah* mengandung makna kenikmatan atau proses menikmati suatu karunia. Al-Rāghib juga menegaskan bahwa kata *ni'mah* dalam Al-Qur'an digunakan untuk menunjukkan seluruh jenis karunia Allah, baik yang sedikit maupun yang banyak, sebagaimana firman Allah Swt.:

﴿ وَاٰتٰىكُمْ مِّنْ كُلِّ مَا سَاَلْتُمُوْهُ ۗوَاِنْ تَعُدُّوْا نِعْمَتَ اللّٰهِ لَا تُحْصُوْهَا ۗ اِنَّ الْاِنْسَانَ لَظَلُوْمٌ كَفَّارٌ ﴿٣٤﴾ ﴾

> "Dia telah menganugerahkan kepadamu segala apa yang kamu mohonkan kepada-Nya. Jika kamu menghitung nikmat Allah, niscaya kamu tidak akan mampu menghitungnya. Sesungguhnya manusia itu benar-benar sangat zalim lagi sangat kufur." (Ibrahim/14:34)

Berdasarkan kedua pendapat tersebut, dapat dipahami bahwa konsep *ni'mah* dalam Al-Qur'an memiliki makna yang luas, yaitu segala bentuk karunia dan keadaan baik yang dianugerahkan Allah kepada manusia, baik yang bersifat material maupun nonmaterial. Dengan demikian, *ni'mah* tidak terbatas pada harta atau kekayaan, tetapi juga mencakup petunjuk, ilmu, kesehatan, keamanan, kenabian serta berbagai bentuk kebaikan lainnya. Pemahaman ini menjadi landasan penting dalam menafsirkan QS. ad-Ḍuḥā [93]: 11, sehingga

[72] Muhammad bin Mukarram bin Manẓūr, *Lisān al-'Arab*, jilid 14…, hlm. 303.

perintah ﴿وَأَمَّا بِنِعْمَةِ رَبِّكَ فَحَدِّثْ﴾ dipahami dalam cakupan makna yang komprehensif, bukan hanya terbatas pada penyampaian nikmat yang bersifat materi.

2.6.1 *Syakwā* dan *Ḥuzn* dalam Narasi Qur'ani

Al-Qur'an memperlihatkan bahwa kesedihan adalah bagian dari pengalaman manusia, termasuk para nabi. Kisah Nabi Ya'qub dalam QS. Yūsuf: 86 menampilkan *ḥuzn* sebagai pengalaman batin yang berat, sementara ayat-ayat lain menunjukkan kesedihan Nabi Musa ketika melihat kaumnya menyimpang, kesedihan Ummu Musa saat harus melepaskan bayinya dan kesedihan Nabi Muhammad terhadap penolakan kaumnya.[73] Dengan demikian, Al-Qur'an tidak menampilkan para nabi sebagai sosok yang bebas dari emosi, melainkan sebagai manusia yang merasakan duka dan mengelolanya dengan iman, sabar, dan keteguhan.

Di sisi lain, Al-Qur'an juga menghadirkan penguatan melalui frasa seperti *lā takhaf wa lā taḥzan* dan *lā khawfun 'alayhim wa lā hum yaḥzanūn*. Ungkapan ini tidak meniadakan kesedihan secara total, tetapi mengarahkan hati agar tidak tenggelam di dalamnya. Dalam banyak tafsir, ketenteraman tersebut terkait erat dengan zikir, doa, tawakkal dan keyakinan bahwa Allah selalu bersama hamba-hamba-Nya yang beriman.[74] Karena itu, *ḥuzn* dalam Al-Qur'an bukan tujuan akhir, melainkan ruang untuk bergerak menuju ketenangan yang lebih dalam.

Dalam perspektif tafsir, pengaduan yang tercela bukanlah pengakuan jujur tentang kesedihan, melainkan sikap berlebihan yang

---

[73] M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah: Pesan, Kesan, dan Keserasian Al-Qur'an*, Vol. 6, Surah Yūnus, Surah Hūd, Surah Yūsuf, Surah Ar-Ra'd (Jakarta: Lentera Hati, 2002), hlm. 494–497.

[74] Muhammad bin Jarir Al-Ṭabarī, *Jāmiʿ al-Bayān 'an Ta'wīl...,* Jilid 16, hlm. 432.

mengarah pada *su'uzh-zhann* kepada Allah, menyalahkan takdir atau menjerumuskan orang lain ke dalam keputusasaan. Sementara itu, pengaduan yang terarah seperti dalam ayat Ya'qub dipahami sebagai keluhan yang diiringi harapan, bukan keputusasaan. Distingsi ini penting ketika fenomena *venting* dikaji: apakah curhat tersebut mengandung pengakuan jujur yang disertai usaha mendekat kepada Allah, atau justru menjadi kampanye keputusasaan di ruang publik.

2.6.2 Batas antara Keluh Kesah kepada Allah dan *Venting* di Hadapan Manusia

Dari sudut pandang Al-Qur'an dan tafsir, terdapat beberapa indikator batas antara syakwā yang terpuji dan keluh kesah yang menyimpang. Pertama, sasaran pengaduan. *Syakwā* yang utama diarahkan kepada Allah, melalui doa, munajat dan dzikrullah; sedangkan *venting* kepada manusia perlu dibatasi pada pihak yang amanah dan berkompeten, seperti sahabat dekat, ahli ilmu atau konselor yang dapat membantu. Dalam *venting*, sasaran ini sering melebur: keluh kesah dihadapkan kepada "publik tak dikenal" yang tidak memiliki tanggung jawab moral terhadap pelaku.

Kedua, isi pengaduan. *Syakwā ilā Allāh* dalam Qur'an tidak disertai caci maki, fitnah atau pembukaan aib orang lain. Ia fokus pada pengakuan kelemahan diri dan permohonan pertolongan. Sebaliknya, banyak *venting* digital yang memadukan keluhan dengan pelanggaran etika ucapan: menyebut nama, membongkar rahasia atau memprovokasi kebencian terhadap pihak tertentu. Hal ini bertentangan dengan prinsip qaulan ma'rūfan dan larangan membuka aib.

Ketiga, orientasi akhir Syakwā yang Qur'ani bermuara pada penguatan iman, sabar, dan sikap kembali kepada Allah. *Venting*, jika tidak diawasi, dapat berhenti pada pencarian simpati manusia semata, bahkan menjerumuskan pelaku pada ketergantungan terhadap pujian dan perhatian audiens. Dari sini tampak bahwa tidak semua bentuk *venting* dapat disamakan dengan pengaduan yang diajarkan Al-Qur'an; karenanya, penelitian ini memerlukan kerangka normatif

untuk memilah dan mengarahkan *venting* agar mendekati karakter *syakwā* yang diajarkan.

2.7 Privasi, Kehormatan dan *Ḥifẓ al-'Irḍ* di Era Digital

2.7.1 *Ḥifẓ al-'Irḍ* sebagai Prinsip Maqāṣid

Dalam diskursus *maqāṣid al-sharī'ah*, penjagaan kehormatan (*ḥifẓ al-'irḍ*) dipahami sebagai upaya melindungi martabat manusia dari penghinaan, fitnah, ghibah dan tindakan yang merusak nama baik. Sejumlah kajian maqāṣid menempatkan *ḥifẓ al-'irḍ* sebagai bagian penting dari perlindungan kehormatan manusia, meskipun dalam sebagian literatur ia kadang dijelaskan sebagai unsur yang berkaitan erat dengan *ḥifẓ al-nasl* dan perlindungan martabat sosial.[75] Dalam praktiknya, prinsip ini menuntut agar seseorang tidak membuka aib, tidak menyebarkan tuduhan tanpa bukti dan tidak merendahkan kehormatan orang lain melalui ucapan maupun tindakan.

Dalam konteks modern, sejumlah kajian menyatakan bahwa *ḥifẓ al-'irḍ* memiliki implikasi langsung terhadap perlindungan privasi dan data pribadi di ruang digital. Informasi tentang kehidupan pribadi, kebiasaan dan relasi seseorang bisa menjadi sarana penghinaan atau eksploitasi ketika tersebar tanpa kontrol.[76] Oleh karena itu, pengaturan privasi dan etika berbagi informasi dipandang sebagai bagian dari implementasi *ḥifẓ al-'irḍ* dalam ranah media baru.

2.7.2 *Oversharing* sebagai Tantangan Etika Privasi dan Kehormatan

---

[75] Muhammad Safwan Harun dkk, "Prinsip Ḥifẓ Al-Nasl Dan Ḥifẓ Al-`Irḍ Dalam Pembentukan Keluarga Sejahtera," *Jurnal Syariah,* Vol. 33, No. 03, (2025), hlm. 347.

[76] Siti Kuraesin dkk, "Analisis Hukum Islam terhadap Perlindungan Hak atas Privasi dalam Pasal 12 The Universal Declaration of Human Rights," *IN RIGHT: Jurnal Agama dan Hak Azazi Manusia,* Vol. 14, No. 01 (2025), hlm 163.

Venting culture sering bersinggungan dengan *oversharing*, yakni membagikan informasi pribadi secara berlebihan ke ruang publik digital. Dalam perspektif *maqāṣid*, praktik ini dapat mengancam *ḥifẓ al-'irḍ* karena bukan hanya membuka ruang bagi penghinaan terhadap diri sendiri, tetapi juga berpotensi menyeret kehormatan orang lain yang disebut di dalam curhat tersebut. Karena itu, etika berbagi informasi dalam Islam menuntut kehati-hatian, tabayyun dan pertimbangan maslahat sebelum sesuatu dipublikasikan.

Kajian tentang fiqih digital dan perlindungan data pribadi menunjukkan bahwa etika Islam menuntut kehati-hatian dalam menyebarkan informasi, termasuk informasi tentang diri sendiri, apabila itu berpotensi menimbulkan mudarat sosial atau psikologis di kemudian hari. Dalam kerangka ini, kebebasan berekspresi tidak berdiri sendiri; ia harus disertai pertimbangan maslahat, kehormatan, dan tanggung jawab.[77] Karena itu, *oversharing* dalam *venting* tidak dapat dianggap sebagai tindakan netral, sebab jejak digital dapat bertahan lama dan memengaruhi reputasi, relasi sosial, bahkan keamanan pribadi.

2.7.3 *Algoritma, Visibilitas* dan Krisis Batas Privat–Publik

Salah satu kompleksitas baru di era media sosial adalah kehadiran algoritma yang mengatur visibilitas konten. Pengguna tidak selalu menyadari bahwa unggahan mereka dapat didorong, diperluas atau dipertahankan jejaknya oleh sistem platform yang bekerja di balik layar. Dalam konteks ini, tantangan etika digital tidak hanya terletak pada niat personal pengguna, tetapi juga pada struktur teknis yang mendorong orang untuk terus memperlihatkan lebih banyak demi perhatian dan keterlibatan publik.[78]

---

[77] Amatullah Azka Rodiyah dkk, "Fiqih Digital: Etika Muslim Dalam Menghadapi Algoritma Dan Budaya Viral di Media Sosial," *MUSYTARI: Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi,* Vol. 25, No. 06 (2026), hlm. 2.

[78] Ramlan Mustapha dan Siti Norma Aisyah Malkan, "Ai Surveillance, Privacy (Ḥifẓal-ʿirḍ), And Human Dignity In Islamic Jurisprudence," *International Journal of Islamic Theology,* Vol. 04, No. 01 (2026), hlm. 22-23.

Fenomena “berlomba viral” mendorong sebagian orang untuk memperbesar ekspresi emosional, memperuncing konflik dan membuka detail yang sensitif demi keterlihatan. Dalam situasi semacam ini, *venting culture* tidak lagi sekadar soal coping, tetapi juga soal komodifikasi emosi: luka batin dipertontonkan sebagai konten. Dari perspektif *ḥifẓ al-‘irḍ*, ini menimbulkan persoalan serius: ketika kehormatan diri dan orang lain menjadi bahan konsumsi algoritma, bagaimana umat Muslim mempertahankan batas antara ruang privat dan publik?

Penelitian tentang curhat publik sebagai bentuk perubahan sosial budaya menegaskan bahwa batas privat–publik kini bergeser secara signifikan: apa yang dahulu dianggap tabu untuk diungkap kini menjadi “normal” di linimasa. Namun, normalitas sosial tidak selalu sama dengan kebolehan syar‘i. Di sinilah Al-Qur’an dan *maqāṣid* memberikan titik acuan lain: kehormatan harus dijaga meskipun budaya sekitarnya mendorong keterbukaan tanpa batas.

2.8 Kerangka Konseptual Integratif

2.8.1 Tiga Poros Analisis: Fenomena, Teori dan Normativitas

Berdasarkan seluruh uraian di atas, penelitian ini membangun kerangka konseptual yang bertumpu pada tiga poros utama. Pertama, poros fenomenologis, yaitu *venting culture* sebagai gejala komunikasi digital yang nyata: praktik curhat publik, *oversharing, co-rumination*, *venting* kepada AI dan pergeseran batas privat–publik. Poros ini memastikan bahwa pembahasan tidak lepas dari kenyataan hidup generasi Muslim kontemporer.

Kedua, poros teoritis, yaitu penggunaan teori *self-disclosure* dan konsep *catharsis* untuk menjelaskan fungsi, motif serta risiko *Venting*. Teori-teori ini membantu memahami mengapa orang melakukan *venting*, manfaat apa yang mereka cari, dan bahaya apa yang mengintai ketika *venting* tidak terarah. Poros ini memberi kedalaman analitis dan memperkaya pembacaan atas fenomena sosial dari sudut pandang ilmu psikologi dan komunikasi.

Ketiga, poros normatif Qur'ani, yaitu etika qaulan, konsep *syakwā ilā Allāh*, serta prinsip *ḥifẓ al-'irḍ* sebagai landasan penilaian terhadap *venting culture*. Poros ini menempatkan Al-Qur'an bukan sekadar sebagai teks yang dikutip untuk legitimasi, tetapi sebagai sumber nilai yang secara aktif mengoreksi, mengarahkan dan menata kembali praktik *venting* agar selaras dengan adab Islami.

2.8.2 Bagan Konseptual: Dari *Venting* ke *Venting* Qur'ani

Secara konseptual, penelitian ini mengandaikan adanya perbedaan antara "*venting* apa adanya" dan "*venting* yang Qur'ani". *Venting* apa adanya adalah curhat yang diatur murni oleh dorongan emosi dan logika algoritma: semakin intens emosinya, semakin besar potensinya untuk viral. *Venting* Qur'ani, sebaliknya, adalah ekspresi emosi yang dipandu oleh beberapa pertanyaan kunci:

1. Kepada siapa emosi ini diarahkan terlebih dahulu kepada Allah atau kepada *audiens digital*?
2. Apakah isi curhat ini selaras dengan *qaulan sadīdan* (jujur, lurus) dan *qaulan ma'rūfan* (baik, pantas)?
3. Apakah cara penyampaian menjaga *qaulan layyinan* dan *karīman* (lembut, bermartabat), baik terhadap diri sendiri maupun orang lain?
4. Apakah pengungkapan ini menjaga atau justru merusak *ḥifẓ al-'irḍ*, baik untuk pelaku maupun pihak yang disebut?

Pertanyaan-pertanyaan ini akan menjadi panduan analisis di bab selanjutnya ketika ayat-ayat Al-Qur'an dan tafsir klasik dijadikan lensa untuk membaca praktik *venting culture.*

2.8.3 Analisis Kerangka Konseptual

Bab II menempati posisi strategis dalam struktur tesis ini. Bab ini tidak sekadar menyajikan teori, tetapi membangun "panggung konseptual" di mana pertemuan antara *venting culture* dan Al-Qur'an akan dikaji secara kritis. Bagian tentang *venting*, tradisi sastra pra-Islam dan *catharsis* menunjukkan bahwa curhat bukan gejala baru, melainkan wujud kontemporer dari kebutuhan manusia yang

sudah lama ada. Bagian tentang psikologi dan komunikasi menjelaskan motif dan risiko *venting* di era digital. Sedangkan bagian tentang *qaulan, syakwā* dan *ḥifẓ al-‘irḍ* menghadirkan Al-Qur’an sebagai sumber etika yang menuntun pengelolaan emosi dan ucapan.

