MAGHZA: Jurnal Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir
Fakultas Ushuluddin Adab dan Humaniora
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
Edisi: Juli-Desember, Vol. 6, No. 2, 2021
DOI: 10.24090/maghza.v6i2.4848

Komodifikasi Al-Qur'an: Analisa Sosial terhadap Mushaf Al-Qur'an Grand Maqamat

Nor Lutfi Fais
Fakultas Ushuluddin dan Humaniora Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo
Jl. Prof. Dr. Hamka. Tambakaji, Ngaliyan, Kota Semarang, Jawa Tengah 50185
nor_lutfi_faiz_1904028021@student.walisongo.ac.id

Rizal Mahendra Asyiri
Fakultas Ushuluddin dan Humaniora Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo
Jl. Prof. Dr. Hamka. Tambakaji, Ngaliyan, Kota Semarang, Jawa Tengah 50185
rizalmae2504@gmail.com

Abstract

Religion commodifications, including the issue of the Qur'an, are not a real breakthrough in socio-religious studies. Various studies have been carried out. However, the current studies are still limited to descriptions of the variety of commodification and problems that occur and have not reached yet the aspect of dismantling the social 'intrigues' in them. For this reason, this study intends to read the commodification of the Qur'an as a social phenomenon and at the same time expose the hidden aspects in it. This study uses the social theory of The Consumer Society, initiated by Jean Baudrillard which includes aspects of commodification, media shaping, and social shifting paradigm: needs towards desires and lifestyles, by adopting relevant disciplines of the Qur'an such as riwayat, *qirā'ah* and tajwid. The object to be studied is Mushaf Al-Qur'an Grand Maqamat or known as Al-Qur'an Digital Talking Pen Grand Maqamat. After conducting the study, it was found that the commodification of the Qur'an that occurred was part of the industrialization effort of the Qur'an by using religious actors as an excuse and as a marketing medium. Commodification that occurs is also not in line with the spirit of necessity which refers to the concepts of riwayat, *qirā'ah* and tajwid in the Qur'an.

Keywords: Commodification of Qur'an, Digital Qur'an, Baudrillard, Riwayah.

Abstrak

Upaya komodifikasi agama, termasuk dalam masalah Al-Qur'an, bukan merupakan hal yang baru dalam kajian sosial keagamaan. Berbagai kajian telah dilakukan berkaitan dengannya. Namun demikian kajian yang ada masih terbatas pada deskripsi ragam komodifikasi dan problematika yang terjadi dan belum sampai pada aspek pembongkaran 'intrik-intrik' sosial di dalamnya. Untuk itu, kajian yang hendak dilakukan ini bermaksud membaca komodifikasi Al-Qur'an sebagai sebuah fenomena sosial sekaligus membongkar aspek-aspek yang tersembunyi di dalamnya. Kajian ini menggunakan teori sosial Masyarakat Konsumsi yang digagas oleh Jean Baudrillard yang mencakup aspek komodifikasi, penggunaan media, serta pergeseran paradigma kebutuhan kepada hasrat dan gaya hidup dengan mengadopsi disiplin ilmu Al-Qur'an yang relevan seperti ilmu riwayat,

qirā'ah dan tajwid. Objek yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah Mushaf Al-Qur'an Grand Maqamat atau Al-Qur'an Digital Talking Pen Grand Maqamat. Dan setelah dilakukan kajian, didapati bahwa komodifikasi Al-Qur'an yang terjadi adalah bagian dari upaya industrialisasi terhadap Al-Qur'an dengan memanfaatkan aktor-aktor agama sebagai dalih dan media pemasaran. Komodifikasi yang terjadi juga tidak sejalan dengan spirit kebutuhan yang mengacu pada konsep riwayat, *qirā'ah* dan tajwid dalam Al-Qur'an.

Kata kunci: Komodifikasi Al-Qur'an, Al-Qur'an Digital, Baudrillard, Riwayat.

A. PENDAHULUAN

Upaya komodifikasi dalam agama bukan merupakan suatu hal yang baru. Kolaborasi antara agama dan ekonomi telah terjadi sejak agama itu sendiri ada, tak terkecuali Islam. Ia bahkan lahir pada milieu komersial Mekah (Amal, 2011, h. 14). Tak heran jika redaksi Al-Qur'an didominasi ungkapan seperti *tijārah*, *bai'*, *mīzān*, *ujrah*, *qisṭ*, dan ungkapan lainnya (Nugraha, 2014, h. 744).

