

Promo Makanan Gratis dengan Membaca Surah Al-Kahfi Setiap Hari Jumat (Resepsi atas Akun Media Sosial Preksu)

Dwi Elok Fardah

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Jl. Laksda Adisucipto, Catur Tunggal, Depok, Sleman

Email: efardah@gmail.com

Abstract

This study aims to examine functional receptions regarding free food promos by reading surah al-Kahfi on the social media account of a restaurant in Yogyakarta called Ayam Geprek dan Susu, or commonly known as PREKSU. The interview is one of the preferred data collection methods in this study, because this research is a field study regarding the use of surah al-Kahfi as a condition for getting free food promos. The research shows that there are four receptions of the interviewee regarding the food promo, namely that this promo becomes a place to find free food; motivates visitors to read surah al-Kahfi; becomes one of the donation ways from the restaurant owners; and the disagreement tendency of surah al-kahfi to be used as a promotional medium.

Keywords: Food promo, Surah al-Kahfi, Reception

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti resepsi fungsional mengenai promo makanan gratis dengan membaca surah al-Kahfi atas akun media sosial salah satu restoran di Yogyakarta yang bernama Ayam Geprek dan Susu, atau yang biasa disebut PREKSU. Wawancara menjadi salah satu metode pengambilan data yang diutamakan dalam penelitian ini, karena penelitian ini merupakan studi kasus mengenai penggunaan surah al-Kahfi sebagai syarat mendapatkan promo makanan gratis. Penelitian menunjukkan bahwa terdapat empat kecenderungan resepsi narasumber yang telah diwawancarai mengenai promo makanan tersebut, adalah promo ini menjadi ajang untuk mencari makanan gratis; memotivasi pengunjung untuk membaca surah al-Kahfi; menjadi salah satu jalan sedekah pemilik restoran; dan kecenderungan ketidaksepakatan surah al-kahfi digunakan sebagai media promo.

Kata Kunci: Promo makanan, Surah al-Kahfi, Resepsi.

A. PENDAHULUAN

Al-Qur'an seringkali disalah gunakan untuk kepentingan bisnis dan politik. Seperti halnya al-Qur'an digunakan untuk bisnis promosi makanan gratis. Promosi merupakan suatu komunikasi

dari penjual dan pembeli yang bertujuan mengubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang awalnya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut (Laksana 2008). Praktik promosi produk di abad modern ini tidak hanya menggunakan media periklanan tetapi juga menggunakan kiat-kiat promosi penjualan, yang sangat banyak variasinya. Promosi tersebut seperti potongan harga, undian berhadiah, percobaan gratis dan lain sebagainya. Bahri menunjukkan bahwa istilah diskon atau potongan harga belum dikenal di kalangan fuqaha' tetapi istilah yang dikenal mereka untuk menunjukkan pengertian potong harga atau diskon adalah *al-ḥaṭṭ min al-thaman* atau *al-naqṣ min al-thaman* (penurunan harga atau pengurangan harga) (Bahri 2013). Pada zaman modern ini banyak sekali di media sosial yang mempromosikan produk-produk dengan menggunakan promosi potongan harga di media sosial. Salah satunya pada akun media sosial PREKSU (Ayam Geprek dan Susu) yang mana dalam akunnya sering sekali membuat promo gratis makan di tempat dengan cara membaca surah al-Kahfi pada hari jum'at.

Pada umumnya, kajian yang berhubungan dengan al-Qur'an di media sosial mempunyai empat kecenderungan sebagai berikut: *Pertama*, penggunaan media sosial berupa online whatsapp atau medsos yang lain dalam meningkatkan minat tilawah atau khataman al-Qur'an (Rusni 2017; Akbar 2018) Hal ini dilakukan oleh komunitas *One day One Juz* (ODOJ) terdiri berbagai kalangan. Mulai dari siswa, mahasiswa, dosen, pengusaha, dokter anggota partai. Anggotanya juga tidak hanya dari dalam Negeri tetapi juga ada yang dari Luar Negeri. Selain media sosial berupa whatsapp ada pula facebook yang bias menjadi media baru atas tafsir al-Qur'an di Indonesia (Muhammad 2017). *Kedua*, mengenai pembacaan surah al-Kahfi sangat banyak mengandung manfaat, dan bacaan tersebut sudah menjadi tradis dikalangan masyarakat tertentu yang dibaca pada waktu tertentu (Syahbi 2019; Subaidah 2019) *Ketiga*, promo makanan untuk penghafal al-Qur'an seperti penjual bakso (news.detik.com), SPBU pertamina gratis bensin bila baca al-Qur'an 2 juz (suara.com). *Empat*, mengenai manajemen pemasaran dikembangkan oleh PREKSU dan mengembangkan bisnis kuliner dalam nuanasa citra religi di PREKSU (Hergastyasmawan 2018; Aji dan Setianto. 2018)

Dilihat dari beberapa kajian di atas yang sudah ada, belum ditemukan secara khusus mengkaji tentang persoalan mengenai resepsi terhadap promo menggunakan bacaan al-Qur'an di media sosial. Ada beberapa promo yang menggunakan hadis atau al-Qur'an sebagai promosi tersebut. Seperti halnya di PREKSU yang menggunakan surah al-Kahfi sebagai alat untuk mendapatkan promo tersebut. Tulisan ini ingin melihat respon pengunjung PREKSU mengenai promo dengan membaca surah al-Kahfi dan bentuk penggunaan surah al-Kahfi. Tulisan ini berfokus pada 1) bagaimana bentuk penggunaan promo surah al-Kahfi? 2) bagaimana resepsi pengunjung terhadap promo bacaan surah al-Kahfi di akun media sosial PREKSU?.