Dengan demikian, Bab II berfungsi sebagai jembatan antara Bab I yang merumuskan masalah dan Bab III–IV yang akan berisi pembacaan tafsir tematik atas ayat-ayat Al-Qur’an serta analisis terhadap *venting culture*. Tanpa kerangka konseptual ini, pembacaan tafsir rentan terlepas dari realitas digital; sebaliknya, tanpa landasan Qur’ani, analisis *venting* akan terjebak pada relativisme nilai. Integrasi keduanya diharapkan menghasilkan sumbangan baru bagi kajian tafsir kontemporer: menjelaskan bagaimana Al-Qur’an dapat dijadikan pedoman etik dalam menghadapi budaya curhat digital yang kian menguasai ruang batin umat Muslim masa kini.

BAB III
KONSTRUKSI NILAI-NILAI QUR'ANI SEBAGAI PEDOMAN ETIS TERHADAP *VENTING CULTURE* DI MEDIA SOSIAL ERA KONTEMPORER

3.1 Inventarisir Ayat-Ayat Al-Qur'an tentang *Venting Culture*

Venting culture merupakan istilah yang berkembang dalam kajian psikologi dan komunikasi kontemporer untuk menggambarkan aktivitas mengungkapkan pengalaman, pikiran, perasaan maupun keadaan diri kepada pihak lain sebagai memperoleh kelegaan emosional, dukungan sosial, ataupun bentuk ekspresi diri. Dalam perkembangannya, praktik *venting* tidak hanya berkaitan dengan penyampaian emosi seperti kesedihan dan kemarahan, tetapi juga mencakup penyampaian pengalaman positif, termasuk ungkapan rasa dan pencapaian yang banyak dijumpai dalam interaksi di media sosial.

Dalam metode tafsir tematik, ayat-ayat yang berkaitan dengan suatu tema dikumpulkan secara komprehensif, kemudian dianalisis berdasarkan konteks turunnya ayat, keterkaitan antarayat (*munāsabah*), aspek kebahasaan, serta penafsiran para mufasir. Melalui pendekatan ini diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang utuh mengenai konsep Al-Qur'an terhadap suatu persoalan tertentu, sehingga yang dihasilkan tidak didasarkan pada satu ayat secara parsial, tetapi pada keseluruhan pesan Al-Qur'an yang berkaitan dengan tema tersebut.

Berdasarkan hasil inventarisasi ayat-ayat Al-Qur'an, penelitian ini mengidentifikasi sejumlah konsep yang memiliki keterkaitan dengan fenomena *venting culture*, antara lain *syakwā* sebagai bentuk pengaduan, *ḥuzn* sebagai representasi kesedihan, *ghaḍab* sebagai ekspresi kemarahan, serta beberapa konsep lain yang berkaitan dengan pengelolaan dan penyampaian pengalaman manusia, baik dalam bentuk ujian maupun nikmat. Keseluruhan konsep tersebut dianalisis untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai pandangan Al-Qur'an terhadap fenomena *venting culture*.

Analisis pada bab ini dilakukan terhadap ayat-ayat Al-Qur'an yang merepresentasikan konsep-konsep yang berkaitan dengan *venting culture*, yaitu *syakwā*, *ḥuzn*, *ghaḍab* dan *taḥadduth bi al-ni'mah*. Analisis tersebut mengacu pada penafsiran para mufasir yang menjadi sumber utama penelitian, yaitu *Jāmi'al-Bayān* karya al-Ṭabarī, *Tafsīr al-Qur'ān al-'Aẓīm* karya Ibn Kathīr dan *Tafsir al-Azhar* karya Hamka. Penafsiran para mufasir tersebut dianalisis secara komparatif untuk menemukan persamaan dan perbedaan pandangan, kemudian dilakukan *tarjīḥ* dengan argumentasi ilmiah serta diperkuat dengan hadis-hadis Nabi saw. yang relevan. Selanjutnya, hasil analisis tersebut disintesiskan untuk mengonstruksi nilai-nilai Qur'ani sebagai pedoman etis bagi Muslim dalam menghadapi fenomena *venting culture* di media sosial pada era kontemporer. Sebagai awal dalam penerapan metode *tafsīr mawḍū'ī*, terlebih dahulu disajikan inventarisasi ayat-ayat Al-Qur'an yang berkaitan dengan *venting culture* sebagaimana tersaji pada berikut.

A. Ayat-Ayat tentang *Syakwā*

No	Surah/Ayat	Lafaz Ayat	Wazan	Makki/Madani
1	QS. Yūsuf (12): 86	أَشْكُو	أَفْعُلُ *(fi'il muḍāri')*	Makkiyyah
2	QS. Al-Mujādalah (58): 1	تَشْتَكِي	تَفْتَعِلُ *(fi'il muḍāri')*	Madaniyyah

Tabel 3.1 Ayat-Ayat tentang Syakwā

B. Ayat-Ayat tentang *Ghaḍab*

No	Surah/Ayat	Lafaz Ayat	Wazan	Makki/Madani

No	Surah/Ayat	Lafaz Ayat	Wazan	Makki/Madani
1	QS. Al-A'rāf (7): 150	غَضْبَانَ أَسِفًا	فَعْلَانُ / فَعِلٌ *(ṣifah musyabbahah)*	Makkiyyah
2	QS. Ṭāhā (20): 86	غَضْبَانَ أَسِفًا	فَعْلَانُ / فَعِلٌ *(ṣifah musyabbahah)*	Makkiyyah
3	QS. Al-Anbiyā' (21): 87	مُغَاضِبًا	مُفَاعِلٌ *(ism fā'il, bāb mufā'alah)*	Makkiyyah
4	QS. Asy-Syūrā (42): 37	غَضِبُوا	فَعِلُوا *(fi'il māḍī, bāb fa'ila)*	Makkiyyah
5	QS. Fuṣṣilat (41): 34	ادْفَعْ	اِفْعَلْ *(fi'il amr, bāb fa'ala)*	Makkiyyah

Tabel 3.2 Ayat-Ayat tentang Ghaḍab

C. Ayat-Ayat tentang *Huzn*

No	Surah/Ayat	Lafaz Ayat	Wazan	Makki/Madani
1	QS. Yūsuf (12): 84	كَظِيمٌ	فَعِيلٌ *(ṣifah musyabbahah)*	Makkiyyah

No	Surah/Ayat	Lafaz Ayat	Wazan	Makki/Madani
2	QS. Yūsuf (12): 86	حُزْنِي	فُعْلٌ *(maṣdar)*	Makkiyyah
3	QS. Ṭāhā (20): 40	لَا تَحْزَنَ	لَا تَفْعَلَ *(fi'il muḍāri' manṣūb, nahi)*	Makkiyyah
4	QS. Al-Qaṣaṣ (28): 13	لَا تَحْزَنَ	لَا تَفْعَلَ *(fi'il muḍāri' manṣūb, nahi)*	Makkiyyah
5	QS. At-Taubah (9): 40	لَا تَحْزَنْ	لَا تَفْعَلْ *(fi'il muḍāri' majzūm, nahi)*	Madaniyyah

Tabel 3.3 Ayat-Ayat tentang Huzn

D. Ayat-Ayat tentang *Taḥadduth bi al-ni'mah*

No	Surah/Ayat	Lafaz Ayat	Wazan	Makki/Madani
1	QS. Aḍ-Ḍuḥā (93): 11	فَحَدِّثْ	فَعِّلْ *(fi'il amr, bāb taf'īl)*	Makkiyyah
2	QS. Yūsuf (12): 5	لَا تَقْصُصْ	لَا تَفْعُلْ *(fi'il muḍāri' majzūm, nahi)*	Makkiyyah

No	Surah/Ayat	Lafaz Ayat	Wazan	Makki/Madani
3	QS. An-Naḥl (16): 53	نِعْمَةٍ	فِعْلَةٌ *(ism, maṣdar marrah)*	Makkiyyah
4	QS. Ibrāhīm (14): 7	شَكَرْتُمْ	فَعَلْتُمْ *(fi'il māḍī)*	Makkiyyah

Tabel 3.4 Ayat-Ayat tentang Taḥadduth bi al-ni'mah

3.2 Perspektif Mufassir terhadap Ayat-Ayat *Venting Culture*

A. Penafsiran Mufassir terhadap Ayat *Syakwā*

Salah satu konsep yang memiliki keterkaitan erat dengan fenomena *venting culture* dalam perspektif Al-Qur'an adalah *syakwā* (الشكوى), yaitu penyampaian keluh kesah, penderitaan, atau kondisi yang dirasakan seseorang kepada pihak lain.

Untuk memahami konsep *syakwā* secara komprehensif, penelitian ini menganalisis beberapa ayat yang memiliki keterkaitan langsung dengan tema tersebut, yaitu QS. Yūsuf [12]: 86 dan QS. al-Anbiyā' [21]: 83. Kedua ayat tersebut dipilih karena sama-sama menggambarkan bentuk pengaduan yang dilakukan oleh hamba Allah dalam situasi yang berbeda, sehingga memberikan gambaran yang utuh mengenai konsep pengaduan menurut perspektif Al-Qur'an.

Allah Swt. berfirman:

قَالَ اِنَّمَآ اَشْكُوْا بَثِّيْ وَحُزْنِيْٓ اِلَى اللّٰهِ وَاَعْلَمُ مِنَ اللّٰهِ مَا لَا تَعْلَمُوْنَ ﴿٨٦﴾

"Dia (Ya'qub) menjawab, "Hanya kepada Allah aku mengadukan kesusahan dan kesedihanku. Aku mengetahui dari Allah apa yang tidak kamu ketahui." (Yusuf/12:86)

Allah Swt. juga berfirman:

وَاَيُّوْبَ اِذْ نَادٰى رَبَّهٗٓ اَنِّيْ مَسَّنِيَ الضُّرُّ وَاَنْتَ اَرْحَمُ الرّٰحِمِيْنَ ۚ ﴿٨٣﴾

"(Ingatlah) Ayyub ketika dia berdoa kepada Tuhannya, "(Ya Tuhanku,) sesungguhnya aku telah ditimpa penyakit, padahal Engkau Tuhan Yang Maha Penyayang dari semua yang penyayang." (Al-Anbiya'/21:83)

Dalam *Jāmi' al-Bayān*, al-Ṭabarī menjelaskan:

قال أبو جعفر: يقول تعالى ذكره: قال يعقوب للقائلين له من ولده: لست إليكم أشكو بثي وحزني، وإنما أشكو ذلك إلى الله.

"*Kemudian al-Ṭabarī menjelaskan bahwa Nabi Ya'qub a.s. menjawab perkataan anak-anaknya dengan menegaskan bahwa beliau tidak mengadukan kesusahan dan kesedihannya kepada mereka, melainkan hanya mengadukannya kepada Allah Swt.*"

Menurut al-Ṭabarī, ungkapan tersebut menunjukkan bahwa pengaduan Nabi Ya'qub merupakan bentuk ketergantungan dan penghambaan kepada Allah, bukan keluhan kepada sesama manusia.[79] Lebih lanjut, al-Ṭabarī mengutip pendapat para ulama mengenai makna kata البثّ. Beliau menyebutkan:

وقيل: إن البث أشد الحزن، وهو عندي من بث الحديث، وإنما يراد منه: إنما أشكو خبري الذي أنا فيه من الهم، وأبث حديثي وحزني إلى الله.

[79] Muhammad bin Jarir Al-Ṭabarī, *Jāmi' al-Bayān 'an Ta'wīl...,* Jilid 16, hlm. 226.

> Menurut al-Ṭabarī, "*sebagian ulama memaknai al-baththh sebagai kesedihan yang sangat mendalam. Namun, beliau lebih cenderung menghubungkannya dengan ungkapan batstsu al-ḥadīts (menyampaikan atau menyebarkan berita). Oleh karena itu, frasa tersebut dipahami sebagai ungkapan Nabi Ya'qub yang mengadukan keadaan, kegelisahan, dan kesedihannya hanya kepada Allah Swt."*

Al-Ṭabarī juga meriwayatkan penafsiran dari al-Ḥasan al-Baṣrī sebagai berikut:

حدثني محمد بن عمرو... عن الحسن: (إنما أشكو بثي) قال: حزني.

Dalam riwayat lain disebutkan:

عن الحسن: (إنما أشكو بثي وحزني) قال: حاجتي.

Riwayat tersebut menunjukkan bahwa kata *al-baththh* dipahami oleh al-Ḥasan al-Baṣrī sebagai kesedihan (*ḥuzn*), sedangkan pada riwayat lain dimaknai sebagai kebutuhan atau hajat (*ḥājah*). Perbedaan ini memperlihatkan bahwa konsep *syakwā* dalam ayat tersebut tidak hanya berkaitan dengan kesedihan, tetapi juga mencakup seluruh beban kehidupan yang disampaikan seorang hamba kepada Allah Swt.[80]

Penafsiran al-Ṭabarī menunjukkan bahwa *syakwā* merupakan pengungkapan penderitaan yang diarahkan secara eksklusif kepada Allah Swt. Menurut al-Ṭabarī, ungkapan Nabi Ya'qub a.s. bukanlah bentuk keluhan kepada manusia, melainkan penegasan bahwa hanya Allah yang mengetahui secara sempurna keadaan hamba-Nya. Penjelasan beliau terhadap lafaz *al-baththh* juga menunjukkan bahwa penderitaan, kesedihan, bahkan kebutuhan hidup merupakan perkara yang sepantasnya disampaikan kepada Allah Swt. sebagai bentuk

[80] Muhammad bin Jarir Al-Ṭabarī, *Jāmiʿ al-Bayān 'an Ta'wīl...,* Jilid 16, hlm. 227.

ketergantungan dan penghambaan. Dengan demikian, *syakwā* dalam ayat ini tidak dimaknai sebagai sikap putus asa, tetapi sebagai ekspresi keimanan yang tetap disertai harapan kepada Allah.

Selanjutnya Ibn Kathīr menjelaskan:

{قَالَ إِنَّمَا أَشْكُو بَثِّي وَحُزْنِي إِلَى اللَّهِ} أَيْ: أَجَابَهُمْ عَمَّا قَالُوا بِقَوْلِهِ: {إِنَّمَا أَشْكُو بَثِّي وَحُزْنِي} أَيْ: هَمِّي وَمَا أَنَا فِيهِ {إِلَى اللَّهِ} وَحَدَّهُ {وَأَعْلَمُ مِنَ اللَّهِ مَا لَا تَعْلَمُونَ} أَيْ: أَرْجُو مِنْهُ كُلَّ خَيْرٍ.

> *"(Nabi Ya'qub) menjawab mereka dengan berkata, 'Sesungguhnya aku hanya mengadukan kesusahan dan kesedihanku kepada Allah.' Maksudnya, aku hanya mengadukan kegelisahan dan penderitaan yang sedang aku alami kepada Allah semata. Adapun firman-Nya, 'Dan aku mengetahui dari Allah apa yang tidak kamu ketahui,' maksudnya adalah bahwa aku tetap berharap kepada-Nya segala kebaikan."*[81]

Penafsiran Ibn Kathīr memperlihatkan bahwa pengaduan Nabi Ya'qub a.s. tetap disertai keyakinan dan harapan terhadap pertolongan Allah Swt. Penegasan beliau mengenai kalimat *wa a'lamu mina Allāhi mā lā ta'lamūn* menunjukkan bahwa di balik kesedihan yang mendalam masih terdapat optimisme terhadap rahmat Allah. Dengan demikian, *syakwā* tidak identik dengan keputusasaan, tetapi menjadi media untuk memperkuat hubungan spiritual seorang hamba dengan Tuhannya.

Penafsiran Hamka memberikan dimensi kontekstual terhadap konsep *syakwā*. Menurut beliau, manusia merupakan makhluk yang memiliki kebutuhan untuk mengungkapkan kesedihan dan penderitaannya. Akan tetapi, pengungkapan tersebut hendaknya diarahkan kepada Allah Swt. karena hanya Dia yang mengetahui keadaan hamba-Nya secara sempurna dan memiliki kekuasaan untuk

[81] Ibn Kathīr, *Tafsīr al-Qur'ān al-'Aẓīm*…, Jilid 4, hlm. 405-406.

menghilangkan setiap kesulitan.[82] Penjelasan Hamka memperlihatkan bahwa *syakwā* tidak hanya memiliki dimensi teologis, tetapi juga memberikan ketenangan psikologis bagi seorang mukmin yang sedang menghadapi ujian kehidupan.