Kajian sosiologi agama terhadap komodifikasi agama juga telah banyak dilakukan. Dalam hal ini, Nugraha mencatat setidaknya ada tiga kajian yang relevan, dua diantaranya dilakukan di Indonesia. Pertama, kajian berjudul The Political Economy of Religious Commodities in Cairo yang dilakukan oleh Gregory Starrett. Dalam kajiannya, Starrett menyatakan bahwa kebijakan ekonomi konsumerisme di Kairo telah menimbulkan ledakan komoditas dalam proses keberagamaan Islam (Starrett, 1995, h. 52). Kedua, Akh. Muzakki dalam The Islamic Publication Industry in Modern Indonesia: Intellectual Transmission, Ideology, and the Profit Motive yang melihat fenomena komodifikasi dari aspek penerbitan Islam, baik berupa buku cetak ataupun majalah. Dan ketiga, Greg Fealy dalam Consumming Islam: Commodified Religion and Aspirational Pietism in Contemporary Indonesia menjumpai adanya perbedaan dalam komodifikasi agama di Indonesia (Nugraha, 2014, h. 744–747).

Berkaitan dengan Al-Qur'an, upaya komodifikasi sejatinya juga mengalami hal yang sama. Adopsi terhadap berbagai teknologi selalu dilakukan sesuai dengan perkembangan yang ada. Dalam hal ini, Hamam Faizin dalam eksplorasinya telah menyajikan data yang cukup lengkap berkaitan dengan sejarah komodifikasi pencetakan Al-Qur'an dari cara-cara yang paling tradisional hingga pada era pencetakan modern (Faizin, 2012). Selain itu Ali Akbar dalam Pencetakan Mushaf Al-Qur'an Indonesia juga mencoba melakukan upaya serupa dengan lokus kajian yang lebih khusus pada pencetakan mushaf di Indonesia sejak abad ke-19 (Akbar, 2011).

Namun demikian, beberapa kajian yang telah disebutkan sebelumnya agaknya belum mencakup perkembangan mutakhir yang mengikutsertakan teknologi digital. Padahal, era digital ini membawa perubahan yang cukup signifikan termasuk pada cara-

cara keberagamaan. Adalah cyber-religion yang menandai kemunculan secara bertahap terhadap praktik-praktik dan gagasan baru dalam beragama yang diinspirasi oleh alat elektronik sebagaimana diungkapkan oleh Brasher (Halim, 2018, h. 18). Maka dengan adanya teknologi digital ini, komodifikasi terhadap agama secara umum, atau Al-Qur'an secara khusus tentunya juga akan mengambil bentuk dan model yang berbeda dari masa-masa sebelumnya.

Hal ini lah yang coba dibicarakan Eva Nugraha dalam Tren Penerbitan Mushaf dalam Komodifkasi al-Qur'an di Indonesia. Pada tulisannya tersebut, Nugraha berupaya memberikan deskripsi terhadap produk-produk komodifikasi Al-Qur'an, yakni Mushaf 101 in 1: al-Qur'an Cordoba "Amazing", Miracle the Reference: 66 in 1, dan al-Qur'anku Masterpiece 55 in 1. Ia juga berupaya memetakan pola-pola komodifikasi yang dilakukan terhadap ketiga produk yang ada (Nugraha, 2015). Ada juga Syarif Hidayat dalam Al-Qur'an Digital (Ragam, Permasalahan dan Masa Depan), yang melakukan kajian serupa dengan objek dan fokus yang berbeda. Hidayat mencoba menginventarisir berbagai produk Al-Qur'an digital dalam bentuk software dan aplikasi smartphone berikut ulasan kekurangan dan kelebihan setiap produk, menyajikan problematika yang ada serta bagaimana masa depan Al-Qur'an digital ini (Hidayat, 2016). Dan terakhir, Tati Rahmayani dalam Pergeseran Otoritas Agama dalam Pembelajaran Al-Qur'an. Meskipun menurut hemat penulis, kajian yang dilakukan Rahmayani ini kurang merepresentasikan judul yang ia gunakan (Rahmayani, 2018) .