Tulisan ini berasumsi bahwasanya promo surah al-Kahfi digunakan untuk orang-orang yang membaca surah al-Kahfi pada hari jum'at. Mengenai pembacaannya tidak harus dilakukan ditempat tetapi bisa dilakukan dimanapun. Bentuk penggunaan promo tersebut hanya dilakukan setiap hari jum'at. Promo tersebut disebarluaskan lewat akun media sosial yang sering di unggah di via medsos dengan berbentuk konten. Sedangkan mengenai promo surah al-Kahfi sangat berpengaruh pada respon pengunjung akun tersebut terhadap promo pembacaan surah al-Kahfi, dilihat dari beberapa like dari postingan pada konten tersebut.

B. RESEPSI AL-QUR'AN DI MASYARAKAT

Resepsi al-Qur'an adalah bagaimana seseorang menerima dan bereaksi terhadap al-Qur'an dengan cara menerima, merespon, memanfaatkan, atau menggunakannya baik sebagai teks yang memuat susunan sintaksis atau sebagai mushaf yang dibukukan yang mempunyai maknanya itu sendiri atau mempunyai makna tertentu (Syamsuddin 1994). Resepsi juga bisa diartikan seseorang yang meneliti teks dengan beritik tolak kepada reaksi pembaca atau tanggapan pada teks tersebut. (Qudsy dan Dewi 2018)

Resepsi dibagi menjadi tiga varian, *pertama*, resepsi eksegetis adalah menerima al-Qur'an dengan cara menafsirkan arti dari al-Qur'an. *kedua*, resepsi estetika adalah tindakan menerima al-Qur'an. tindakan seperti itu bisa dilakukan

dengan dua cara yaitu menerima al-Qur'an sebagai entitas estetika yang mana pembaca mengalami nilai estetika dalam penerimaannya. Iser juga membedakan artistik dan estetika. Artistik berada pada teks itu sendiri, sedangkan estetika sendiri realisasi yang dicapai oleh pembaca itu sendiri. *Ketiga*, resepsi fungsional adalah resepsi al-Qur'an yang didasarkan pada tujuan atau fungsi dari pembaca, bukan pada teorinya. (Rafiq 2014).

Terdapat beberapa contoh mengenai varian resepsi. *Pertama*, mengenai resepsi eksegesis, Resepsi Eksegesis Umat Islam Terhadap Budaya Sedekah (Studi Living Hadis di Masjid Sulthoni Wotgaleh, Sleman, Yogyakarta) (Irsad 2019), Pembacaan Kontekstual "Eksegegis" dalam Teks Keagamaan (Aspandi 2017). *kedua*, resepsi estetis, Estetika Resepsi dan Intertekstualitas: Perspektif Ilmu Sastra terhadap Tafsir al-Qur'an (Sulaeman, t.t.), Musabaqah Tilawah al-Qur'an di Indonesia (Festivalisasi al-Qur'an sebagai Bentuk Resepsi Estetis) (Jannah 2017), epistemologi Intuitif dalam Resepsi Estetis H.B. Jassin terhadap al-Qur'an (Lukman, t.t.) *Ketiga*, Resepsi Fungsional, Resepsi terhadap Ayat al-Kursi dan Literatur Keislaman (Rahman 2018; Maimun, t.t.; Fathurrosyid 2016).

C. MEDIA SOSIAL

Media adalah segala sesuatu yang merupakan saluran dalam menyampaikan gagasan, isi jiwa dan kesadaran manusia, dalam artian alat untuk menyampaikan gagasan kepada orang lain bisa berupa ucapan, tulisan dan gambar hidup. Sedangkan media sosial adalah penghubung di Internet yang mana pengguna berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi maupun memperkenalkan dirinya dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual. Alasan media sosial sangat disambut oleh masyarakat karena media sosial membantu untuk menghubungkan orang antara satu sama lain dengan cara yang mudah dengan cara mereka sendiri. (Atmadja dan Ariyani 2018)

Media sosial terbagi pada beberapa jenis. *Pertama*, media berjejaring; jenis media sosial yang paling populer di antara jenis yang lain. penggunaannya bisa dilakukan dengan untuk membentuk pertemanan, hubungan sosial, berkomunikasi seperti Facebook. *kedua*, jurnal; penggunaannya bisa digunakan untuk

menggugah aktivitas kesehariannya, saling berkomentar antarpengguna, saling berbagai tautan/ link web, dan berbagai informasinya lainnya. *ketiga*, jurnal online; *keempat*, media berbagi; media ini bisa berbagi media seperti video, audio, gambar, dokumen, dan sebagainya untuk pengguna yang lainnya. Media tersebut bisa dilakukan dengan menggunakan YouTube, Flickr, Photobucket dan lain-lain. *kelima*, penanda sosial; *keenam*, media konten bersama; maksudnya media ini merupakan hasil kolaborasi dari para pengguna. (Mudin 2019)