Adapun mengenai QS. al-Anbiyā' [21]: 83, al-Ṭabarī menjelaskan:

> حدثني محمد بن سعد، قال: ثني أبي، قال: ثني عمي، قال: ثني أبي، عن أبيه، عن ابن عباس، قوله: ﴿وَأَيُّوبَ إِذْ نَادَىٰ رَبَّهُ أَنِّي مَسَّنِيَ الضُّرُّ﴾... فإنه لما مسه الشيطان بنصب وعذاب، أنساه الله الدعاء أن يدعوه فيكشف ما به من ضر، غير أنه كان يذكر الله كثيرا، ولا يزيده البلاء في الله إلا رغبة وحسن إيمان، فلما انتهى الأجل، وقضى الله أنه كاشف ما به من ضر، أذن له في الدعاء ويسره له...

"*Muhammad bin Sa'd menceritakan kepadaku, ia berkata: Ayahku menceritakan kepadaku, ia berkata: Pamanku menceritakan kepadaku, ia berkata: Ayahku menceritakan kepadaku dari ayahnya, dari Ibn 'Abbās mengenai firman Allah, 'Dan (ingatlah kisah) Ayyub ketika ia menyeru Tuhannya, Sesungguhnya aku telah ditimpa penyakit..." (QS. al-Anbiyā' [21]: 83). Ibn 'Abbās menjelaskan bahwa ketika setan menimpakan penderitaan dan kesusahan kepada Nabi Ayyub, Allah menangguhkan doa yang biasa beliau panjatkan untuk memohon agar penyakit tersebut diangkat. Meskipun demikian, Nabi Ayyub tetap banyak mengingat Allah. Ujian yang menimpanya tidaklah menambah sesuatu pada dirinya selain semakin besar keinginannya untuk mendekat kepada Allah dan semakin baik keimanannya. Setelah masa ujian itu berakhir dan*

[82] Hamka, *Tafsir al-Azhar*, Jilid 5 (Singapura: Pustaka Nasional PTE LTD, 1984), hlm. 3703.

Allah menetapkan untuk menghilangkan penderitaan yang menimpanya, Allah memberikan izin kepadanya untuk berdoa serta memudahkan doa tersebut sehingga dikabulkan…"[83]

Analisis al-Ṭabarī terhadap ayat tersebut memperlihatkan bahwa Nabi Ayyub a.s. tidak mengeluhkan penderitaannya kepada manusia hal ini sejalan dengan penafsiran Ibn Kathīr memberikan penekanan yang sangat kuat pada dimensi spiritual dalam menghadapi penderitaan, Ibn Kathīr menjelaskan dalam tafsirnya:

وقد كان نبي الله أيوب عليه السلام غاية في الصبر، وبه يضرب المثل في ذلك.

Nabi Allah Ayyub a.s. adalah sosok yang mencapai puncak kesabaran, sehingga beliau dijadikan sebagai perumpamaan dalam hal tersebut.[84]

Selanjutnya, Ibn Kathīr mengutip riwayat dari Yazīd ibn Maysarah yang menggambarkan sikap Nabi Ayyub ketika Allah Swt. mengujinya dengan kehilangan harta, keluarga dan anak-anaknya. Meskipun seluruh kenikmatan dunia yang dimilikinya telah diambil, Nabi Ayyub tidak mengeluh ataupun berputus asa. Sebaliknya, beliau terus memperbanyak zikir dan memuji Allah seraya berkata:

أحمدك رب الأرباب، الذي أحسنت إلي، أعطيتني المال والولد، فلم يبق من قلبي شعبة إلا قد دخلها ذلك، فأخذت ذلك كله مني، وفرغت قلبي، ليس يحول بيني وبينك شيء

"*Aku memuji-Mu, wahai Tuhan segala tuhan. Engkaulah yang telah berbuat baik kepadaku. Engkau*

[83] Muhammad bin Jarir Al-Ṭabarī, *Jāmiʿ al-Bayān 'an Ta'wīl…,* Jilid 18, hal. 505.

[84] Ibn Kathīr, *Tafsīr al-Qur'ān al-'Aẓīm*…, Jilid 5, hal. 359.

telah menganugerahkan harta dan anak-anak kepadaku sehingga seluruh hatiku dipenuhi oleh nikmat tersebut. Kemudian Engkau mengambil semuanya dariku sehingga kini hati ini menjadi kosong dan tidak ada lagi sesuatu pun yang menghalangi hubungan antara aku dan Engkau."[85]

Penafsiran Ibn Kathīr memberikan penekanan yang sangat kuat pada dimensi spiritual dalam menghadapi penderitaan. Berbeda dengan pemahaman yang menganggap *venting* sebagai pelampiasan emosi, kisah Nabi Ayyub menunjukkan bahwa pengungkapan penderitaan dapat berjalan seiring dengan kesabaran, rasa syukur dan kedekatan kepada Allah Swt. Hal ini tampak dari sikap Nabi Ayyub yang tetap memuji Allah meskipun seluruh kenikmatan dunia yang dimilikinya telah hilang.

Selain itu, riwayat yang dikutip dari Hamka dalam tafsirnya QS. al-Anbiyā' [21]: 83, Hamka menjelaskan bahwa doa Nabi Ayyub a.s. merupakan contoh pengaduan yang disampaikan dengan penuh kesantunan kepada Allah Swt. Menurutnya, kalimat yang digunakan Nabi Ayyub menunjukkan adab seorang hamba ketika menghadapkan diri kepada Tuhannya. Hal tersebut tampak dari ungkapan:

أَنِّي مَسَّنِيَ الضُّرُّ

"*Sesungguhnya aku telah disentuh oleh suatu malapetaka*."

Hamka memberikan perhatian khusus pada pemilihan kata مَسَّنِيَ(*massaniya*), yang berarti *"telah menyentuhku."* Menurut beliau, Nabi Ayyub tidak mengatakan bahwa dirinya ditimpa azab atau bencana yang besar, tetapi menggunakan ungkapan yang sangat halus, seolah-olah penderitaan itu hanya "menyentuh" dirinya. Pilihan diksi tersebut mencerminkan kesopanan Nabi Ayyub dalam berbicara

[85] Ibn Kathīr, *Tafsīr al-Qur'ān al-'Aẓīm*…, Jilid 5, hlm. 359.

kepada Allah Swt. sehingga beliau tidak menyalahkan ataupun memprotes ketetapan-Nya.[86]

Selanjutnya, Hamka menjelaskan bahwa doa Nabi Ayyub ditutup dengan kalimat:

وَأَنتَ أَرْحَمُ الرَّاحِمِينَ

"*Dan Engkau adalah Yang Maha Penyayang di antara semua penyayang*". Menurut Hamka, penutup doa ini menunjukkan bahwa Nabi Ayyub tidak secara langsung meminta agar penderitaannya dihilangkan. Beliau hanya menyampaikan keadaan yang sedang dialaminya, kemudian menyerahkan sepenuhnya keputusan kepada kasih sayang Allah Swt. Dengan demikian, doa tersebut bukan merupakan ungkapan keluhan, melainkan permohonan yang dipenuhi keyakinan terhadap rahmat Allah.[87]

Hamka juga menegaskan bahwa kasih sayang Allah berbeda dengan kasih sayang manusia. Manusia sering kali menunjukkan kasih sayang karena mengharapkan balasan atau manfaat tertentu, sedangkan kasih sayang Allah bersifat sempurna dan tidak didasari oleh kepentingan apa pun. Oleh sebab itu, Nabi Ayyub menjadikan sifat kasih sayang Allah sebagai dasar pengharapannya ketika menyampaikan penderitaan yang sedang dialaminya.

Pada bagian akhir penafsirannya, Hamka menyimpulkan bahwa doa Nabi Ayyub bukanlah bentuk keluhan ataupun protes terhadap takdir Allah. Sebaliknya, doa tersebut merupakan permohonan belas kasih yang disampaikan dengan penuh kerendahan hati dan adab yang tinggi. Nabi Ayyub tidak mengomel, tidak menyesali ketetapan Allah, dan tidak mengadukan penderitaannya kepada manusia, melainkan hanya memohon rahmat kepada Allah Swt.[88]

---

[86] Hamka, *Tafsir al-Azhar*, Jilid 6…, hlm. 4262.
[87] Hamka, *Tafsir al-Azhar*, Jilid 6…, hlm. 4262.
[88] Hamka, *Tafsir al-Azhar*, Jilid 6…, hlm. 4262.

Penafsiran Hamka memberikan dimensi etik dan spiritual yang sangat kuat terhadap konsep *syakwā*. Berbeda dengan pemahaman yang mengidentikkan pengaduan dengan sikap mengeluh, Hamka menunjukkan bahwa Nabi Ayyub tetap menjaga kesantunan bahasa meskipun sedang berada dalam penderitaan yang sangat berat. Hal ini terlihat dari pemilihan kata مَسَّنِيَ الضُّرُّ yang menggambarkan kelembutan seorang hamba dalam menyampaikan penderitaannya kepada Allah.

Berdasarkan ketiga penafsiran tersebut, penulis cenderung kepada penafsiran al-Ṭabarī karena memberikan fondasi konseptual yang lebih komprehensif melalui analisis riwayat dan kebahasaan terhadap makna *syakwā*. Penjelasan al-Ṭabarī memperlihatkan bahwa pengaduan yang dilakukan Nabi Ya'qub a.s. bukan sekadar penyampaian kesedihan, melainkan bentuk ketergantungan total kepada Allah Swt. Meskipun demikian, penafsiran Ibn Kathīr dan Hamka tidak dapat dipisahkan karena keduanya memperkaya dimensi spiritual dan kontekstual dari konsep *syakwā*. Oleh sebab itu, ketiga penafsiran tersebut saling melengkapi dalam membangun pemahaman yang utuh mengenai etika pengungkapan penderitaan dalam perspektif al-Qur'an. Prinsip tersebut dipertegas oleh Rasulullah saw. dalam sabdanya:

لِيَسْأَلْ أَحَدُكُمْ رَبَّهُ حَاجَتَهُ حَتَّى يَسْأَلَهُ المِلْحَ، وَحَتَّى يَسْأَلَهُ شِسْعَ نَعْلِهِ إِذَا انْقَطَعَ

> *"Hendaklah salah seorang di antara kalian memohon kepada Tuhannya segala kebutuhannya, bahkan hingga meminta garam kepada-Nya, dan hingga meminta kepada-Nya tali sandalnya apabila tali sandal itu terputus."*
> (HR. al-Tirmiżī).[89]

---

[89] Muḥammad ibn 'Īsā al-Tirmiżī, *Sunan al-Tirmiżī*, taḥqīq Aḥmad Muḥammad Syākir, Muḥammad Fu'ād 'Abd al-Bāqī dan Ibrāhīm 'Aṭwah 'Awaḍ,

Hadis tersebut menegaskan bahwa seorang Muslim dianjurkan menjadikan Allah Swt. sebagai tempat memohon dalam setiap urusan kehidupan. Sejalan dengan itu, konsep *syakwā* dalam Al-Qur'an mengajarkan bahwa pengungkapan kesedihan dan penderitaan hendaknya diarahkan kepada Allah sebagai bentuk tawakal dan penghambaan, bukan sekadar mencari simpati manusia. Dalam konteks *venting culture*, nilai ini menjadi pedoman etis agar pengungkapan emosi tetap berlandaskan tauhid, kesabaran dan adab sehingga tidak membuka aib atau menimbulkan kemudaratan.

B. Penafsiran Mufassir terhadap Ayat-Ayat *Ḥuzn*

Secara etimologis, kata *ḥuzn* (الحزن) berasal dari akar kata حزن – يحزن حزنًا yang secara umum bermakna kesedihan, duka cita atau keadaan batin yang diliputi oleh kegelisahan akibat kehilangan sesuatu yang dicintai atau karena menghadapi sesuatu yang tidak diharapkan. Pembahasan selanjutnya akan diarahkan pada analisis ayat-ayat yang berkaitan dengan konsep *ḥuzn* untuk memperoleh pemahaman yang utuh mengenai pengelolaan kesedihan dalam perspektif Al-Qur'an.

QS. Yūsuf [12]: 84 dan QS. al-Taubah [9]: 40 dipilih karena keduanya merepresentasikan dua dimensi utama *ḥuzn* dalam al-Qur'an. QS. Yūsuf [12]: 84 menggambarkan kesedihan sebagai respons emosional yang manusiawi, sedangkan QS. al-Taubah [9]: 40 menunjukkan bimbingan Allah dalam mengelola kesedihan melalui penguatan iman dan tawakal. Oleh karena itu, kedua ayat tersebut dipandang representatif untuk mengonstruksi konsep *ḥuzn* dalam perspektif al-Qur'an.

Dalam menafsirkan QS. Yūsuf [12]: 84, al-Ṭabarī menjelaskan bahwa firman Allah Swt.:

(Kairo: Maktabah wa Maṭba'ah Muṣṭafā al-Bābī al-Ḥalabī, cet. II, 1395 H/1975 M), jil. 5, hlm. 583.

وَتَوَلّٰى عَنْهُمْ وَقَالَ يٰٓاَسَفٰى عَلٰى يُوْسُفَ وَابْيَضَّتْ عَيْنٰهُ مِنَ الْحُزْنِ فَهُوَ كَظِيْمٌ ﴿٨٤﴾

> "Dia (Ya'qub) berpaling dari mereka (anak-anaknya) seraya berkata, "Alangkah kasihan Yusuf," dan kedua matanya menjadi putih karena sedih. Dia adalah orang yang sungguh-sungguh menahan (amarah dan kepedihan)." (Yusuf/12:84)

"Dan dia (Ya'qub) berpaling dari mereka (anak-anaknya) seraya berkata, 'Aduhai dukacitaku terhadap Yusuf,' dan kedua matanya menjadi putih karena sedih. Dia menahan amarah (terhadap anak-anaknya)", menunjukkan bahwa Nabi Ya'qub a.s. berpaling dari anak-anaknya setelah mendengar perkataan mereka, kemudian beliau mengungkapkan kesedihannya dengan berkata, "Wahai, betapa sedihnya aku atas Yusuf." Menurut al-Ṭabarī, ungkapan يَا أَسَفَىٰ عَلَىٰ يُوسُفَ bermakna "*Wahai kesedihanku terhadap Yusuf*."[90]

Selanjutnya, al-Ṭabarī menjelaskan firman Allah:

﴿وَابْيَضَّتْ عَيْنَاهُ مِنَ الْحُزْنِ فَهُوَ كَظِيمٌ﴾

dengan mengutip beberapa riwayat dari Qatādah. Dalam riwayat tersebut dijelaskan bahwa kesedihan Nabi Ya'qub terus tersimpan di dalam dirinya sehingga beliau menahannya tanpa mengucapkan perkataan yang buruk. Qatādah menafsirkan frasa ﴿فَهُوَ كَظِيمٌ﴾

[90] Muhammad bin Jarir Al-Ṭabarī, *Jāmiʿ al-Bayān 'an Ta'wīl...,* Jilid 16, hlm. 214.

sebagai orang yang menahan kesedihan di dalam hatinya dan tidak mengucapkan sesuatu selain kebaikan.[91]

Al-Ṭabarī juga meriwayatkan penafsiran Ibn Zayd yang menjelaskan bahwa kata الكظيم (*al-kaẓīm*) berarti seseorang yang menahan kesedihannya sehingga memilih diam dan tidak banyak berbicara. Menurutnya, kesedihan Nabi Ya'qub telah mencapai tingkat yang sangat mendalam hingga beliau hampir tidak lagi berbicara kepada anak-anaknya.[92]

Penafsiran al-Ṭabarī menunjukkan bahwa Al-Qur'an mengakui kesedihan sebagai bagian dari fitrah manusia. Kesedihan Nabi Ya'qub akibat kehilangan Nabi Yusuf diungkapkan secara jujur melalui ucapan "*Yā Asafā 'alā Yūsuf*", sehingga menunjukkan bahwa mengekspresikan kesedihan bukanlah sesuatu yang bertentangan dengan ajaran Islam.