Sejauh yang penulis amati, beberapa kajian yang telah disebutkan sebelumnya umumnya hanya berkisar pada upaya pemaparan ragam produk komodifikasi Al-Qur'an. Sementara menurut penulis, kajian semacam ini difungsikan sebagai upaya menjaga sikap skeptis terhadap aktifitas adopsi dan adaptasi teknologi digital dalam tindak keberagamaan. Untuk itu penulis menganggap penting dilakukannya sebuah kajian yang berusaha membongkar problematika yang tersembunyi dibalik komodifikasi Al-Qur'an. Karenanya dalam tulisan singkat ini penulis hendak melakukan analisa terhadap salah satu produk komodifikasi Al-Qur'an dengan tetap mengacu disiplin keilmuan Al-Qur'an yang relevan. Secara spesifik problem yang ingin dijawab adalah masalah apa yang sejatinya ada di balik fenomena komodifikasi Al-Qur'an? dan bagaimana seharusnya perilaku-perilaku terhadap Al-Qur'an dilakukan?

Untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan ini, penulis akan menggunakan teori sosial Jean Baudrillard, Masyarakat Konsumsi yang mencakup pada aspek komodifikasi dan penggunaan media. Asumsi dasarnya adalah semangat pergeseran paradigma dari kebutuhan (needs) menjadi hasrat dan gaya hidup (desire and life style) khas masyarakat konsumsi yang sejalan dengan perkembangan teknologi. Sedangkan untuk mengetahui

dasar dari paradigma kebutuhan dalam masalah Al-Qur'an, penulis menggunakan teori riwayat yang mencakup ilmu qirā'ah dan tajwid dalam ilmu-ilmu Al-Qur'an.

Objek yang akan dikaji adalah Mushaf Al-Qur'an Grand Maqamat atau Al-Qur'an Digital Talking Pen Grand Maqamat (selanjutnya disebut MAGM). Sebuah produk yang direlease oleh Al-Qolam berisi seperangkat tools pembelajaran Al-Qur'an yang dengan pen digitalnya dapat melantunkan bacaan Al-Qur'an melalui mushaf khusus Maqamat. Kehadiran produk ini dianggap sebagai sebuah solusi yang tepat masalah pembelajaran Al-Qur'an masyarakat digital yang memiliki tingkat mobilitas yang cukup tinggi. Sehingga langkah-langkah konvensional yang ditempuh dalam proses beragama, dalam hal ini pembelajaran Al-Qur'an, dapat dikonversi menjadi cara-cara digital pula.

B. MASYARAKAT KONSUMSI JEAN BAUDRILLARD

Jean Baudrillard lahir pada 20 Juni 1929 di Reims, Perancis. Ia lahir dari sebuah keluarga miskin. Ayahnya adalah seorang pegawai negeri sipil dan kakeknya adalah seorang petani. Baudrillard dikenal sebagai seorang filsuf yang fasih membicarakan posmodernis dan peralihannya dari era modernisme, juga seorang sosiolog dan komentator politik serta seorang fotografer (Saumantri & Zikrillah, 2020, h. 250).

Ia tercatat pernah mengenyam pendidikan di Universitas Sorbonne, Paris dan menyelesaikan tesis Ph.D-nya dengan judul Le Systeme des objects pada 1966. Di saat yang sama ia juga diketahui mengajar bahasa Jerman di sebuah licee dan menjadi penerjemah. Hingga tahun 1972, ia bekerja sebagai Asisten Profesor dan Profesor dan menyelesaikan habilitasinya berjudul L'Autre par luimeme. Kemudian pada tahun 1986 hingga 1990, ia menjabat sebagai Direktur Ilmiah di IRIS (Institut de Recherche et d'Information Socio-Economique) di Universite de Paris-IX Dauphine. Ia wafat pada 6 Maret 2007 di Paris (Azwar, 2014, h. 39).

Karya-karya populernya yang provokatif dan kontroversial antara lain Le Systeme des objects (The System of Objects, diterjemahkan oleh Jacques Mourrain) (1968), La Societe de consommation: ses mythes, ses structures (The Consumer Society: Myths and Structures) (1970), L'Echange symbolique et la mort (Symbolic Exchange dan Death) (1976), Simulations (1983).

Dalam pengantar yang diberikan George Ritzer dalam Masyarakat Konsumsi, ada beberapa tokoh yang menginspirasi pemikiran Baudrillard di dalam karyanya tersebut. Diantaranya adalah John Kenneth Galbraith dalam The Affluent Society tentang konsep masyarakat berkecukupan, Marshall McLuhan, Daniel Bell, David Riesman, Daniel Boorstin, meski hanya pada permukaan pemikirannya saja. Selain itu, ia juga terpengaruh oleh sejumlah teoritisi sosial klasik seperti Karl Marx, Emil Durkheim, dan Levi-Strauss. Meskipun menurut Ritzer, terhadap referensi yang ada, Baudrillard selalu

melakukan kritik dan berupaya melakukan rebuild dengan cara yang lebih modern (Baudrillard, 2011, h. xv–xvi).