Beberapa contoh media Sosial: *Pertama*, media berjejaring: Jejaring Sosial/Facebook sebagai E-Pengecer (Studi Kasus Mahasiswa di Kota Denpasar) (Ekawati 2012). *Kedua*, jurnal: Pengembangan Media Pembelajaran Berbasis Multimedia Interaktif pada Mata Pelajaran Ekonomi Materi Jurnal Penyesuaian Perusahaan Jasa (Yuliandari dan Wahjudi, t.t.). *Ketiga*, jurnal online: Peran Media Sosial Online dan Komunitas terhadap keputusan Nasabah Bank (Arsriani dan Darma 2013), Pemanfaatan Blog (Jurnal Online) dalam Pembelajaran Menulis (Santosa, t.t.). *Keempat*, media berbagi: Pemanfaatan Media Sosial melalui Whatsapp Group FEI sebagai Sarana Komunikasi (Sukrillah, Ratnamulyani, dan Kusumadinata 2018).

D. PROMO SURAH AL-KAHFI DI RUMAH MAKAN PREKSU

Rumah makan PREKSU termasuk rumah makan yang banyak dikunjungi pengunjung. PREKSU bukan hanya ada di salah satu tempat di Yogyakarta tapi ada beberapa cabang di Yogyakarta seperti di Colombo, Pandega, Deresan, Concat, Seturan, dan Warungboto, yang tertera dalam akun Instagram PREKSU. ada pula di luar kota Yogyakarta seperti di Malang. PREKSU juga mempunyai beberapa program atau kegiatan berbagi sedekah, kajian akhir bulan dengan menyediakan paket makanan dan promo-promo yang lain seperti promo gratis makan untuk orang yang puasa senin dan kamis, ada juga promo untuk orang yang membaca surah al-Kahfi pada hari jum'at.

1. Bentuk dan Penggunaan Promo Surah Al-Kahfi

Mengenai promo dengan membaca surah al-Kahfi itu digunakan untuk orang-orang yang telah membaca surah al-Kahfi pada hari jum'at dan tidak harus

membaca di tempat, cukup dengan modal kejujuran. Dalam akun media sosial PREKSU sering kali mengingatkan mengenai promo membaca surah al-Kahfi setiap hari jum'at, tetapi belum lama ini pada akun Instagram PREKSU, promo tersebut sudah tidak pernah diingatkan lagi kecuali di cabang baru yang mungkin belum terbiasa dengan promo membaca surah al-Kahfi atau belum banyak yang mengetahui promo tersebut, dan itu berdampak ketika PREKSU menyediakan makanan gratis. Seperti halnya setiap cabang PREKSU menyediakan 50 porsi makanan gratis bagi yang sudah membaca surah al-Kahfi setiap hari jum'at, yang mana di tempat cabang yang lebih senior atau cabang yang pertama (sudah lama buka) 50 porsi selalu habis, sedangkan cabang yang baru buka 50 porsi itu biasanya masih ada sisa.

Di dalam akun instagram PREKSU sering sekali mengingatkan adanya sunnah membaca surah al-Kahfi pada hari jum'at, dan kenapa yang ada promo itu hanya bacaan surah al-Kahfi padahal selain al-Kahfi masih banyak surah yang disunnahkan untuk dibaca pada hari jum'at, contohnya surah yasin. Dari pertanyaan tersebut muncullah jawaban mengenai bab surah yang sunnah dibaca di malam jum'at dan hari jum'at itu, karena menurut admin hal tersebut sudah didiskusikan pihak PREKSU dengan ustadz M. Abduh Tuasikal. Menurut ustadz tersebut penjelasan tentang kesunnahan pembacaan surah al-kahfi pada hari jum'at itu hadisnya lebih kuat dibanding surah yang lain, karena untuk kehati-hatian dalam memilih surah, maka yang dipakai adalah surah al-Kahfi. Hadis tersebut bersumber dari blog <https://rumaysho.com/12247-keutamaan-menghafal-sepuluh-ayat-surat-al-kahfi.html> dan <https://rumaysho.com/202-jangan-lupakan-membaca-surat-al-kahfi-di-hari-jumat.html>. Isi dari blog tersebut adalah mengenai hadis-hadis keutamaan membaca surah al-Kahfi pada hari jum'at. Hadis-hadis yang disebutkan seperti berikut:

Hadis pertama:

مَنْ قَرَأَ سُورَةَ الْكَهْفِ لَيْلَةَ الْجُمُعَةِ أَضَاءَ لَهُ مِنَ النُّورِ فِيمَا بَيْنَهُ وَبَيْنَ

“Barangsiapa yang membaca surat Al Kahfi pada malam Jum'at, dia akan disinari cahaya antara dia dan Ka'bah.” (HR. Ad Darimi)