Di sisi lain, al-Ṭabarī menegaskan makna الكظيم (*al-kaẓīm*), yaitu kemampuan menahan kesedihan agar tidak berubah menjadi ucapan atau perbuatan yang bertentangan dengan nilai-nilai keimanan. Dengan demikian, kesedihan dalam perspektif al-Ṭabarī merupakan emosi yang manusiawi, tetapi tetap harus disertai pengendalian diri dan kesabaran.

Dalam menafsirkan firman Allah Swt.

وَتَوَلَّىٰ عَنْهُمْ وَقَالَ يَا أَسَفَىٰ عَلَىٰ يُوسُفَ

Ibn Kathīr menjelaskan bahwa Nabi Ya'qub berpaling dari anak-anaknya (أَعْرَضَ عَنْ بَنِيهِ) seraya kembali mengingat kesedihan lamanya

---

[91] Muhammad bin Jarir Al-Ṭabarī, *Jāmiʿ al-Bayān 'an Ta'wīl...,* Jilid 16, hlm. 215-216.

[92] Muhammad bin Jarir Al-Ṭabarī, *Jāmiʿ al-Bayān 'an Ta'wīl...,* Jilid 16, hlm. 219.

terhadap Nabi Yusuf. Menurut beliau, hilangnya putra yang lain menyebabkan kesedihan yang selama ini terpendam kembali muncul (جَدَّدَ لَهُ حُزْنُ الِابْنَيْنِ الْحُزْنَ الدَّفِينَ). Selanjutnya, Ibn Kathīr menafsirkan firman Allah: (فَهُوَ كَظِيمٌ) dengan mengutip pendapat Qatādah yang menyatakan:

ساكت لا يشكو أمره إلى مخلوق

Nabi Ya'qub tetap diam dan tidak mengadukan musibah yang dialaminya kepada seorang pun dari makhluk.

Sementara itu, al-Ḍaḥḥāk menafsirkan kata الكظيم sebagai كئيب حزين, yaitu seseorang yang dipenuhi kesedihan dan kedukaan.[93] Hamka menjelaskan bahwa kesabaran tidak berarti menghilangkan perasaan sedih. Menurutnya, kesabaran adalah kemampuan seseorang mengendalikan perasaan ketika menghadapi ujian kehidupan. Oleh karena itu, kesedihan yang dialami Nabi Ya'qub tidak bertentangan dengan sifat sabar yang dimilikinya.[94]

Hamka menjelaskan bahwa setelah mendengar kabar mengenai hilangnya Bunyamin, Nabi Ya'qub kembali teringat kepada Nabi Yusuf sehingga beliau berkata:

﴿يَا أَسَفَىٰ عَلَىٰ يُوسُفَ﴾

Ungkapan tersebut menunjukkan betapa mendalamnya kerinduan dan kesedihan Nabi Ya'qub kepada putranya. Kesedihan yang terus dipendam itu menyebabkan penglihatannya memutih karena terlalu banyak menangis. Namun demikian, Hamka menegaskan bahwa keadaan tersebut merupakan sesuatu yang manusiawi. Bahkan

[93] Ibn Kathīr, *Tafsīr al-Qur'ān al-'Aẓīm*…, Jilid 4, hlm. 405.
[94] Hamka, *Tafsir al-Azhar*, Jilid 6…, hlm. 3703.

menurutnya, seorang ayah yang kehilangan anak tentu akan merasakan kesedihan yang mendalam.

Lebih lanjut, Hamka menekankan bahwa kesedihan Nabi Ya'qub tidak menjadikannya berputus asa ataupun menyalahkan Allah Swt. Beliau tetap menerima ketentuan Allah dengan penuh kesabaran. Oleh karena itu, kesedihan yang dialami Nabi Ya'qub bukanlah bentuk kelemahan iman, melainkan ekspresi kasih sayang seorang ayah yang tetap berada dalam bingkai keimanan dan kesabaran.[95]

Penafsiran Hamka menunjukkan bahwa kesedihan merupakan fitrah manusia yang tidak bertentangan dengan kesabaran. Menurut Hamka, yang menjadi ukuran kesabaran bukanlah hilangnya rasa sedih, tetapi kemampuan seseorang mengendalikan perasaan tanpa kehilangan keimanan dan tanpa menyalahkan ketentuan Allah Swt.

Dengan demikian, konsep *ḥuzn* dalam perspektif Hamka memperlihatkan bahwa kesedihan dapat berjalan berdampingan dengan kesabaran. Hal ini menegaskan bahwa Islam tidak menuntut seseorang untuk meniadakan emosinya, tetapi mengarahkannya agar tetap berada dalam koridor keimanan, kesabaran dan penerimaan terhadap ketetapan Allah.

Kemudian al-Ṭabarī menjelaskan firman Allah Swt.:

﴿إِذْ يَقُولُ لِصَاحِبِهِ لَا تَحْزَنْ إِنَّ اللَّهَ مَعَنَا﴾

bahwa ayat ini berkaitan dengan peristiwa hijrah Rasulullah saw. bersama Abū Bakr al-Ṣiddīq ketika keduanya berlindung di Gua Ṡawr setelah kaum musyrik berusaha membunuh, menahan atau mengusir Rasulullah saw. Pada saat itu, Abū Bakr merasa cemas apabila orang-orang Quraisy menemukan tempat persembunyian mereka sehingga Rasulullah saw. menenangkan beliau dengan sabda:

يَا أَبَا بَكْرٍ مَا ظَنُّكَ بِاثْنَيْنِ اللَّهُ ثَالِثُهُمَا

[95] Hamka, *Tafsir al-Azhar*, Jilid 6…, hlm. 3703.

"*Wahai Abū Bakr, bagaimana pendapatmu tentang dua orang yang Allah menjadi Yang Ketiga bersama mereka*?"

Al-Ṭabarī menjelaskan bahwa firman Allah (لَا تَحْزَنْ إِنَّ اللَّهَ مَعَنَا) merupakan bentuk peneguhan hati agar Abū Bakr tidak larut dalam rasa cemas dan takut, sebab Allah senantiasa memberikan pertolongan, perlindungan dan penjagaan kepada Rasul-Nya. Selanjutnya, pada firman Allah:

﴿فَأَنْزَلَ اللَّهُ سَكِينَتَهُ عَلَيْهِ وَأَيَّدَهُ بِجُنُودٍ لَمْ تَرَوْهَا﴾

al-Ṭabarī menjelaskan bahwa Allah menurunkan السكينة (*al-sakīnah*), yaitu ketenangan dan pertolongan-Nya, serta menguatkan Rasulullah saw. dengan bala tentara yang tidak terlihat, yakni para malaikat. Dengan demikian, pertolongan Allah tidak hanya berupa perlindungan fisik, tetapi juga ketenangan yang menguatkan hati dalam menghadapi situasi yang penuh ancaman.[96]

Penafsiran al-Ṭabarī menunjukkan bahwa larangan ﴿لَا تَحْزَنْ﴾ bukan berarti meniadakan rasa cemas atau kesedihan, melainkan mengarahkan agar emosi tersebut tidak menguasai hati seorang mukmin. Ketenangan yang diberikan Rasulullah saw. kepada Abū Bakr berakar pada keyakinan bahwa Allah senantiasa menyertai dan memberikan pertolongan kepada hamba-Nya.

Selain itu, penafsiran al-Ṭabarī memperlihatkan hubungan antara *ḥuzn* dan *al-sakīnah*. Ketika kesedihan dan kecemasan dihadapi dengan keimanan kepada Allah, maka Allah menganugerahkan ketenangan yang menguatkan hati. Hal ini menunjukkan bahwa pengelolaan kesedihan dalam perspektif al-Qur'an tidak hanya bersifat emosional, tetapi juga memiliki dimensi spiritual yang berlandaskan kepercayaan kepada pertolongan Allah Swt.

---

[96] Muhammad bin Jarir Al-Ṭabarī, *Jāmiʿ al-Bayān 'an Ta'wīl…,* jilid 14, hlm. 257-258.

﴿إِذْ يَقُولُ لِصَاحِبِهِ لَا تَحْزَنْ إِنَّ اللَّهَ مَعَنَا﴾

Ibn Kathīr juga berpendapat hampir sama dengan menjelaskan bahwa ayat ini berkaitan dengan peristiwa hijrah Rasulullah saw. bersama Abū Bakr al-Ṣiddīq ketika keduanya berlindung di Gua Ṡawr setelah kaum musyrik berusaha membunuh, menangkap atau mengusir Rasulullah saw. Pada saat itu, Abū Bakr merasa cemas apabila orang-orang Quraisy mengetahui tempat persembunyian mereka sehingga dapat membahayakan Rasulullah saw. [97]Oleh karena itu, Rasulullah saw. menenangkan beliau dengan sabda:

يَا أَبَا بَكْرٍ مَا ظَنُّكَ بِاثْنَيْنِ اللَّهُ ثَالِثُهُمَا

> "*Wahai Abū Bakr, bagaimana pendapatmu tentang dua orang yang Allah menjadi Yang Ketiga bersama mereka*?"

Ibn Kathīr kemudian mengutip hadis yang diriwayatkan oleh Imam Aḥmad, al-Bukhārī dan Muslim dari Abū Bakr yang menceritakan bahwa beliau berkata, "*Seandainya salah seorang dari mereka melihat ke arah kedua telapak kakinya, niscaya ia akan melihat kita*." Rasulullah saw. kemudian menjawab dengan kalimat tersebut sebagai bentuk peneguhan hati dan keyakinan akan pertolongan Allah.[98]

Selanjutnya, Ibn Kathīr menjelaskan firman Allah:

﴿فَأَنْزَلَ اللَّهُ سَكِينَتَهُ عَلَيْهِ وَأَيَّدَهُ بِجُنُودٍ لَمْ تَرَوْهَا﴾

Menurutnya, Allah menurunkan السكينة (*al-sakīnah*), yaitu ketenangan dan pertolongan-Nya. Mayoritas ulama berpendapat

---

[97] Ibn Kathīr, *Tafsīr al-Qur'ān al-'Aẓīm*…, jilid 4, hlm. 134.

[98] Muḥammad ibn Ismā'īl al-Bukhārī, *Ṣaḥīḥ al-Bukhārī*, ed. Muṣṭafā Dīb al-Bughā (Damaskus: Dār Ibn Kathīr dan Dār al-Yamāmah, 1993), Jilid 3, hlm. 1337.

bahwa ketenangan tersebut diturunkan kepada Rasulullah saw., sedangkan sebagian ulama seperti Ibn ‘Abbās berpendapat bahwa ketenangan itu diberikan kepada Abū Bakr. Namun demikian, kedua pendapat tersebut tidak saling bertentangan karena Rasulullah saw. senantiasa berada dalam ketenangan Allah dan pada peristiwa itu Allah kembali memberikan ketenangan yang sesuai dengan situasi yang sedang dihadapi. Selain itu, Allah juga menguatkan Rasulullah saw. dengan bala tentara yang tidak terlihat, yaitu para malaikat.[99]

Penafsiran Ibn Kathīr menunjukkan bahwa ungkapan ﴿لَا تَحْزَنْ﴾ merupakan bentuk penguatan psikologis dan spiritual yang diberikan Rasulullah saw. kepada Abū Bakr dalam situasi yang penuh ancaman. Kesedihan dan kecemasan yang dirasakan Abū Bakr tidak dipandang sebagai kelemahan iman, tetapi diarahkan agar berubah menjadi ketenangan melalui keyakinan terhadap pertolongan Allah Swt.

Selain itu, penafsiran Ibn Kathīr memperlihatkan bahwa ketenangan (*al-sakīnah*) merupakan anugerah Allah yang menguatkan hati seorang mukmin ketika menghadapi keadaan yang sulit. Dengan demikian, konsep *ḥuzn* dalam ayat ini tidak berhenti pada pengakuan terhadap emosi manusia, tetapi juga menunjukkan bahwa keimanan kepada Allah menjadi sumber ketenangan dalam menghadapi rasa takut dan kesedihan.

Dalam menafsirkan QS. al-Taubah [9]: 40, Hamka menunjukkan bahwa Allah menurunkan ketenangan kepada Abū Bakr setelah Rasulullah saw. meneguhkan hatinya dengan firman ﴿لَا تَحْزَنْ إِنَّ اللَّهَ مَعَنَا﴾. Menurut Hamka, nasihat Rasulullah tersebut membuat Abū Bakr tidak lagi dikuasai oleh rasa cemas, tetapi mulai bertawakal kepada Allah sehingga ketenangan memenuhi hatinya.[100]

---

[99] Ibn Kathīr, *Tafsīr al-Qur’ān al-‘Aẓīm*…, Jilid 4, hlm. 134.
[100] Hamka, *Tafsir al-Azhar*, jilid 4…, hlm. 2968.

Hamka juga menegaskan bahwa pertolongan Allah tidak hanya tampak dalam bentuk perlindungan dari musuh, tetapi telah menyertai Rasulullah saw. sejak awal perjalanan hijrah. Oleh karena itu, ketenangan yang diberikan Allah merupakan bukti bahwa pertolongan-Nya senantiasa hadir bagi orang-orang yang beriman dan bertawakal kepada-Nya.[101]

Penafsiran Hamka menunjukkan bahwa kesedihan dan kecemasan tidak diatasi dengan mengingkari emosi tersebut, tetapi dengan memperkuat tawakal kepada Allah. Ketenangan (*sakīnah*) hadir ketika hati meyakini bahwa Allah senantiasa menyertai dan memberikan pertolongan kepada hamba-Nya.

Dengan demikian, Hamka memandang bahwa pengelolaan *ḥuzn* tidak hanya berkaitan dengan pengendalian emosi, tetapi juga dengan penguatan hubungan spiritual kepada Allah melalui keyakinan dan tawakal.

C. Penafsiran Mufassir terhadap Ayat-Ayat *Ghaḍab*

Ghaḍab (الغضب) secara bahasa berarti marah dan merupakan lawan dari *al-riḍā* (keridaan). Dalam perspektif Islam, *ghaḍab* merupakan respons emosional yang bersifat fitri, namun nilainya ditentukan oleh sebab, tujuan, dan cara mengekspresikannya. Al-Qur'an tidak mengingkari keberadaan emosi marah, tetapi memberikan tuntunan agar kemarahan dikelola sesuai dengan nilai keimanan dan akhlak.

Oleh karena itu, penelitian ini memfokuskan analisis pada QS. Āli 'Imrān [3]: 134 dan QS. al-Syūrā [42]: 37 karena kedua ayat tersebut secara eksplisit memuat bimbingan mengenai pengendalian amarah dan sikap memaafkan sebagai bentuk kematangan spiritual. Kedua ayat ini dipilih karena tidak hanya menjelaskan keberadaan *ghaḍab* sebagai emosi manusia, tetapi juga menghadirkan pedoman etis dalam mengelola dan mengekspresikannya secara proporsional,

[101] Hamka, *Tafsir al-Azhar*, jilid 4…, hlm. 2970.

sehingga relevan sebagai dasar konstruksi nilai Qur'ani dalam menghadapi fenomena *venting culture*.

Dalam menafsirkan firman Allah Swt.:

﴿وَالْكَاظِمِينَ الْغَيْظَ﴾

Dan firman Allah Swt.:

﴿ادْفَعْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ﴾

al-Ṭabarī menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan الكاظمين الغيظ adalah orang-orang yang mampu menahan amarah ketika hati mereka dipenuhi rasa marah. Beliau menerangkan bahwa ungkapan كظم غيظه berarti menelan atau menahan kemarahan sehingga seseorang mampu mengendalikan dirinya untuk tidak melakukan tindakan yang sebenarnya mampu ia lakukan sebagai bentuk pelampiasan terhadap orang yang membuatnya marah.[102]

Lebih lanjut, al-Ṭabarī menjelaskan bahwa makna dasar الكظم adalah menahan sesuatu yang telah penuh, sebagaimana ungkapan كظمت القربة yang berarti memenuhi kantong air hingga penuh lalu menutupnya agar air tidak keluar. Oleh karena itu, istilah كظيم pada QS. Yūsuf [12]: 84 menunjukkan hati Nabi Ya'qub yang dipenuhi kesedihan tetapi tetap mampu menahannya. Dengan demikian, *kaẓm al-ghayẓ* tidak berarti menghilangkan rasa marah, melainkan mengendalikan kemarahan agar tidak diwujudkan dalam tindakan yang melampaui batas.[103]

---

[102] Muhammad bin Jarir Al-Ṭabarī, *Jāmiʿ al-Bayān 'an Ta'wīl*...,jilid 7, hlm. 214.