Masyarakat Konsumsi

Ide masyarakat konsumsi Jean Baudrillard ini sejatinya merupakan terjemah dari karyanya yang berjudul La societe de consommation dalam bahasa Perancis ke dalam bahasa Inggris, The Consumer Society: Myths and Structures, dan kemudian Masyarakat Konsumsi dalam bahasa Indonesia (Baudrillard, 2011, p. xi). Ide ini, sebagaimana ditunjukkan Baudrillard, disebabkan karena adanya kelimpahruahan objek yang menyebabkan perubahan di banyak hal.

Diantaranya adalah budaya konsumerisme. Masyarakat modern mengenal istilah konsumsi sebagai upaya untuk pemenuhan kebutuhan. Mereka dicirikan dengan pengutamaan nilai guna (use value). Berbeda dengan masyarakat posmodern (masyarakat konsumsi) yang melakukan aktifitas konsumsi didorong oleh pemenuhan hasrat dan pengutamaan terhadap nilai-nilai tanda (sign value) suatu objek. Hal ini yang menyebabkan kemudian membedakan pola-pola interaksi diantara masyarakat modern dan posmodern. Interaksi masyarakat modern terjadi di antara individu-individu di dalamnya, sementara masyarakat posmodern terjadi antara individu dengan objek (Bakti et al., 2019, h. 158–161). Maka bagi masyarakat konsumsi, nilai tanda suatu objek memainkan peran yang sangat penting. Peran ini yang oleh Baudrillard dikatakan sebagai "Akan tetapi barang-barang ini membawa label putih yang tidak dapat dielakkan yang dicetak dengan angka Arab dan diikuti oleh karakter pendek L, s, dz" (Baudrillard, 2011, h. 4), yang menyiratkan adanya nilai tanda dalam sebuah objek.

Dengan demikian, kegiatan konsumsi merupakan diferensiasi melalui citra yang dimunculkan oleh tanda dan simbol yang dikandung oleh objek. Sehingga masyarakat konsumsi dapat dicirikan dengan, pertama, menjadikan objek-objek konsumsi sebagai citra penanda identitas. Dan kedua, objek-objek konsumsi tidak lagi diformulasikan berdasarkan kebutuhan, bahkan aktifitas konsumsi sangat dimungkinkan kepada objek yang tidak dibutuhkan (Fadlilah, tt., h. 6).

Budaya konsumerisme sendiri merupakan buntut dari kapitalisme sebagai sebuah ideologi ekonomi. Pada tahap akhir perkembangannya, kapitalisme telah bertransformasi menjadi kapitalis multinasional dengan merebaknya ekonomi tanda (sign economy) dan komodifikasi di semua lini kehidupan melalui arus globalisasi. Hal ini juga dipengaruhi oleh pergeseran paradigma masyarakat dari modernisme menuju posmodernisme. Selanjutnya, ideologi ini diterima secara sosial sebagai budaya konsumer atau konsumerisme. Dan sebagaimana telah disinggung sebelumnya, bahwa dalam wacana posmodernisme, konsumerisme berusaha memengaruhi masyarakat (konsumen) agar terus mengkonsumsi produk-produk. Dengan demikian objek

konsumsi turut berpengaruh dalam pembentukan perilaku, gaya hidup masyarakat, termasuk melanggengkan ideologi kapitalisme itu sendiri melalui komodifikasi, gaya hidup dan semacamnya (Demartoto, 2009, h. 13).

Maka pergeseran paling menonjol pada perilaku modern menuju posmodern di kalangan masyarakat adalah pergeseran fokus masyarakat dari produksi menuju konsumsi, dari pengeksploitasian pekerja menuju kepada pengeksploitasian konsumen. Akibatnya, masalah sosial yang muncul terletak pada hegemonisasi dan manipulasi hasrat konsumen, yang diantaranya melalui penciptaan alat-alat konsumsi yang sepertinya memudahkan namun pada kenyataannya justru membujuk masyarakat sebagai konsumen, seperti penggunaan kartu kredit.

Komodifikasi Agama dan *Media Shaping*

Dari sudut pandang sosial, agama tidak hanya dilihat sebagai sebuah ideologi yang bersifat doktrinal. Agama muncul dalam bentuk-bentuk material yang dapat disaksikan dalam kehidupan sehari-hari. Dalam hal ini, agama muncul dalam praktik-praktik kebudayaan seperti misalnya hijab, baju, sarung dan pakaian lain yang dimaksudkan untuk penutup aurat. Agama ditujukan kepada 'praktik-praktik keagamaan' yang konkret, bukan 'doktrin-doktrin agama' yang abstrak (Fakhruroji, 2010, h. 2).