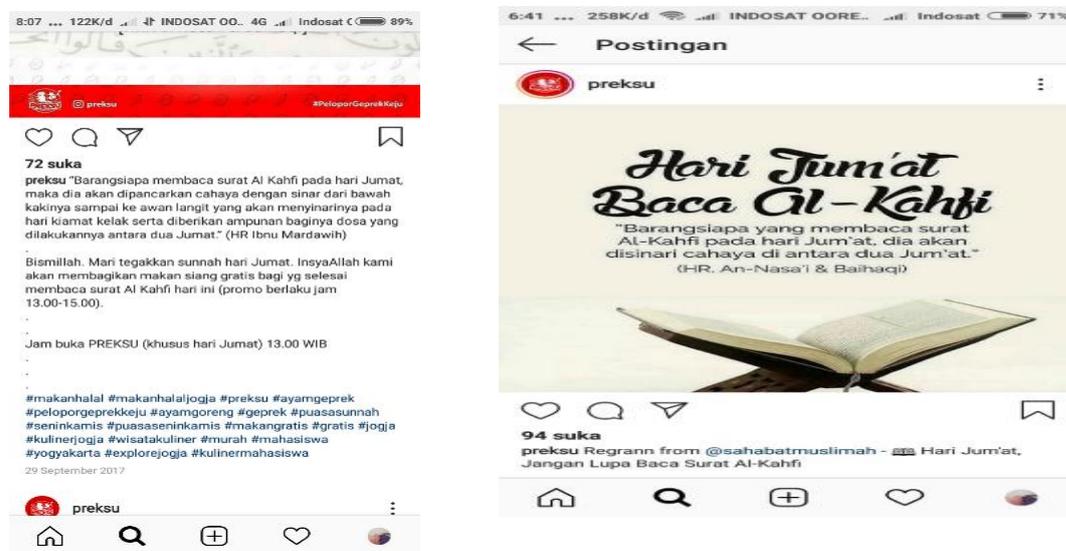
Hadis kedua:

مَنْ قَرَأَ سُورَةَ الْكَهْفِ فِي يَوْمِ الْجُمُعَةِ أَضَاءَ لَهُ مِنَ النُّورِ مَا بَيْنَ الْجُمُعَتَيْنِ

"Barangsiapa yang membaca surat Al Kahfi pada hari Jum'at, dia akan disinari cahaya di antara dua Jum'at." (HR. Seorang Nasa'i dan Baihaqi)

Ustadz Tausikal juga menyebutkan status hadis tersebut yang di shahihkan oleh Albani. *“Barangsiapa Yang membaca surat al-Kahfi pada hari Jum'at, dia akan disinari cahaya di ANTARA doa Jum'at.”* (HR. An Nasa'i Dan Baihaqi).

Mengenai bentuk PREKSU menggunakan promo tersebut di akun media sosial yaitu dengan cara membuat konten yang berisi tentang hadis-hadis yang menjelaskan mengenai keutamaan membaca surah al-Kahfi dan disebutkan juga hadis tersebut beserta sumber kitabnya. Terkadang dalam akun tersebut juga menggunakan konten yang berbentuk iklan persuasif yang mengajak seseorang untuk membaca surah al-kahfi dan juga berbentuk pengingat bahwa hari tersebut hari jum'at dan ada promo membaca surah al-Kahfi. Dalam akun media sosial yang digunakan adalah instagram, twiter dan facebook, tetapi yang paling sering digunakan untuk mengingatkan promo di hari jum'at adalah akun instagramnya itu sendiri.



Gambar 1. Postingan Promo surah al-Kahfi pada akun media sosial PREKSU

2. Resepsi Pengunjung Terhadap Promo Surah Al-Kahfi

Resepsi pengunjung mengenai promo surah al-Kahfi sendiri sangatlah memotivasi untuk dibaca. Disamping itu ada bonus tersendiri yaitu mendapatkan makanan gratis. Menurut pengunjung, dari promo tersebut mereka (orang yang membaca al-Kahfi) lama kelamaan akan bisa istiqomah membaca surah al-Kahfi setiap jum'at, meskipun diawali dari iming-iming makanan gratis. Seperti yang dikatakan salah satu narasumber “promo tersebut sangatlah memotivasi karena di samping mendapat pahala, kita juga mendapat makanan gratis dan hal tersebut bisa menjadikan kita terbiasa untuk membaca karena tergiur promonya.” Ada juga pengunjung yang berpendapat bahwa hal tersebut adalah hal yang biasa ketika melihat promo surah al-Kahfi di media sosial karena pengunjung tersebut termasuk tipe orang yang tidak memburu promo. Tetapi mengenai konten di Instagram, narasumber berkata “dengan adanya konten yang ada di instagram yang menyebutkan hadis-hadis, itu menjadikan manfaat bagi pengikut media sosial PREKSU, dengan itu mereka mengetahui manfaat surah al-Kahfi.”