[103] Muhammad bin Jarir Al-Ṭabarī, *Jāmiʿ al-Bayān 'an Ta'wīl*...,jilid 7, hlm. 214.

Al-Ṭabarī juga meriwayatkan penafsiran Ibn ‘Abbās yang menyatakan bahwa ayat ini mengajarkan kaum mukmin untuk bersabar ketika marah, bersikap santun dan memaafkan ketika disakiti. Apabila sikap tersebut dilakukan, Allah akan melindungi mereka dari godaan setan sehingga orang yang sebelumnya menjadi musuh dapat berubah menjadi sahabat yang dekat. Di samping itu, sebagian ulama tafsir memaknai ﴿ادْفَعْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ﴾ sebagai membalas keburukan dengan ucapan salam dan perkataan yang baik.[104]

Penafsiran al-Ṭabarī menunjukkan bahwa Al-Qur’an tidak menafikan munculnya kemarahan sebagai fitrah manusia. Yang menjadi tuntunan adalah kemampuan mengendalikan dorongan untuk membalas ketika seseorang memiliki kesempatan melakukannya. Dengan demikian, ukuran kemuliaan bukan terletak pada tidak adanya rasa marah, tetapi pada kemampuan menguasai diri ketika kemarahan muncul.

Ibn Kathīr berpendapat bahwa pengendalian kemarahan tidak berhenti pada menahan diri dari tindakan yang merugikan, tetapi dilanjutkan dengan sikap memaafkan serta melakukan ikhtiar yang diajarkan Rasulullah saw. untuk meredakan amarah. Hal ini menunjukkan bahwa Al-Qur’an dan Sunnah memberikan tuntunan praktis dalam mengelola emosi agar tidak berubah menjadi perilaku yang merusak. Bahkan setelah berhasil menahan kemarahan, mereka melangkah lebih jauh dengan memberikan maaf kepada orang yang berbuat salah kepada mereka.[105]

Dalam *Tafsir al-Azhar*, Hamka menggambarkan tingkatan akhlak orang-orang bertakwa. Menurutnya, ayat ini tidak hanya memerintahkan kaum mukmin untuk menahan amarah, tetapi juga mengaitkannya dengan sifat dermawan dan pemaaf sebagai karakter utama seorang mukmin. Orang yang bertakwa tetap gemar berinfak,

---

[104] Muhammad bin Jarir Al-Ṭabarī, *Jāmiʿ al-Bayān ‘an Ta’wīl*...,jilid 21, hlm. 471.

[105] Ibn Kathīr, *Tafsīr al-Qur’ān al-‘Aẓīm*…, jilid 2, hlm. 103.

baik dalam keadaan lapang maupun sempit, kemudian mampu mengendalikan amarah ketika menghadapi perlakuan yang mengecewakan dan akhirnya memaafkan orang yang bersalah.[106]

Hamka menegaskan bahwa menahan amarah bukan berarti seseorang tidak pernah merasakan marah. Justru kemarahan merupakan sesuatu yang wajar dimiliki manusia. Yang dikehendaki al-Qur'an adalah kemampuan mengendalikan diri sehingga kemarahan tidak berubah menjadi cacian, makian atau tindakan yang menyakiti orang lain. Bahkan, menurut Hamka, tingkatan akhlak yang lebih tinggi adalah memaafkan orang yang menjadi penyebab kemarahan tersebut dan tetap berbuat baik kepadanya. Inilah bentuk jiwa yang telah terlatih dengan ketakwaan.[107]

Penafsiran Hamka menunjukkan bahwa pengelolaan kemarahan merupakan bagian dari pembinaan akhlak seorang mukmin. Kemarahan tidak dipandang sebagai sesuatu yang harus dihilangkan, tetapi harus diarahkan melalui pengendalian diri, pemberian maaf dan perbuatan baik. Dengan demikian, pengendalian amarah menjadi salah satu indikator kematangan spiritual dan akhlak dalam kehidupan seorang muslim.

Penafsiran al-Ṭabarī menunjukkan bahwa Al-Qur'an tidak mengajarkan pembalasan terhadap keburukan dengan keburukan yang serupa. Sebaliknya, respons terbaik terhadap perlakuan yang menyakitkan adalah kesabaran, kelembutan dan pemberian maaf sehingga konflik tidak berkembang menjadi permusuhan yang lebih besar.

Ibn Kathīr menjelaskan bahwa terdapat perbedaan yang jelas antara kebaikan dan keburukan. Oleh karena itu, seseorang yang menerima perlakuan buruk diperintahkan untuk membalasnya dengan kebaikan. Beliau mengutip perkataan 'Umar bin al-Khaṭṭāb ra.[108]:

---

[106] Hamka, *Tafsir al-Azhar*, jilid 2…, hlm. 926.
[107] Hamka, *Tafsir al-Azhar*, jilid 4…, hlm. 927.
[108] Al-Khaṭīb al-Baghdādī, *Tārīkh Baghdād wa Dhuyūluh*, jilid 17 (Beirut: Dār al-Kutub al-'Ilmiyyah, 1417 H), hlm. 106.

ما عاقبت من عصى الله فيك بمثل أن تطيع الله فيه

> "*Tidak ada balasan yang lebih baik terhadap orang yang bermaksiat kepadamu selain engkau tetap taat kepada Allah dalam memperlakukannya*."

Menurut Ibn Kathīr, inti ayat ini adalah menjadikan akhlak yang baik sebagai cara menghadapi keburukan orang lain. Pembalasan terbaik bukanlah mengikuti emosi negatif, melainkan mempertahankan ketaatan kepada Allah melalui sikap ihsan terhadap orang yang berbuat buruk.

Dalam *Tafsir al-Azhar*, Hamka menjelaskan bahwa QS. Fuṣṣilat [41]: 34 merupakan pedoman penting dalam dakwah dan pergaulan hidup. Menurutnya, jalan kebaikan tidak pernah lepas dari tantangan, penolakan dan perlakuan yang tidak menyenangkan. Oleh karena itu, seorang mukmin tidak dibenarkan membalas keburukan dengan keburukan, tetapi diperintahkan untuk menangkisnya dengan cara yang lebih baik.[109]

Hamka menegaskan bahwa membalas keburukan dengan akhlak yang baik merupakan strategi yang mampu melunakkan hati manusia. Orang yang datang dengan kebencian disambut dengan kasih sayang, orang yang memaki dibalas dengan ketenangan dan orang yang bersikap bermusuhan diperlakukan sebagai sahabat. Menurut Hamka, cara seperti inilah yang akan menghasilkan kemenangan akhlak dan membuka peluang berubahnya musuh menjadi kawan, sebagaimana dijanjikan Allah pada akhir ayat tersebut.[110]

Berdasarkan sintesis terhadap penafsiran al-Ṭabarī, Ibn Kathīr, dan Hamka, dapat dipahami bahwa *ghaḍab* merupakan emosi yang bersifat fitri, namun harus dikendalikan sesuai tuntunan syariat. Al-Qur'an mengarahkan seorang mukmin untuk menahan amarah, memaafkan, dan membalas keburukan dengan kebaikan sebagai

[109] Hamka, *Tafsir al-Azhar*, jilid 8…, hlm. 6471
[110] Hamka, *Tafsir al-Azhar*, jilid 8…, hlm. 6472

wujud kematangan akhlak. Pemahaman ini diperkuat oleh sabda Rasulullah saw.: *"Janganlah engkau marah"* Beliau mengulanginya berkali-kali ketika seorang sahabat meminta nasihat (HR. al-Bukhārī).[111] Dengan demikian, dalam menghadapi fenomena *venting culture*, ekspresi kemarahan tidak diarahkan pada pelampiasan emosi, tetapi pada pengendalian diri yang melahirkan sikap *iḥsān* dan menjaga keharmonisan hubungan sosial.

3.3 Konsep Mengungkapkan Nikmat sebagai Bentuk Syukur dalam Al-Qur'an

Secara etimologis, kata النعمة (*al-ni'mah*) berasal dari akar kata نعم (*na-'i-ma*) yang menunjukkan makna kelembutan hidup, kelapangan, kenyamanan, kesejahteraan dan segala bentuk kebaikan yang dianugerahkan kepada manusia. Ibn Manẓūr menjelaskan bahwa *al-na'īm*, *al-nu'mā*, *al-na'mā'* dan *al-ni'mah* memiliki makna yang berdekatan, yaitu keadaan hidup yang penuh kenikmatan, kemudahan dan kelapangan, serta merupakan lawan dari البأساء (*al-ba'sā'*) dan البؤسى(*al-bu'sā*), yaitu kesusahan dan penderitaan.[112]

Sementara itu, al-Rāghib al-Aṣfahānī menjelaskan bahwa النعمة (*al-ni'mah*) adalah الحالة الحسنة (*al-ḥālah al-ḥasanah*), yaitu keadaan yang baik yang dialami seseorang. Menurutnya, bentuk kata *ni'mah* menunjukkan suatu keadaan yang penuh kebaikan, sedangkan *al-na'mah* mengandung makna kenikmatan atau proses menikmati suatu karunia. Al-Rāghib juga menegaskan bahwa kata *ni'mah* dalam Al-Qur'an digunakan untuk menunjukkan seluruh jenis karunia Allah,

---

[111] Muḥammad ibn Ismā'īl al-Bukhārī, *Ṣaḥīḥ al-Bukhārī*, taḥqīq Jamā'ah min al-'Ulamā', (Beirut: Dār Ṭawq al-Najāh, cet. I, 1422 H), jil. 8, hlm. 28, no. 6116.

[112] Muhammad bin mukarram bin Manẓūr, *Lisān al-'Arab*, jilid 14…, hlm. 303.

baik yang sedikit maupun yang banyak, sebagaimana firman Allah Swt.:[113]

وَاٰتٰىكُمْ مِّنْ كُلِّ مَا سَاَلْتُمُوْهُ ۗوَاِنْ تَعُدُّوْا نِعْمَتَ اللّٰهِ لَا تُحْصُوْهَا ۗ

اِنَّ الْاِنْسَانَ لَظَلُوْمٌ كَفَّارٌ ۝٣٤

> Dia telah menganugerahkan kepadamu segala apa yang kamu mohonkan kepada-Nya. Jika kamu menghitung nikmat Allah, niscaya kamu tidak akan mampu menghitungnya. Sesungguhnya manusia itu benar-benar sangat zalim lagi sangat kufur. (Ibrahim/14:34)

Berdasarkan kedua pendapat tersebut, dapat dipahami bahwa konsep *ni'mah* dalam Al-Qur'an memiliki makna yang luas, yaitu segala bentuk karunia dan keadaan baik yang dianugerahkan Allah kepada manusia, baik yang bersifat material maupun nonmaterial. Dengan demikian, *ni'mah* tidak terbatas pada harta atau kekayaan, tetapi juga mencakup petunjuk, ilmu, kesehatan, keamanan, kenabian serta berbagai bentuk kebaikan lainnya. Pemahaman ini menjadi landasan penting dalam menafsirkan QS. ad-Ḍuḥā [93]: 11, sehingga perintah ﴿وَأَمَّا بِنِعْمَةِ رَبِّكَ فَحَدِّثْ﴾ dipahami dalam cakupan makna yang komprehensif, bukan hanya terbatas pada penyampaian nikmat yang bersifat materi.

Dalam menafsirkan firman Allah Swt.:

﴿وَأَمَّا بِنِعْمَةِ رَبِّكَ فَحَدِّثْ﴾

al-Ṭabarī meriwayatkan pendapat Mujāhid yang menafsirkan kata النِّعْمَةpada ayat ini sebagai النُّبُوَّة (*kenabian*). Dengan demikian, perintah ﴿فَحَدِّثْ﴾dipahami sebagai perintah kepada Nabi Muhammad saw.

[113] Al-Rāghib al-Aṣfahānī, *Al-Mufradāt fī Gharīb al-Qur'ān…,* hlm. 814.

untuk menyampaikan nikmat kenabian yang telah dianugerahkan Allah kepadanya.[114]

Selain itu, al-Ṭabarī juga meriwayatkan pendapat Abū Naḍrah yang menyatakan[115]:

كان المسلمون يرون أن من شكر النعم أن يحدث بها

> "*Kaum muslimin berpandangan bahwa termasuk bentuk syukur terhadap nikmat adalah menceritakannya*."

Riwayat ini menunjukkan bahwa penyebutan nikmat dipahami sebagai salah satu bentuk ungkapan syukur kepada Allah atas karunia yang diberikan kepada hamba-Nya.

Penafsiran al-Ṭabarī menunjukkan bahwa makna *ni'mah* pada QS. ad-Ḍuḥā [93]: 11 tidak terbatas pada harta atau kekayaan, tetapi mencakup karunia Allah yang paling agung, yaitu kenabian. Sementara itu, perintah untuk menyebut nikmat dipahami sebagai bentuk syukur kepada Allah, bukan sebagai sarana membanggakan diri di hadapan manusia.

Dalam menafsirkan QS. ad-Ḍuḥā [93]: 11, Ibn Kathīr menjelaskan bahwa sebagaimana Allah telah mencukupkan Nabi Muhammad saw. setelah sebelumnya berada dalam keadaan kekurangan, maka beliau diperintahkan untuk menyebut dan mensyukuri nikmat yang telah Allah anugerahkan kepadanya. Penafsiran ini diperkuat dengan doa Nabi saw.:

واجعلنا شاكرين لنعمتك مثنين بها عليك...

yang menunjukkan bahwa menyebut nikmat merupakan bagian dari ungkapan syukur kepada Allah.[116]

Ibn Kathīr juga mengutip riwayat Abū Naḍrah[117]:

---

[114] Muhammad bin Jarir Al-Ṭabarī..., jilid 24, hlm. 489.

[115] Abū al-Ḥasan Nūr al-Dīn 'Alī ibn Abī Bakr ibn Sulaymān al-Haythamī, Ghāyat al-Maqṣad fī Zawā'id al-Musnad, jilid 4 (Beirut: Dār al-Kutub al-'Ilmiyyah, 1421 H/2001 M), hlm. 278.

[116] Ibn Kathīr, *Tafsīr al-Qur'ān al-'Aẓīm*…, jilid 8, hlm. 414.

كان المسلمون يرون أن من شكر النعم أن يحدث بها

serta beberapa hadis yang menjelaskan bahwa التحدث بنعمة الله شكر (*menyebut nikmat Allah merupakan bentuk syukur*).[118] Selain itu, beliau mengutip pendapat Mujāhid yang memaknai nikmat sebagai kenabian, sementara riwayat lain menyebutkan Al-Qur'an. Adapun al-Ḥasan bin 'Alī berpendapat bahwa seseorang dianjurkan menceritakan kebaikan yang telah dilakukannya kepada saudara-saudaranya, sedangkan Muḥammad bin Isḥāq memahami ayat ini sebagai perintah untuk menyampaikan nikmat kenabian dan mengajak manusia kepada risalah tersebut.[119]

Penafsiran Ibn Kathīr menunjukkan bahwa penyebutan nikmat memiliki orientasi syukur dan dakwah. Nikmat dipahami secara luas, meliputi kenabian, Al-Qur'an dan berbagai karunia Allah lainnya. Oleh karena itu, perintah ﴿فَحَدِّثْ﴾ tidak sekadar bermakna menceritakan apa yang dimiliki, tetapi mengakui karunia Allah dan menggunakannya sebagai sarana menumbuhkan rasa syukur serta mengajak manusia kepada kebaikan.

Dalam *Tafsir al-Azhar*, Hamka menjelaskan bahwa firman Allah:

﴿وَأَمَّا بِنِعْمَةِ رَبِّكَ فَحَدِّثْ﴾

mengandung perintah agar Nabi Muhammad saw. mensyukuri nikmat Allah dengan mendermakan dan memanfaatkan nikmat tersebut untuk kemaslahatan orang lain. Menurut Hamka, nikmat yang dimaksud tidak hanya berupa kekayaan materi, tetapi juga berbagai karunia yang bersifat rohani dan kejiwaan. Oleh sebab itu, seseorang yang memperoleh nikmat dianjurkan untuk bersikap dermawan, membantu

---

[117] Abū al-Ḥasan Nūr al-Dīn…, jilid 4, hlm. 278.

[118] Aḥmad ibn Ḥanbal, *Musnad al-Imām Aḥmad ibn Ḥanbal*, ed. Syu'aib al-Arna'ūṭ, (Beirut: Mu'assasat al-Risālah, 2001), jilid 4, hlm 278.

[119] Ibn Kathīr, *Tafsīr al-Qur'ān al-'Aẓīm*…, jilid 8, hlm. 414.

fakir miskin dan memperlihatkan rasa syukurnya melalui amal perbuatan.[120]

Hamka secara tegas menolak pemahaman bahwa ayat ini memerintahkan seseorang untuk membanggakan kekayaan atau menyebut-nyebut harta yang dimilikinya. Menurutnya, yang diperintahkan Allah bukanlah menyombongkan diri, tetapi menggunakan nikmat yang diperoleh untuk memberikan manfaat kepada orang lain. Keteladanan Nabi Muhammad saw. tampak dari kebiasaan beliau yang sangat dermawan, bahkan sering menghadiahkan pakaian yang sedang dipakainya kepada orang yang membutuhkan tanpa mempertahankannya untuk kepentingan pribadi.[121]

Penafsiran Hamka menunjukkan bahwa ungkapan syukur atas nikmat Allah tidak cukup diwujudkan melalui ucapan, tetapi harus tercermin dalam perilaku yang membawa manfaat bagi sesama. Dengan demikian, makna ﴿فَحَدِّثْ﴾ menurut Hamka lebih dekat kepada manifestasi syukur melalui kepedulian sosial daripada menampilkan atau membanggakan kepemilikan pribadi.

Berdasarkan penafsiran al-Ṭabarī, Ibn Kathīr dan Hamka, dapat dipahami bahwa *taḥadduth bi al-ni'mah* merupakan bentuk syukur atas karunia Allah yang diwujudkan dengan mengakui nikmat tersebut serta memanfaatkannya untuk kemaslahatan. Namun, penyebutan nikmat tidak dibenarkan apabila bertujuan untuk berbangga diri, menyombongkan kelebihan di hadapan orang lain atau menimbulkan mudarat seperti hasad dan terluka perasaan orang lain. Hal ini sejalan dengan firman Allah Swt.,

وَاللَّهُ لَا يُحِبُّ كُلَّ مُخْتَالٍ فَخُورٍ (QS. al-Ḥadīd [57]: 23) dan keteladanan Rasulullah saw. dalam sabdanya:

---

[120] Hamka, *Tafsir al-Azhar*, jilid 4…, hlm. 8036.
[121] Hamka, *Tafsir al-Azhar*, jilid 4…, hlm. 8037.

حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ سُلَيْمَانَ قثنا عَبْدُ الْمَلِكِ بْنُ عَبْدِ رَبِّهِ أَبُو إِسْحَاقَ الطَّائِيُّ قَالَ: نا خَلَفُ بْنُ خَلِيفَةَ قَالَ: سَمِعْتُ ابْنَ أَبِي خَالِدٍ يَقُولُ: نَظَرَتْ عَائِشَةُ إِلَى النَّبِيِّ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ فَقَالَتْ: يَا سَيِّدَ الْعَرَبِ، فَقَالَ لَهَا رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: **أَنَا سَيِّدُ وَلَدِ آدَمَ وَلَا فَخْرَ**، وَأَبُوكِ سَيِّدُ كُهُولِ الْعَرَبِ، وَعَلِيٌّ سَيِّدُ شَبَابِ الْعَرَبِ

.

Dari Muhammad bin Sulaiman, dari Abdul Malik bin Abdi Rabbihi Abu Ishaq al-Tha'i, ia berkata: telah meriwayatkan kepada kami Khalaf bin Khalifah, ia berkata: Aku mendengar Ibn Abi Khalid berkata: "Aisyah memandang Nabi □, kemudian berkata, 'Wahai pemimpin bangsa Arab.' Maka Rasulullah □ bersabda kepadanya, '***Aku adalah pemimpin anak keturunan Adam dan itu bukanlah suatu kebanggaan (kesombongan)***. Ayahmu adalah pemimpin orang-orang tua bangsa Arab, sedangkan Ali adalah pemimpin para pemuda bangsa Arab."[122]

Dengan demikian, dalam konteks *venting culture*, mengungkapkan nikmat diperbolehkan selama berorientasi pada syukur kepada Allah, tidak didorong oleh riya', kesombongan ataupun menimbulkan dampak negatif bagi orang lain.

3.4 Konstruksi *Venting Culture* dalam Perspektif Al-Qur'an

Berdasarkan analisis terhadap ayat-ayat Al-Qur'an tentang *syakwā*, ḥuzn, ghaḍab dan *taḥadduth bi al-ni'mah*, serta sintesis penafsiran al-Ṭabarī, Ibn Kathīr dan Hamka, penelitian ini menemukan bahwa Al-Qur'an tidak menolak pengungkapan emosi sebagai bagian dari fitrah manusia. Namun, Al-Qur'an tidak pula

[122] Aḥmad ibn Ḥanbal, *Musnad al-Imām Aḥmad ibn Ḥanbal…,* jilid 1, hlm. 394.

memberikan kebebasan tanpa batas dalam mengekspresikan emosi. Pengungkapan emosi diarahkan melalui nilai tauhid, pengendalian diri, penghormatan terhadap kehormatan diri dan orang lain, serta kemaslahatan.[123] Temuan tersebut selanjutnya didialogkan dengan teori *Self-Disclosure* yang memandang *venting culture* sebagai bentuk pengungkapan diri, sehingga penelitian ini mengonstruksikan *venting culture* dalam perspektif Al-Qur'an sebagai pengungkapan pengalaman batin yang diperbolehkan selama dilakukan dengan orientasi yang benar, cara yang etis, isi yang dibenarkan dan tujuan yang membawa kemaslahatan.

A. Prinsip Dasar *Venting Culture*: Diperbolehkan dengan Batasan Syariat

Pada dasarnya, *venting culture* sebagai aktivitas mengungkapkan pikiran, perasaan, pengalaman, kesedihan, kemarahan maupun nikmat merupakan bagian dari aktivitas komunikasi manusia. Dalam kaidah fikih berlaku prinsip[124]:

الأصل في العادات الإباحة حتى يدل الدليل على التحريم

> "Hukum asal dalam kebiasaan adalah boleh sampai terdapat dalil yang menunjukkan keharamannya."

Kaidah tersebut menunjukkan bahwa aktivitas *venting* tidak dapat langsung dihukumi haram hanya karena dilakukan melalui media sosial. Status hukumnya harus dilihat dari substansi dan cara pelaksanaannya. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa Al-Qur'an mengakui ekspresi kesedihan melalui *ḥuzn*, pengaduan melalui *syakwā*, kemarahan melalui *ghaḍab* dan pengungkapan nikmat melalui *taḥadduth bi al-ni'mah*.

---

[123] *Lihat halaman sebelumnya pada penafsiran terhadap syakwā*, ḥuzn, ghaḍab dan *taḥadduth bi al-ni'mah,* hlm. -----

[124] Muhammad Muṣṭafā al-Zuḥaylī, *al-Qawā'id al-Fiqhiyyah wa Taṭbīqātuhā fī al-Madhāhib al-Arba'ah*, jilid 1 (Damaskus: Dār al-Fikr, 1427 H/2006 M), hlm. 190.

B. Prinsip Etis *Venting Culture* dalam Perspektif Al-Qur'an

1. Berorientasi kepada Allah

Prinsip ini diperoleh terutama dari konsep *syakwā* yang ditunjukkan Nabi Ya'qūb a.s. ketika menyampaikan kesedihan dan penderitaannya hanya kepada Allah dalam QS. Yūsuf [12]: 86. Pengaduan tersebut tidak menunjukkan penolakan terhadap keadaan, tetapi merupakan bentuk pengakuan atas keterbatasan manusia dan ketergantungan kepada Allah. Prinsip ini diperkuat oleh Ibn al-Qayyim yang menjelaskan:

والعارفُ إنما يشكو إلى الله وحده

> "Bahwa orang yang benar-benar mengenal Allah hanya mengadukan persoalannya kepada-Nya."

Ibn al-Qayyim selanjutnya menjelaskan bahwa tingkatan pengaduan manusia terdiri atas tiga bentuk, yaitu tingkatan terendah ketika seseorang mengadukan Allah kepada makhluk, tingkatan tertinggi ketika seseorang mengadukan dirinya kepada Allah, dan tingkatan pertengahan ketika seseorang mengadukan perlakuan makhluk kepada Allah.[125] Pandangan ini memperkuat temuan bahwa pengungkapan emosi dalam Islam tidak diarahkan untuk menjadikan manusia sebagai tempat ketergantungan utama, tetapi untuk mengembalikan persoalan kepada Allah sebagai tempat mengadu dan memohon pertolongan. Dalam konteks *venting culture*, seseorang tetap diperbolehkan mengungkapkan persoalan kepada manusia apabila bertujuan memperoleh nasihat, dukungan atau solusi, tetapi pengungkapan tersebut tidak semestinya menjadikan validasi manusia sebagai tujuan utama. Orientasi spiritual tetap berada kepada Allah, sedangkan manusia menjadi sarana dalam proses penyelesaian persoalan. Dengan demikian, *venting* yang berorientasi kepada Allah bukan berarti menutup diri dari dukungan sosial, melainkan menempatkan dukungan manusia dalam kerangka tauhid dan tawakal.

---

[125] Muḥammad ibn Abī Bakr Ibn Qayyim al-Jawziyyah, *al-Fawā'id*, taḥqīq Muḥammad 'Uzayr Syams (Riyadh: Dār 'Aṭā'āt al-'Ilm; Beirut: Dār Ibn Ḥazm, cet. 4, 1440 H/2019 M), hlm.127.

2. Menjaga Kehormatan Diri dan Orang Lain

Menjaga kehormatan diri dan orang lain merupakan prinsip penting dalam konstruksi venting culture perspektif al-Qur'an. Prinsip ini dapat ditarik dari QS. Fuṣṣilat [41]: 34 yang mengajarkan agar keburukan tidak dibalas dengan keburukan, tetapi dihadapi dengan cara yang lebih baik. Dalam penafsiran al-Ṭabarī, Ibn Kathīr, dan Hamka, ayat tersebut menunjukkan bahwa respons terhadap perlakuan buruk harus diarahkan kepada kebaikan sehingga tidak berkembang menjadi permusuhan dan kerusakan hubungan sosial. Prinsip tersebut diperkuat oleh sabda Rasulullah saw.[126]:

حَدَّثَنَا عَبْدُ اللهِ بْنُ مَسْلَمَةَ بْنِ قَعْنَبٍ ، حَدَّثَنَا دَاوُدُ يَعْنِي: ابْنَ قَيْسٍ ، عَنْ أَبِي سَعِيدٍ مَوْلَى عَامِرِ بْنِ كُرَيْزٍ ، عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللهِ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: « لَا تَحَاسَدُوا وَلَا تَنَاجَشُوا، وَلَا تَبَاغَضُوا، وَلَا تَدَابَرُوا، وَلَا يَبِعْ بَعْضُكُمْ عَلَى بَيْعِ بَعْضٍ، وَكُونُوا عِبَادَ اللهِ إِخْوَانًا، الْمُسْلِمُ أَخُو الْمُسْلِمِ لَا يَظْلِمُهُ، وَلَا يَخْذُلُهُ، وَلَا يَحْقِرُهُ التَّقْوَى هَاهُنَا وَيُشِيرُ إِلَى صَدْرِهِ ثَلَاثَ مَرَّاتٍ بِحَسْبِ امْرِئٍ مِنَ الشَّرِّ أَنْ يَحْقِرَ أَخَاهُ الْمُسْلِمَ، كُلُّ الْمُسْلِمِ عَلَى الْمُسْلِمِ حَرَامٌ، دَمُهُ، وَمَالُهُ، وَعِرْضُهُ.

"'Abdullāh bin Maslamah bin Qa'nab menyampaikan kepada kami, Dāwud, yaitu Ibn Qays, menyampaikan kepada kami, dari Abū Sa'īd, maula 'Āmir bin Kurayz, dari Abū Hurayrah, ia berkata: Rasulullah saw. bersabda: 'Janganlah kalian saling dengki, jangan saling melakukan najasy, jangan saling membenci,

[126] Muslim ibn al-Ḥajjāj ibn Muslim al-Qushayrī al-Naysābūrī, *al-Jāmi' al-Ṣaḥīḥ (Ṣaḥīḥ Muslim)*, jilid 8, (Turki: Dār al-Ṭibā'ah al-'Āmirah, 1334 H), no. 2564, hlm. 10

> jangan saling membelakangi, dan janganlah sebagian kalian melakukan transaksi atas transaksi sebagian yang lain. Jadilah kalian hamba-hamba Allah yang bersaudara. Seorang Muslim adalah saudara bagi Muslim lainnya. Ia tidak boleh menzaliminya, tidak boleh menelantarkannya, dan tidak boleh merendahkannya. Takwa itu berada di sini,' sambil beliau menunjuk ke dadanya tiga kali. '*Cukuplah seseorang dianggap melakukan keburukan apabila ia merendahkan saudaranya sesama Muslim. Setiap Muslim atas Muslim lainnya adalah haram: darahnya, hartanya, dan kehormatannya*.'"

Hadis tersebut menegaskan larangan menzalimi, merendahkan dan menghina sesama Muslim, serta menempatkan darah, harta dan kehormatan (*'irḍ*) sebagai sesuatu yang haram dilanggar. Jika dikaitkan dengan QS. Fuṣṣilat [41]: 34, kedua dalil tersebut menunjukkan bahwa pengelolaan emosi tidak boleh menghasilkan tindakan yang memperbesar permusuhan atau merusak martabat pihak lain. Dalam konteks *venting culture*, seseorang tetap memiliki ruang untuk mengungkapkan pengalaman emosionalnya, tetapi pengungkapan tersebut harus dilakukan tanpa merendahkan, mempermalukan, atau mengekspos pihak lain secara tidak proporsional. Dengan demikian, keterbukaan emosional dalam *Self-Disclosure* tidak berarti kebebasan untuk mengungkapkan seluruh persoalan pribadi kepada publik, melainkan harus mempertimbangkan kehormatan pihak yang terlibat dan dampak sosial dari informasi yang disampaikan.

3. Mengendalikan Emosi

Pengendalian emosi merupakan prinsip penting dalam konstruksi *venting culture* perspektif al-Qur'an. Prinsip ini terutama dibangun berdasarkan QS. Āli 'Imrān [3]: 134 yang memuji orang-orang bertakwa sebagai الْكَاظِمِينَ الْغَيْظَ, yaitu mereka yang mampu menahan amarah, serta QS. Fuṣṣilat [41]: 34 yang mengajarkan agar keburukan dihadapi dengan cara yang lebih baik. Berdasarkan penafsiran al-Ṭabarī, Ibn Kathīr, dan Hamka, *kaẓm al-ghayẓ* tidak berarti menghilangkan rasa marah, tetapi mengendalikan dorongan untuk melampiaskannya melalui tindakan yang merugikan.

Pengendalian tersebut menunjukkan bahwa kemarahan sebagai fitrah manusia tidak harus dihilangkan, tetapi perlu diarahkan agar tidak melahirkan tindakan yang bertentangan dengan nilai akhlak.

Prinsip pengendalian emosi juga dijelaskan oleh Abū Ḥātim melalui perkataannya:

> أحسن الناس عقلا من لم يحرد، وأحضر الناس جوابا من لم يغضب
>
> "Orang yang paling baik akalnya adalah orang yang tidak mudah marah, dan orang yang paling tepat jawabannya adalah orang yang tidak dikuasai kemarahan."