Resepsi mengenai perspektif seorang pembisnis mengenai promo itu bukan hanya tentang surah al kahfi yang digunakan untuk menarik pelanggan atau orang-orang datang ikut promo itu, tapi lebih kepada hari jumatnya. Seperti yang

dikatakan narasumber “ada suatu seperti kegiatan amaliah dibalik itu dan ada unsur sedekah yang bisa dilakukan oleh siapa pemilik bisnis dibuktikan dengan cara membutuhkan kejujuran sebagai syarat seseorang mendapatkan promo itu jadi ditanyakan kejujurannya apakah dia sudah membaca surat al kahfi pada hari itu atau belum”. Jadi promo itu bisa juga dilihat dari sisi spiritualitas atau sisi sudut pandang keimanan baik itu pembaca ataupun pembuat promo ini atau sebagai ownernya. Kalau dari segi sudut pandang, misalnya yang baca itu adalah seorang pembisnis atau yang menilai itu dari orang yang mengelola bisnis, sebetulnya pemilik itu bisa jadi lebih mengalami kerugian daripada keuntungan dari promo yang ada, karena itu promonya menggunakan modal kejujuran. Ownernya sendiri tidak mengetahui atau tidak bisa validitas pengakuan orang-orang yang mendapat promo itu yang mengaku dia baca surat al-Kahfi, tapi tetap saja yang datang ke sana dan mengaku membaca surat al-Kahfi itu diberikan promonya. kalau misalnya hal seperti itu tanpa dites maka apakah dia benar-benar membaca atau tidak, mungkin ada tujuan lain yang sebetulnya dilakukan oleh owner PREKSU itu di balik promo ini, mungkin juga bisa jadi seperti salah satu jalan sedekah di setiap hari Jumat dengan cara memberi promo itu untuk orang-orang lain, meskipun jika dikatakan ada yang berbohong tidak membaca surat Al Kahfi tapi dia datang ke sana untuk mendapatkan promo tersebut dan mengatakan bahwa dirinya sudah membaca surat Al Kahfi tetapi dia tetap diberi promo itu, berarti Promo itu sebenarnya ada unsur lain jika dilihat dari segi keimanan mungkin bisa juga kejujuran itu menjadi sesuatu hal yang lain dibalik adanya promo ini.

Ada juga respon pengunjung mengenai promo surah al-Kahfi menurutnya itu hal yang bagus, tetapi kurang setuju ketika promonya dengan cara membaca surah al-Kahfi. Karena tidak ada hubungannya mengenai manfaat surah al-Kahfi dengan promo tersebut. Narasumber di sini termasuk tipe orang yang tidak biasa membaca surah al-Kahfi, meskipun dulunya pernah melakukan pembacaan surah al-Kahfi di pesantren, tetapi dia termasuk tipe yang tidak suka membaca surah yang panjang dalam sewaktu dan menurutnya itu tidak menarik ketika digunakan untuk promo itu sendiri. Seperti yang dikatakan narasumber “promo tersebut

hanyalah teknik marketing. Dan kenapa pilihannya harus al-Kahfi yang ayatnya panjang, padahal ada banyak surah yang disunnahkan dibaca pada hari jum'at dan itu bukan hanya surah al-Kahfi saja, tetapi masih ada surah yang lain yang lebih menarik misalnya surah yasin, al-mulk dll. yang ayatnya lebih pendek.”

Resepsi narasumber mengenai Surat al-kahfi yang digunakan sebagai syarat promo di preksu itu menurutnya bukan hal yang baru lagi untuk mempraktikkan di hari jum'at. Seperti pernyataannya “menurut saya ketika saya membaca surah al-Kahfi dan ada informasi mengenai promo tersebut. Sebetulnya saya sudah mengetahui keutamaan keutamaan surat al-kahfi memang gitu, tapi dampak yang saya rasakan juga tidak menganggap itu sebagai suatu hal yang baru atau itu menjadi sebuah gerak penggerak saya untuk bisa mengamalkan membaca surat al- Kahfi di setiap hari jumat lagi, karena saya sudah terbiasa dulunya sering membaca surat al-Kahfi di setiap hari Jumat. Jadi ketika membaca itupun saya sudah tahu keutamaan surat al-Kahfi itu. Tapi saya tidak kemudian menjadi bergerak untuk membaca surat al-Kahfi Jumat secara rutin dengan alasan ingin mendapatkan promo itu, saya tidak tertarik terhadap promo itu apalagi dengan syarat harus membaca surat al-Kahfi di hari Jumat”. Jadi menurut narasumber sendiri merasa itu tidak terlalu memberi dampak apa-apa untuk dia, sebagai seorang yang sudah tidak lagi membaca surat al-Kahfi di hari Jumat dan tidak tertarik untuk mendapatkan promo itu, tidak terlalu terobsesi sama promo itu. Jadi tidak apa-apa baginya jika tidak membaca surat al-Kahfi dan tidak mendapatkan promo itu dia tidak merasa rugi dan tidak merasa harus mendapatkan promo itu dengan membaca surat al-Kahfi.

E. RESEPSI PENGGUNAAN PROMO SURAH AL-KAHFI

Mengenai penggunaan promo yang dilakukan dengan menggunakan modal kejujuran. Hal tersebut ada empat kecenderungan. *Pertama*, yaitu dibuat ajang kesempatan untuk mencari makanan gratis secara cuma-cuma karena pihak PREKSU tidak mengetahui orang tersebut sudah atau belum membaca surah al-Kahfi, bisa jadi orang tersebut tidak bisa membaca al-Qur'an kemudian mengaku sudah membaca. Hal itu kembali kepada setiap masing-masing orang.

Kedua, yaitu hal tersebut menjadikan para pengunjung bersemangat membaca surah tersebut, disamping membaca mendapat pahala dapat bonus makanan gratis juga. *Ketiga*, promo tersebut menjadi salah satu jalan sedekah di setiap hari Jumat dengan cara memberi promo itu untuk orang-orang lain. *Keempat*, kurang setuju mengenai bacaan yang digunakan oleh PREKSU.