Ia juga menjelaskan bahwa ketika seseorang menghadapi sesuatu yang tidak sesuai dengan keinginannya, hendaknya ia mengingat banyaknya dosa yang telah dilakukan dan keluasan kesabaran Allah kepadanya, kemudian menenangkan kemarahannya dan tidak melakukan sesuatu yang tidak layak bagi orang yang berakal. Pandangan ini menunjukkan bahwa pengendalian emosi tidak hanya dilakukan dengan menahan ekspresi lahiriah, tetapi juga melalui kesadaran, pertimbangan akal, dan kemampuan melihat akibat dari tindakan yang dilakukan ketika emosi sedang memuncak.[127]

Berdasarkan sintesis ayat, hadis dan pandangan ulama tersebut, penelitian ini mengonstruksikan bahwa pengendalian emosi harus mendahului pengungkapan emosi. Dalam konteks *venting culture*, seseorang yang sedang marah, kecewa, atau tersinggung tidak semestinya langsung menjadikan media sosial sebagai ruang pelampiasan. Ia perlu terlebih dahulu menenangkan diri, mempertimbangkan tujuan pengungkapan, memilih cara yang tepat, serta memperkirakan dampaknya terhadap diri sendiri dan orang lain. Dengan demikian, *venting* dalam perspektif al-Qur'an bukanlah pelampiasan emosi secara spontan, tetapi pengungkapan emosi yang terkendali dan proporsional.

4. Mengungkapkan Nikmat dalam Kerangka Syukur

[127] Alawī ibn 'Abd al-Qādir al-Saqqāf, *Mawsū'ah al-Akhlāq al-Islāmiyyah*, jilid 2 (Mawqi' al-Durar al-Saniyyah 'alā al-Intarnit, 1433 H), hlm. 386.

Pengungkapan nikmat dalam kerangka syukur merupakan prinsip yang melengkapi konstruksi *venting culture* perspektif al-Qur'an. Prinsip ini didasarkan pada QS. al-Ḍuḥā [93]: 11, yang dalam penelitian ini dipahami melalui penafsiran al-Ṭabarī, Ibn Kathīr, dan Hamka sebagai perintah untuk menyebut nikmat Allah dengan orientasi syukur, bukan membanggakan diri. Al-Ṭabarī meriwayatkan pandangan bahwa menyebut nikmat merupakan bagian dari syukur, selaras dengan penafsiran Ibn Kathīr yang memperluas makna nikmat kepada berbagai karunia Allah dan menghubungkannya dengan pengakuan terhadap pemberi nikmat. Hamka menekankan bahwa penyebutan nikmat tidak semestinya berhenti pada ucapan, tetapi diwujudkan melalui pemanfaatan nikmat untuk kebaikan dan kemaslahatan. Oleh karena itu, pengungkapan nikmat dalam media sosial pada dasarnya tidak bertentangan dengan nilai Qur'ani selama maksudnya adalah menunjukkan rasa syukur dan tidak disertai kesombongan, pamer atau mencari pengakuan manusia.

Namun, pengungkapan nikmat tidak berarti bahwa setiap nikmat harus ditampakkan kepada publik. Pertimbangan terhadap *'ain* dan hasad menjadi salah satu aspek yang perlu diperhatikan. Rasulullah saw. bersabda[128]:

إِذَا رَأَى أَحَدُكُمْ مِنْ نَفْسِهِ أَوْ مَالِهِ أَوْ مِنْ أَخِيهِ مَا يُعْجِبُهُ فَلْيَدْعُ لَهُ بِالْبَرَكَةِ، فَإِنَّ الْعَيْنَ حَقٌّ

> "Apabila salah seorang di antara kalian melihat sesuatu yang menakjubkan pada dirinya, hartanya, atau saudaranya, hendaklah ia mendoakan keberkahan baginya, karena *'ain* itu benar adanya."

Hadis tersebut menunjukkan bahwa *'ain* merupakan sesuatu yang diakui dalam Sunnah dan bahwa ketika seseorang melihat sesuatu yang menakjubkan, ia dianjurkan mendoakan keberkahan. Dalam *Zād al-Ma'ād* Ibn al-Qayyim menjelaskan bahwa *'ain* dapat

[128] Aḥmad ibn Ḥanbal, *Musnad al-Imām Aḥmad ibn Ḥanbal...,* jilid 24, hlm. 466.

berawal dari kekaguman terhadap suatu nikmat yang kemudian diikuti pengaruh buruk dari jiwa orang yang memandangnya. Bahkan, menurut beliau, seseorang dapat memberikan pengaruh *'ain* terhadap dirinya sendiri atau terhadap orang lain tanpa disengaja.[129] Dalam konteks *venting culture*, penjelasan ini memperkuat perlunya kehati-hatian dalam menampakkan nikmat di ruang publik. Pengungkapan nikmat tetap dapat dilakukan sebagai bentuk syukur, tetapi tidak berarti seluruh nikmat harus ditampilkan secara terbuka. Karena itu, penampakan nikmat hendaknya dilakukan secara proporsional dengan mempertimbangkan motif, keadaan, dan potensi dampaknya, sehingga ungkapan syukur tidak berubah menjadi sikap berlebihan atau membuka ruang bagi mudarat.

C. Batasan *Venting Culture* dalam Perspektif Al-Qur'an

Berdasarkan hasil penelitian, *venting culture* memiliki beberapa batasan etis sebagai berikut:

1. Tidak mengandung *ghībah*, fitnah, penghinaan, atau membuka aib, serta tidak merusak kehormatan diri dan orang lain. Prinsip ini sejalan dengan tuntunan menjaga kehormatan manusia dan merespons keburukan dengan cara yang lebih baik.
2. Tidak dilakukan secara impulsif ketika emosi sedang memuncak. Pengungkapan emosi perlu didahului pengendalian diri agar *venting* tidak berubah menjadi pelampiasan yang merugikan.
3. Tidak menjadikan validasi, popularitas, atau perhatian publik sebagai tujuan utama. Dukungan manusia tetap diperbolehkan, tetapi orientasi utama pengungkapan tetap diarahkan kepada Allah.
4. Tidak menimbulkan mudarat dan mengabaikan kemaslahatan. Kelegaan emosional pribadi tidak boleh diperoleh dengan

[129] Muḥammad ibn Abī Bakr Ibn Qayyim al-Jawziyyah, Zād al-Ma'ād fī Hady Khayr al-'Ibād, jilid 4 (Beirut: Mu'assasah al-Risālah), hlm. 167.

mengorbankan kehormatan, hubungan sosial, atau kepentingan orang lain.

5. Tidak berlebihan dalam menampakkan nikmat. Pengungkapan nikmat diperbolehkan dalam kerangka syukur, tetapi perlu mempertimbangkan riya', kesombongan, hasad, *'ain* serta dampak yang mungkin ditimbulkan.

Dengan demikian, batasan *venting culture* dalam perspektif al-Qur'an terletak pada isi, cara, tujuan dan dampaknya. *Venting* tetap diperbolehkan selama berada dalam koridor syariat, menjaga kehormatan, terkendali, berorientasi kepada Allah dan mengutamakan kemaslahatan.



BAB IV
PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis terhadap ayat-ayat al-Qur'an beserta penafsiran para mufasir menggunakan pendekatan *tafsīr mawḍū'ī*, penelitian ini menghasilkan dua kesimpulan utama yang merupakan jawaban atas rumusan masalah penelitian.

Pertama, berdasarkan penafsiran al-Ṭabarī, Ibn Kathīr dan Hamka, al-Qur'an memandang ekspresi emosi sebagai bagian dari fitrah manusia yang tidak dilarang, tetapi diarahkan sesuai dengan nilai tauhid dan akhlak. Konsep *syakwā* mengajarkan pengaduan kepada Allah sebagai wujud tawakal, *ḥuzn* menunjukkan bahwa kesedihan merupakan hal yang manusiawi selama tidak berujung pada keputusasaan, *ghaḍab* merupakan emosi yang harus dikendalikan melalui kesabaran, pemaafan dan *iḥsān*, sedangkan *taḥadduth bi al-ni'mah* merupakan ungkapan syukur atas nikmat Allah yang harus terhindar dari kesombongan dan riya'. Keempat konsep tersebut menunjukkan bahwa Al-Qur'an mengakui pengungkapan emosi, namun memberikan batasan etis agar tetap berada dalam koridor keimanan dan kemaslahatan.

Kedua, nilai-nilai Qur'ani yang terkandung dalam konsep *syakwā*, *ḥuzn*, *ghaḍab* dan *taḥadduth bi al-ni'mah* dapat dikonstruksikan menjadi pedoman etis bagi masyarakat Muslim dalam menghadapi fenomena *venting culture* di media sosial. Konstruksi tersebut menempatkan *venting* sebagai bentuk komunikasi emosional yang tidak hanya berorientasi pada pelepasan emosi, tetapi juga diarahkan untuk memperkuat hubungan dengan Allah, menjaga kehormatan diri dan orang lain, mengendalikan emosi sesuai tuntunan syariat, serta mewujudkan kemaslahatan. Berdasarkan temuan tersebut, penelitian ini merumuskan bahwa *venting culture* dalam perspektif al-Qur'an merupakan tipologi pengungkapan emosi

Qur'ani yang dibangun melalui empat konsep utama, yaitu *syakwā*, *ḥuzn*, *ghaḍab* dan *taḥadduth bi al-ni'mah*.

4.2 Saran

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan karena menggunakan pendekatan *library research* yang berfokus pada analisis ayat-ayat Al-Qur'an melalui penafsiran al-Ṭabarī, Ibn Kathīr dan Hamka, sehingga belum mengkaji implementasi nilai-nilai tersebut dalam praktik *venting culture* di masyarakat. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas kajian dengan melibatkan lebih banyak mufasir klasik maupun kontemporer serta menggunakan pendekatan interdisipliner, seperti psikologi Islam, komunikasi, konseling Islam, *maqāṣid al-syarī'ah*, *Living Qur'an* maupun penelitian lapangan (*field research*) untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu kontribusi dalam pengembangan kajian *tafsīr mawḍū'ī*, khususnya yang berkaitan dengan komunikasi digital dan ekspresi emosi dalam perspektif Al-Qur'an, serta menjadi rujukan bagi masyarakat Muslim dalam membangun budaya *venting* yang selaras dengan nilai-nilai tauhid, akhlak dan etika komunikasi Qur'ani di era media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

KITAB PARA ULAMA

Al-Aṣfahānī, Al-Rāghib. *Al-Mufradāt fī Gharīb al-Qur'ān*. Damaskus: Dār al-Qalam, 1992.

Al-Bukhārī, Muḥammad ibn Ismā‘īl. *Ṣaḥīḥ al-Bukhārī*. Beirut: Dār Ṭawq al-Najāḥ, 2001.

Al-Farmawī, ‘Abd al-Ḥayy. *Al-Bidāyah fī al-Tafsīr al-Mawḍū‘ī: Dirāsah Manhajiyyah Mawḍū‘iyyah*. Kairo: al-Ḥaḍārah al-‘Arabiyyah, 1977.

Al-Haythamī, Abū al-Ḥasan Nūr al-Dīn ‘Alī ibn Abī Bakr ibn Sulaymān. *Ghāyat al-Maqṣad fī Zawā’id al-Musnad*. Jilid 4. Beirut: Dār al-Kutub al-‘Ilmiyyah, 1421 H/2001 M.

Al-Khaṭīb al-Baghdādī. *Tārīkh Baghdād wa Dhuyūluh*. Beirut: Dār al-Kutub al-‘Ilmiyyah, 1417 H.

Al-Qurṭubī, Muḥammad ibn Aḥmad al-Anṣārī. *Al-Jāmi‘ li Aḥkām al-Qur'ān*. Beirut: Mu’assasah al-Risālah, 2006.

Al-Saqqāf, ‘Alawī ibn ‘Abd al-Qādir. *Mawsū‘ah al-Akhlāq al-Islāmiyyah*. Jilid 2. Mawqi‘ al-Durar al-Saniyyah ‘alā al-Intarnit, 1433 H.

Al-Ṭabarī, Muḥammad ibn Jarīr. *Jāmi‘ al-Bayān ‘an Ta’wīl Āy al-Qur'ān*. Kairo: Dār Hijr, 2001.

Al-Tirmiżī, Muḥammad ibn 'Īsā. Sunan al-Tirmiżī. Taḥqīq Aḥmad Muḥammad Syākir, Muḥammad Fu'ād 'Abd al-Bāqī, dan Ibrāhīm 'Aṭwah 'Awaḍ. Cet. II. Kairo: Maktabah wa Maṭba'ah Muṣṭafā al-Bābī al-Ḥalabī, 1395 H/1975 M.

Al-Zarkasyī, Badr al-Dīn. Al-Burhān fī 'Ulūm al-Qur'ān. Cet. I. Kairo: Dār Iḥyā' al-Kutub al-'Arabiyyah, 1957.

Al-Zuḥaylī, Muhammad Muṣṭafā. Al-Qawā'id al-Fiqhiyyah wa Taṭbīqātuhā fī al-Madhāhib al-Arba'ah. Damaskus: Dār al-Fikr, 1427 H/2006 M.

Ibn Ḥanbal, Aḥmad. *Musnad al-Imām Aḥmad ibn Ḥanbal*. Ed. Shu‘ayb al-Arna’ūṭ dkk. Beirut: Mu’assasat al-Risālah, 2001.

Ibn Kathīr, Ismā‘īl ibn ‘Umar. *Tafsīr al-Qur'ān al-‘Aẓīm*. Riyadh: Dār Ṭayyibah li al-Nashr wa al-Tawzī‘, 1999.

Ibn Manẓūr, Muḥammad ibn Mukarram. *Lisān al-‘Arab*. Beirut: Dār Ṣādir, 1994.

Ibn Qayyim al-Jawziyyah, Muḥammad ibn Abī Bakr. *Zād al-Ma‘ād fī Hady Khayr al-‘Ibād*. Jilid 4. Beirut: Mu’assasah al-Risālah.

Muslim ibn al-Ḥajjāj ibn Muslim al-Qushayrī al-Naysābūrī. *Al-Jāmi‘ al-Ṣaḥīḥ (Ṣaḥīḥ Muslim)*. Turki: Dār al-Ṭibā‘ah al-‘Āmirah, 1334 H.

BUKU

Abdullah, M. Amin. *Studi Agama: Normativitas atau Historisitas?* Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1996.

Abrams, M. H., dan Geoffrey Galt Harpham. *A Glossary of Literary Terms*. 11th ed. Boston: Cengage Learning, 2015.

Ahmadi, Abu. *Psikologi Sosial*. Jakarta: Rineka Cipta, 2009.

Baiquni, Achmad. *Al-Qur'an, Ilmu Pengetahuan dan Teknologi*. Yogyakarta: Dana Bakti Prima Yasa, 1995.

Bowlby, John. *Loss: Sadness and Depression*. New York: Basic Books, 1980.

Bungin, Burhan. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana, 2017.

Cangara, Hafied. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2016.

Chaplin, James P. *Dictionary of Psychology*. New York: Dell Publishing, 1985.

Creswell, John W. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. 4th ed. Thousand Oaks: SAGE Publications, 2014.

Goleman, Daniel. *Emotional Intelligence*. New York: Bantam Books, 1995.

Hamka. *Tafsir al-Azhar*. Jakarta: Pustaka Panjimas, 1984.

Hurlock, Elizabeth B. *Developmental Psychology: A Life-Span Approach*. New York: McGraw-Hill, 1980.

Jourard, Sidney M. *The Transparent Self*. Rev. ed. New York: Van Nostrand Reinhold, 1971.

Jalaluddin Rakhmat. *Islam Aktual: Refleksi Sosial Seorang Cendekiawan Muslim*. Bandung: Mizan, 1991.

Jalaluddin Rakhmat. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2018.

Katz, Elihu, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch. *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research*. Beverly Hills: Sage Publications, 1974.

McQuail, Denis. *McQuail's Mass Communication Theory*. 6th ed. London: Sage Publications, 2010.

Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2018.

Mustaqim, Abdul. *Metode Penelitian Al-Qur'an dan Tafsir*. Yogyakarta: Idea Press, 2014.