Adanya promo yang diadakan oleh PREKSU untuk membaca surat Al Kahfi di hari Jumat untuk mendapatkan gratis makanan, sebetulnya bisa menimbulkan perbedaan sikap yang diambil oleh orang-orang. Contohnya salah satunya bagi orang-orang yang sudah sering membaca surat al-Kahfi di setiap hari Jumat dia bisa mengambil dua keputusan berbeda dia akan pergi ke sana untuk mengambil promo itu atau dia juga bisa jadi tidak tertarik untuk mengambil promo itu, karena ada ajakan promo untuk membaca surat al-Kahfi itu tidak menjadi dampak untuk seseorang membaca atau tidak membaca surat al-Kahfi di setiap hari Jumat, karena sudah menjadi tradisi membaca surat al-Kahfi setiap hari Jumat ada ataupun tidak adanya promo itu. Lain halnya dengan orang yang tidak suka membaca surat al-Kahfi setiap hari Jumat ketika dia melihat promo itu mungkin menjadi ada tergerak hatinya untuk kemudian membaca surat al-Kahfi untuk mendapatkan promo itu, tapi bisa juga ada orang-orang yang yang tidak sering membaca surat al-Kahfi di hari jumat tapi ingin mendapatkan promo itu kemudian pergi saja ke sana tanpa dia membaca surat al-Kahfi itu. Tapi adanya promo itu menjadi salah satu cara seseorang tersebut untuk mendapatkan promo di hari Jumat.

Alasan Surah al-Kahfi digunakan promo oleh PREKSU karena surah al-Kahfi itu adalah surah yang dianjurkan untuk dibaca pada hari jum'at. PREKSU memegang pendapat tersebut karena PREKSU mempunyai landasan yang ada di dalam hadis. Menurutnya surah al-Kahfi adalah salah satu surah yang status keshahihan hadisnya paling kuat dibanding surah-surah yang lain. dari salah satu hadis yang disebutkan dalam akun instagram yaitu hadis ad-Darimi yang digunakan patokan PREKSU mengenai sunnah membaca surah al-Kahfi. Teks nya seperti berikut:

حَدَّثَنَا أَبُو النُّعْمَانِ حَدَّثَنَا هُشَيْمٌ حَدَّثَنَا أَبُو هَاشِمٍ عَنْ أَبِي مِجْلَزٍ عَنْ قَيْسِ بْنِ
عُبَادٍ عَنْ أَبِي سَعِيدٍ الْخُدْرِيِّ قَالَ مَنْ قَرَأَ سُورَةَ الْكَهْفِ لَيْلَةَ الْجُمُعَةِ أَضَاءَ لَهُ
مِنَ النُّورِ فِيمَا بَيْنَهُ وَبَيْنَ الْبَيْتِ الْعَتِيقِ

Telah menceritakan kepada kami Abu An Nu'man telah menceritakan kepada kami Husyaim telah menceritakan kepada kami Abu Hasyim dari Abu Mijlaz dari Qais bin Ubad dari Abu Sa'id Al Khudri ia berkata; Barangsiapa yang membaca surat Al Kahfi pada malam Jum'at maka ia akan diterangi oleh cahaya yang terangnya mencapai jarak antara dirinya dan Baitul 'Atiq.

Peneliti menelusuri hadis tersebut lewat aplikasi Lidwa, dijelaskan di sana bahwasanya jalur sanadnya tsiqqah tidak ada yang cacat dari beberapa jalur sanadnya, tetapi hadis tersebut tidak ada hadis penguatnya. Dalam *blog rumaysho.com* juga dijelaskan manfaat-manfaat dan disebutkan hadis-hadis yang menunjukkan bahwasanya hadis mengenai surah al-Kahfi itu shahih.

F. RESEPSI FUNGSIONAL

Dalam penelitian ini, resepsi yang digunakan adalah resepsi fungsional yang mana teori resepsi tersebut ada kaitannya dengan transmisi dan transformasi. Transmisi merupakan pengiriman atau penerusan pesan dari seseorang kepada orang lain (KBBI). Pesan yang disandarkan kepada Nabi ataupun para sahabat, ditransmisikan dari satu orang ke orang lain, dari satu generasi ke generasi lain. Sedangkan Transformasi adalah perubahan bentuk yang terjadi dalam proses transmisi tersebut (Fadlillah 2017). Seiring dengan berjalannya waktu, al-Qur'an terus dibaca dan diresepsi oleh masyarakat Muslim. Hal ini berangkat dari sebuah keyakinan bahwa al-Qur'an akan senantiasa aktual dalam setiap konteks waktu dan ruang (*ṣaḥiḥ likulli zamān wa makān*). Penafsiran al-Qur'an yang sejak awal hingga saat ini terus digalakkan akan mengalami apa yang disebut dengan "transmisi" dan "transformasi". Al-Kahfi merupakan salah satu surah favorit yang sering dibaca oleh masyarakat Muslim pada hari jum'at. Keistimewaan yang dimiliki surat ini dapat ditelusuri kepada beberapa pernyataan Nabi yang

menunjukkan bahwa surat ini benar-benar istimewa yang dibuktikan dalam riwayat hadisnya. Dalam realitasnya, keistimewaan surat al-Kahfi ini diresepsi oleh masyarakat Muslim dengan sedemikian rupa. Seperti penafsiran Quraish Shihab dalam tafsirnya “*Tafsir al-Misbah*” mengatakan bahwasanya di dalam surah al-Kahfi mempunyai keistimewaan tersendiri yang ditemukan ulama pada beberapa tempat di surah ini, yaitu pertengahan al-Qur'an; yakni akhir juz 15 dan awal juz 16. Yakni pada ayat *yatalatthaf* (ayat 19) dan *laqad ji'ta syai'an nukran* (ayat 74). Thabathaba'i juga berpendapat bahwa surah ini juga mengandung ajakan menuju kepercayaan yang haq dan beramal saleh melalui pemberitaan yang menggembirakan dan peringatan, sebagaimana terbaca pada awal ayat-ayat surah dan akhirnya. (Shihab 2005).

PREKSU menggunakan promo pembacaan surah al-Kahfi sangatlah memotivasi pengunjung untuk membaca surah al-Kahfi. Di samping itu cara PREKSU mempromosikan sangatlah menarik bagi kalangan pesantren yang basicnya agama. selain itu cara PREKSU mempromosikan juga seperti halnya berdakwah, karena PREKSU menggunakan Promo tersebut dengan membaca surah al-Kahfi, yang mana PREKSU secara tidak langsung memberi tahu khalayak ramai bahwasanya surah al-Kahfi jika dibaca pada hari jum'at itu sangat dianjurkan. Resepsi pengunjung mengenai surah al-Kahfi ketika dibaca pada hari jum'at itu sudah tidak asing lagi, karena hal tersebut sangat dianjurkan untuk dibaca. Surah al-Kahfi ketika dibaca pada hari jum'at itu mempunyai beberapa manfaat. Pengunjung sendiri mengetahui ada manfaat membaca al-Kahfi pada hari jum'at, tetapi mereka sendiri tidak mengetahui bacaan hadisnya dari kitab apa dan manfaatnya itu bagaimana. Mereka mengetahui hal tersebut dianjurkan itu dari orang-orang terdahulu. Seperti halnya di pesantren dulu sering dijelaskan mengenai dianjurkannya membaca surah al-Kahfi dan wajib dibaca ketika hari jum'at.

Di mulai dari hadis Nabi tentang keutamaan membaca surah al-Kahfi yaitu (Siapa pun yang membaca Surah Al-Kahf pada hari Jumat, diterangi oleh cahaya yang terangnya mencapai jarak antara dirinya dan baitul 'Atiq) di dalam syarah Faidhul Qadir Al-Hafiz Ibn Hajar mengatakan : sebagaimana hal itu terjadi siapa

yang membaca surah al-Kahfi pada hari Jumat dan pada malam Jumat, dan itu sudah disepakati bahwa apa yang dimaksud hari itu adalah malam dan malamnya di siang hari. Dalam beberapa kitab hadis menjelaskan keutamaan membaca surah al-Kahfi mengenai keutamaan membaca surah al-Kahfi akan diterangi cahaya kemudian ustadz Tausikal berpedoman pada hadis tersebut dan dibuat referensi PREKSU untuk dijadikan promo gratis makanan. Dari penjelasan tersebut disimpulkan bahwasanya Ustadz Tuasikal bertransmisi dari hadis Nabi kemudian ke PREKSU. kemudian di PREKSU bertransformasi menjadi promo makanan gratis dengan syarat membaca surah al-Kahfi pada hari Jum'at.

G. KESIMPULAN

Mengenai promo dengan membaca surah al-Kahfi itu digunakan untuk orang-orang yang telah membaca surah al-Kahfi pada hari Jum'at dan tidak harus membaca di tempat, cukup dengan modal kejujuran. Resepsi pengunjung mengenai penggunaan promo yang dilakukan PREKSU dengan menggunakan modal kejujuran. Hal tersebut ada empat kecenderungan. *Pertama*, yaitu itu dibuat ajang kesempatan untuk mencari makanan gratis secara cuma-cuma karena pihak PREKSU tidak mengetahui orang tersebut sudah atau belum membaca surah al-Kahfi, bisa jadi orang tersebut tidak bisa membaca al-Qur'an kemudian mengaku-ngaku sudah membaca. Hal itu kembali kepada setiap masing-masing orang.

Kedua, yaitu hal tersebut menjadikan para pengunjung bersemangat membaca surah tersebut, disamping membaca mendapat pahala dapat bonus makanan gratis juga. *Ketiga*, promo tersebut menjadi salah satu jalan sedekah di setiap hari Jumat dengan cara memberi promo itu untuk orang-orang lain. *Keempat*, kurang setuju mengenai bacaan yang digunakan oleh PREKSU. Adapun saran penulis untuk penelitian lebih lanjut dari segi hukumnya yaitu lebih ke ranah bagaimana hukum penggunaan al-Qur'an digunakan untuk promo itu sendiri mengenai ekonomi yaitu lebih strategi marketing ketika menggunakan promo al-Kahfi dengan dibandingkan promo yang lain.

H. DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, Agus Subhan. 2018. "Khataman Qur'an Berjamaah Secara Online Berbasis Instant Messaging Server." *NJCA (Nusantara Journal of Computers and Its Applications)* 2 (1). <https://doi.org/10.36564/njca.v2i2.32>.
- Arsriani, Ida Ayu Inten, dan Gede Sri Darma. 2013. "Peran Media Sosial Online Dan Komunitas Terhadap Keputusan Nasabah Bank" 10 (2): 4.
- Atmadja, Nengah Bawa, dan Luh Putu Sri Ariyani. 2018. *Sosiologi Media Perspektif Teori Kritis*. 1 ed. Rajawali Press.
- Ekawati, Ni Wayan. 2012. "Jejaring Sosial/Facebook Sebagai Media E-Pengecer" 17 (2): 6.
- Fadlillah, Nilna. 2017. "Resepsi Terhadap Alquran Dalam Riwayat Hadis" 3 (2): 28.
- Fathurrosyid, Fathurrosyid. 2016. "Tipologi Ideologi Resepsi Al Quran di Kalangan Masyarakat Sumenep Madura." *EL HAKAKAH (TERAKREDITASI)* 17 (2): 218–39.
- Irsad, Muhammad. 2019. "Resepsi Eksegesis Umat Islam Terhadap Budaya Sedekah (studi Living Hadits Di Masjid Sulthoni Wotgaleh, Sleman, Yogyakarta)." *Sosial Budaya* 16 (1): 74. <https://doi.org/10.24014/sb.v16i1.6918>.
- Jannah, Miftahul. 2017. "Musabaqah Tilawah Al-Qur'an Di Indonesia (festivalisasi Al-Qur'an Sebagai Bentuk Resepsi Estetis)." *Jurnal Ilmiah Ilmu Ushuluddin* 15 (2): 87. <https://doi.org/10.18592/jiiu.v15i2.1291>.
- Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran: Pendekatan Praktis*. Graha Ilmu.
- Lukman, Fadhli. t.t. "Epistemologi Intuitif dalam Resepsi Estetis H.B. Jassin terhadap Al-Qur'an," 19.
- Maimun, Oleh Muhammad. t.t. "Resepsi Al-Quran Dalam Film Kalam-Kalam Langit: Suatu Analisis Kritis-Transformatif," 21.
- Mudin, Miski. 2019. *Islam Virtual Diskursus Hadis Otoritas dan Dinamika Keberislaman di Media Sosial*. Bildung.
- Muhammad, Wildan Imaduddin. 2017. "Facebook Sebagai Media Baru Tafsir Al-Qur'an Di Indonesia." *Maghza: Jurnal Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir* 2 (2): 69–80.

MAGHZA: Jurnal Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir
Fakultas Ushuluddin Adab dan Humaniora,
Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto.
Edisi: Juli-Desember, Vol. 7, No. 2, 2022
DOI: 10.24090/maghza.v7i2.4420

- Rahman, Miftahur. 2018. "Resepsi terhadap Ayat Al-Kursī dalam Literatur Keislaman." *MAGHZA: Jurnal Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir* 3 (2): 134–47. <https://doi.org/10.24090/maghza.v3i2.2127>.
- Rusni, Ariza. 2017. "Penggunaan Media Online Whatsapp Dalam Aktivitas Komunitas One Day One Juz (odoj) Dalam Meningkatkan Minat Tilawah Odojer Di Kota Pekanbaru," 15.
- Santosa, Made Hery. t.t. "Pemanfaatan Blog (jurnal Online) Dalam Pembelajaran Menulis," 34.
- Shihab, Moh Quraish. 2005. *Tafsir al-Mishbāh: pesan, kesan, dan keserasian al-Qur'an*. Cet. 6. Ciputat, Jakarta: Lentera Hati.
- Subaidah, Siti. 2019. "Tradisi Pembacaan al-Qur'an (Surah al-Kahfi, ar-Rahman, as-Sajadah) di Yayasan al-Ashiriyyah Nurul Iman Islamic Boarding School Desa Waru Jaya Kecamatan Parung Kabupaten ogor."
- Sukrillah, Ahmad, Ike Atikah Ratnamulyani, dan Ali Alamsyah Kusumadinata. 2018. "Pemanfaatan Media Sosial Melalui Whatsapp Group Fei Sebagai Sarana Komunikasi." *JURNAL KOMUNIKATIO* 3 (2). <https://doi.org/10.30997/jk.v3i2.919>.
- Sulaeman, Otong. t.t. "Estetika Resepsi Dan Intertekstualitas: Perspektif Ilmu Sastra Terhadap Tafsir Al-Qur'an," 16.
- Syahbi, Awwalia. 2019. "Fadhilah Surah al-Kahfī dalam Pandangan Masyarakat Desa Bandar Setia."
- Syamsuddin, Sahiron. 1994. *Islam Tradisi dan Peradaban*. Bandung.
- Yuliandari, Sintia, dan Eko Wahjudi. t.t. "Pengembangan Media Pembelajaran Berbasis Multimedia Interaktif Pada Mata Pelajaran Ekonomi Materi Jurnal Penyesuaian Perusahaan Jasa," 9.
- Zuhri, Saifuddin, dan Subkhani Kusuma Dewi. 2018. *Living Hadis: Praktik, Resepsi, Teks, dan Transmisi*. Q-Media.