Mustaqim, Abdul. *Metodologi Penelitian Tafsir*. Yogyakarta: Idea Press, 2015.

Nawawi, Hadari. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2012.

Pennebaker, James W., dan Joshua M. Smyth. *Opening Up by Writing It Down: How Expressive Writing Improves Health and Eases Emotional Pain*. 4th ed. New York: Guilford Press, 2016.

Qardhawi, Yusuf. *Berinteraksi dengan Al-Qur'an*. Jakarta: Gema Insani Press, 1999.

Raco, J. R. *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya*. Jakarta: Grasindo, 2010.

Rakhmat, Jalaluddin. *Psikologi Agama*. Bandung: Mizan, 2003.

Rimé, Bernard. *The Social Sharing of Emotion*. Cambridge: Cambridge University Press, 2009.

Shihab, M. Quraish. *Kaidah Tafsir*. Jakarta: Lentera Hati, 2013.

Shihab, M. Quraish. *Membumikan Al-Qur'an*. Bandung: Mizan, 1992.

Shihab, M. Quraish. *Tafsir Al-Mishbah: Pesan, Kesan, dan Keserasian Al-Qur'an*. Jakarta: Lentera Hati, 2002.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2022.

Umrati, dan Hengki Wijaya. *Analisis Data Kualitatif: Teori Konsep dalam Penelitian Pendidikan*. Makassar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2020.

West, Richard, dan Lynn H. Turner. *Introducing Communication Theory: Analysis and Application*. 6th ed. New York: McGraw-Hill Education, 2021.

JURNAL

Ahmad Murtaza dan M. Riyan Hidayat. “Influencer dalam Al-Qur’an : Sebuah Kajian Tafsir Tematik.” *Jurnal Ilmu Al-Qur’an dan Tafsir*, Vol. 4, No. 2 (2021), 100–117.

Alexander P. Schouten, dkk. *(Catatan koreksi: artikel "Self-Disclosure Versus Self-Presentation on Social Media"sebenarnya ditulis oleh Ann E. Schlosser, bukan Alexander P. Schouten.)*

Aliyyah Aura Avdijan dan Rumyeni. "Fenomena Akun Autobase di Twitter: Analisis Pengungkapan Diri Mahasiswa dalam Ruang Anonim." *Jurnal Online Mahasiswa FISIP Universitas Riau*, Vol. 9, No. 2 (2022), 1–13.

Anita Ariani. "Etika Komunikasi Dakwah menurut Al-Quran." *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, Vol. 11, No. 21 (2012): 7–16.

Anita Ariani. "Term Qoulan dalam Al-Qur'an (Studi Penafsiran Ayat-ayat Qoulan dalam al-Qur'an)." *Al-Tadabbur*, Vol. 5, No. 2 (2020).

Ariani, Anita. "Etika Komunikasi Dakwah Menurut Al-Qur'an." *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah* 11, no. 21 (2012): 127–146.

Arum Rindu Sekar Kasih dan T. Maharani. "Transformasi Ruang Publik Digital: Studi Kasus Komentar Netizen dalam Akun Curhat." *Kajian Linguistik dan Sastra*, Vol. 9, No. 1 (2024): 24–42.

Aziz, Abdul, dan Nur Hidayah. "Media Sosial dan Perubahan Pola Komunikasi Masyarakat." *Jurnal Komunikasi Islam* 10, no. 2 (2020): 155–172.

Bagas Al Fajri, Ani Windarti, Ulaya Ahdiani, dan Zanuwar Hakim Atmantika. "Sad Culture: An Analysis of the US' Mental Health Issues as Expressed in Social Media." *Rubikon: Journal of Transnational American Studies*, Vol. 10, No. 2 (2023).

Carmen Șurariu, Katherine B. Carnelley, dan Claire M. Hart. "The Social Benefits of Self-Disclosure and Self-Presentation

Through Social Media: A Systematic Review." *Behaviour & Information Technology* (2025): 1–45.

Chapa, Hector, et al. “Is It Possible to Get Pregnant Without Having a Period?” *Femia Health* 18, no. 7 (2024).

Chu, Tsz Hang, Mengru Sun, dan Li Crystal Jiang. "Self-Disclosure in Social Media and Psychological Well-Being: A Meta-Analysis." *Journal of Social and Personal Relationships*, Vol. 40, No. 2 (2023): 576–599.

Esfahani, Hamed N., et al. “Emotional Self-Disclosure in Social Networking Sites and Psychological Well-Being.” *Current Psychology* 41, no. 5 (2022): 2871–2885.

Fardiah, Dedeh, dan Yosal Iriantara. “Komunikasi Digital dan Perubahan Budaya Masyarakat.” *Jurnal Kajian Komunikasi* 8, no. 1 (2020): 16–29.

Fitriani, Rina. “Pengaruh Self-Disclosure terhadap Kesehatan Mental Remaja di Media Sosial.” *Jurnal Psikologi* 19, no. 2 (2023): 85–98.

H. Jalonen. “Social Media – An Arena for *Venting* Negative Emotions.” *Online Journal of Communication and Media Technologies*, Vol. 4 (Oktober 2014 – Special Issue), 53–70.

Ilpa Hasanah. "Pengaruh Media Sosial sebagai Tempat Curhat terhadap Kesehatan Mental Mahasiswa STAIN Mandailing Natal." *Jurnal Manajemen dan Pendidikan Agama Islam*, Vol. 07, No. 1 (2026): 65–73.

Jingle Sun, Akmar Hayati Ahmad Ghazali, dan Rahman Saiful Nujaimi Abdul. "Risky Online Self-Disclosure in Adolescents: A Meta-Analytic Review of Predictors and Outcomes." *Frontiers in Psychology*, Vol. 16 (2025).

Katz, Elihu, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch. “Uses and Gratifications Research.” *Public Opinion Quarterly* 37, no. 4 (1973): 509–523.

Kriyantono, Rachmat. "Qaulan Sadidan Principles and Factuality in Public Broadcasting Institution News." *Profetik: Jurnal Komunikasi*, Vol. 12, No. 2 (2020): 275–290.

Lisa Septia Dewi Br Ginting. “Information Literacy dan Kecenderungan Oversharing di Kalangan Generasi Z Pengguna Instagram.” *Jurnal Psikologi dan Komunikasi Digital*, Vol. 3, No. 1 (2025), 22–39.

Michelle Richey, Aparna Gonibeed, dan M.N. Ravishankar. “The Perils and Promises of Self-Disclosure on Social Media.” *Information Systems Frontiers*, Vol. 20 (2018), 425.

Misbahun Nidhom dan Ali Murtadho. “Does Islam Protect Digital Privacy? An Islamic Studies Approach to Personal Data Protection.” *Al-Afham: Journal of Islamic Studies*, Vol. 2, No. 2 (2025): 107–128. https://doi.org/10.62509/ajis.v2i2.260

Muhammad Safwan Harun, A. Marjohan, dan Z. Syarif. "Prinsip Ḥifẓ al-Nasl dan Ḥifẓ al-‘Irḍ dalam Pembentukan Keluarga Sejahtera." *Jurnal Syariah*, Vol. 33, No. 3 (2025): 329–360.

Nils, Frédéric, dan Bernard Rimé. “Beyond the Myth of *Venting*: Social Sharing Modes Determine the Benefits of Emotional Disclosure.” *European Journal of Social Psychology* 42, no. 6 (2012): 672–681.

Novrianti Frederika Sigalingging, Marisa Elsera, dan Rahma Syafitri. “Fenomena Oversharing di Instagram pada Generasi Muda di Kota Tanjungpinang.” *Jurnal Sosiologi*, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Maritim Raja Ali Haji, Vol. 11, No. 2 (2023), 84–92.

Nurhikma, Idris Alfarizi, dan Kurniati. “Batasan Privasi dalam Hukum Islam: Analisis Fenomena Oversharing di Media Sosial.” *JIH: Jurnal Ilmu Hukum*, Vol. 1, No. 2 (Januari 2025), 56–65.

Pennebaker, James W. “Writing About Emotional Experiences as a Therapeutic Process.” *Psychological Science* 8, no. 3 (1997): 162–166.

Puput Maya Anggraini dan Kukuh Sinduwiatmo. “Dinamika Self-Disclosure di Media Sosial pada Kalangan Mahasiswa.” *Jurnal Komunikasi Nusantara*, Vol. 6, No. 1 (2024), 45–58.

Ramita Hapsari. “Twitter sebagai Ruang Pengungkapan Diri Mahasiswa di Kota Depok.” *Jurnal Komunikasi dan Media*, Vol. 4, No. 2 (2020), 77–91.

Ramlan Mustapha dan Siti Norma Aisyah Malkan. "AI Surveillance, Privacy (Ḥifẓ al-ʿIrḍ), and Human Dignity in Islamic Jurisprudence." *International Journal of Islamic Theology and Civilisation*, Vol. 4, No. 1 (2026).

Rimé, Bernard. “Emotion Elicits the Social Sharing of Emotion: Theory and Empirical Review.” *Emotion Review* 1, no. 1 (2009): 60–85.

Rimé, Bernard. “The Social Sharing of Emotion.” *Current Opinion in Psychology* 31 (2020): 110–115.

Schlosser, Ann E. "Self-Disclosure versus Self-Presentation on Social Media." *Current Opinion in Psychology*, Vol. 31 (2020): 1–6.

Schwartz-Mette, Rebecca A., dan Amanda J. Rose. "Co-Rumination Mediates Contagion of Internalizing Symptoms within Youths' Friendships." *Developmental Psychology*, Vol. 48, No. 5 (2012): 1355–1365.

Shabahang, Shim, Aruguete, dan Zsila. “Oversharing on Social Media: Anxiety, Attention Seeking, and Social Media

Addiction Predict the Breadth and Depth of Sharing." *Psychological Reports*, Vol. 127, No. 2 (2024), 513–530.

Shadeka Jannat. "Love and Longing in Pre-Islamic Arabic Poetry (Al-Muʿallaqāt)." *Journal of Arabic Literature (Jali)*, Vol. 7, No. 1 (Desember 2025).

Silvia Tabah Hati Br. Sembiring dan Rafiqah Amalia. "Perubahan Sosial Budaya: Curhat Publik Sebagai Bentuk Ekspresi Emosional Dalam Masyarakat Digital." *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, Vol. 4, No. 4 (2026): 14518–14524.

Sina Ostendorf, Silke M. Müller, dan Matthias Brand. "Neglecting Long-Term Risks: Self-Disclosure on Social Media and Its Relation to Individual Decision-Making Tendencies and Problematic Social-Networks-Use." *Frontiers in Psychology*, Vol. 11 (2020), Artikel 543388.

Siti Kuraesin, Tajul Arifin, dan Ine Fauziah. "Analisis Hukum Islam terhadap Perlindungan Hak atas Privasi dalam Pasal 12 The Universal Declaration of Human Rights." *IN RIGHT: Jurnal Agama dan Hak Azazi Manusia*, Vol. 14, No. 1 (2025): 155–172.

Suriani, Eka. "Etika Komunikasi Islam dalam Media Sosial." *Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 14, no. 2 (2020): 173–190.

Tiffany W. Hsu, Yu Niiya, Mike Thelwall, Michael Ko, dan Brian Knutson. "Social Media Users Produce More Affect That Supports Cultural Values, but Are More Influenced by Affect That Violates Cultural Values." *Journal of Personality & Social Psychology*, (2021).

Tim J-CEKI. "Self-Disclosure Remaja di Era Digital: Antara Kebutuhan Sosial dan Risiko Psikologis." *Jurnal Cendekia Komunikasi Islam*, Vol. 5, No. 1 (2024), 55–70.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Wagiman Manik. "Etika Komunikasi Guru dan Siswa Dalam Perspektif Pendidikan Islam." *JUPERAN: Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran*, Vol. 4, No. 2 (2025): 2625–2637.

Westerman, David, Brandon Van Der Heide, Sarah Klein, dan Hilary Walther. "How Do People Really Seek Information About Others? Information Seeking Across Internet and Traditional Communication Channels." *Journal of Computer-Mediated Communication* 13, no. 3 (2008): 751–767.

Zhao, Nan, dan Peter Vorderer. "Motivations for Self-Disclosure on Social Media and Psychological Well-Being." *Journal of Social and Personal Relationships* 40, no. 5 (2023): 1321–1343.

SKRIPSI/TESIS/DISERTASI

Fatmawati. *Konsep Sabar dalam Al-Qur'an (Kajian Tafsir Maudhu'i).* Tesis, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2018.

Hasanah, Nur. *Etika Komunikasi dalam Al-Qur'an Perspektif Tafsir Al-Mishbah.* Skripsi, UIN Ar-Raniry Banda Aceh, 2022.

Rahmah, Siti. *Self-Disclosure di Media Sosial dalam Perspektif Komunikasi Islam.* Skripsi, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2021.

WEBSITE

Britannica. "Catharsis." Diakses 3 Juni 2026. https://www.britannica.com/art/catharsis-criticism.

Kemp, Simon. Digital 2025: Indonesia. DataReportal, 2025. Diakses 3 Juni 2026. https://datareportal.com/reports/digital-2025-indonesia.

KEPUTUSAN DIREKTUR PASCASARJANA UIN AR-RANIRY BANDA ACEH
Nomor: 919/Un.08/Ps/11/2025
Tentang:
PENUNJUKAN PEMBIMBING TESIS MAHASISWA

DIREKTUR PASCASARJANA UIN AR-RANIRY BANDA ACEH

Menimbang :
1. bahwa untuk menjamin kelancaran penyelesaian studi pada Pascasarjana UIN Ar-Raniry dipandang perlu menunjuk Pembimbing Tesis bagi mahasiswa;
2. bahwa mereka yang namanya tercantum dalam Keputusan ini, dipandang cakap dan memenuhi syarat untuk diangkat sebagai Pembimbing Tesis.

Mengingat :
1. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
3. Keputusan Menteri Agama Nomor 156 Tahun 2004 tentang Pedoman/Pengawasan, Pengendalian dan Pembinaan Diploma, Sarjana, Pascasarjana Pada Perguruan Tinggi Agama;
4. Keputusan Menteri Agama Nomor 21 Tahun 2015 tentang STATUTA UIN Ar-Raniry;
5. Keputusan Dirjen Binbaga Islam Departemen Agama R.I. Nomor 40/E/1988 tentang Penyelenggaraan Program Pascasarjana IAIN Ar-Raniry di Banda Aceh;
6. Surat Keputusan Rektor UIN Ar-Raniry Nomor 01 Tahun 2015 tanggal 2 Januari 2015 tentang Pemberian Kuasa dan Pendelegasian Wewenang kepada Dekan dan Direktur Pascasarjana dalam lingkungan UIN Ar-Raniry Banda Aceh;

Memperhatikan :
1. Hasil Seminar Proposal Tesis semester Ganjil Tahun Akademik 2025/2026, pada hari Kamis tanggal 30 Oktober 2025.
2. Keputusan Rapat Pimpinan Pascasarjana UIN Ar-Raniry Banda Aceh pada hari Senin tanggal 10 November 2025.

MEMUTUSKAN:

Menetapkan :

Kesatu :
Menunjuk:
1. Prof. Dr. Fauzi Saleh, Lc., MA
2. Zuhemi AB, M. Ag., Ph. D

Sebagai Pembimbing Tesis yang diajukan oleh:

N a m a	**: Ahmad Zaki**
NIM	**: 241006021**
Prodi	**: Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir**
Judul	**: Venting Culture dalam Perspektif Al-Qur'an**

Kedua : Pembimbing Tesis bertugas untuk mengarahkan, memberikan kritik konstruktif dan bimbingan Tesis sehingga dianggap memenuhi standar untuk memperoleh gelar Magister.

Ketiga : Kepada Pembimbing Tesis yang namanya tersebut di atas diberikan honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Keempat : Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan.

Kelima : Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan dan berakhir pada tanggal 31 Agustus 2028 dengan ketentuan bahwa segala sesuatu akan diperbaiki kembali sebagaimana mestinya, apabila kemudian ternyata terdapat kekeliruan dalam penetapan ini.

Ditetapkan di Banda Aceh
Pada tanggal 10 November 2025
Direktur,

Eka Srimulyani

Tembusan: Rektor UIN Ar-Raniry di Banda Aceh