Dalam frame material kebudayaan ini lah praktik komodifikasi mungkin dilakukan dalam aktifitas keagamaan. Komodifikasi sendiri diartikan sebagai, "The action of turning something into, or treating something as, a (mere) commodity; commercialization an activity, and so on, that is not by nature commercial." atau upaya menjadikan sesuatu, memperlakukan sesuatu sebagai 'hanya' komoditas, mengkomersialisasikan, segala sesuatu yang sejatinya bukan barang komersial (Nugraha, 2015, h. 303). Komodifikasi berarti sebuah aktifitas pemasukan nilai-nilai ekonomi terhadap sesuatu yang berada di luar konsep ekonomi (Fernandez, 2011, h. 60). Tidak hanya produksi komoditas dalam pengertian sempit, tetapi juga organisasi dan konseptualisasi produksi, distribusi dan konsumsi (Kasman, 2011, h. 167). Komoditas sendiri dimaksudkan sebagai pengedepanan nilai tukar (exchange value) katimbang nilai guna (use value), yang membedakannya dari konsep objek lain.

Disisi lain, adanya globalisasi telah membawa perubahan dalam praktik keberagamaan. Dimensi sosial yang berorientasi pada urusan publik kini mengalami penyempitan dengan adanya privatisasi agama, dimana agama telah kehilangan relevansinya dalam masalah publik. Akibatnya, praktik keberagamaan hanya bertumpu pada upaya identifikasi diri dan diferensiasi diantara individu-individu dengan memanfaatkan nilai-nilai simbolis yang dimiliki sebuah objek tertentu.

Oleh Kapitalisme, kekuatan terbesar globalisasi, upaya identifikasi dan diferensiasi ini dibuat terstruktur, masif dan seragam melalui kekuatan media. Maka tidak mengherankan jika media merupakan tangan kanan Kapitalisme (extension of global capitalism). Media tidak hanya berfungsi sebagai media penyebaran informasi, dalam hal ini media lebih ditujukan sebagai piranti ideologisasi. Terlebih pada internal masyarakat konsumsi, media menjadi adaptasi pembelajaran terhadap aktifitas konsumtif dan gaya hidup. Media juga berusaha mendapatkan 'keuntungan' sebanyak mungkin dari setiap informasi yang ia berikan (Stellarosa & Ikhsano, 2015, h. 407–408). Hal ini sebagaimana diungkapkan oleh Baudrillard dengan,

> "Maka kebenaran media massa adalah ia berfungsi untuk menetralkan ciri khas nyata, unik, peristiwa dunia, untuk menggantikan dunia yang beragam dengan dunia yang homogen antara yang satu dengan yang lainnya seperti apa adanya, yang saling mengartikan satu sama lain dan yang mengirim kembali satu sama lain. Paling tidak, media menjadi saling mengisi satu sama lain dan di situlah *"pesan" menyeluruh dari masyarakat konsumsi* (Baudrillard, 2011, h. 154)."

C. RIWAYAH DAN URGENSINYA DALAM AL-QUR'AN

Kata riwa>yah mengacu pada aktifitas penerimaan (al-tah}ammul) dan penyampaian (al-ada>') dengan menggunakan redaksi tertentu yang merepresentasikan kualitas riwayat ('Itr, 1979, h. 188). Proses riwayat sendiri setidaknya melibatkan dua pihak, muqri' atau guru yang membacakan dan muta'allim atau seorang murid yang belajar. Proses penerimaan dan penyampaian ini akan menghasilkan rangkaian jalur genealogi pembacaan Al-Qur'an yang dikenal dengan sebutan sanad, rangkaian jalur (nama-nama perawi) yang menghubungkan isi periwayatan (Al-T{ah}h}a>n, 1415, h. 17).

Banyak sekali riwayat-riwayat yang menjelaskan bahwa proses pembelajaran Al-Qur'an sangat mengandalkan riwayat ini, diantaranya adalah hadis Mas'u>d bin Yazi>d al-Kindi>:

> كَانَ ابْنُ مَسْعُودٍ يُقْرِئُ رَجُلًا فَقَرَأَ الرَّجُلُ: {إِنَّمَا الصَّدَقَاتُ لِلْفُقَرَاءِ وَالْمَسَاكِينِ} مُرْسَلَةً فَقَالَ ابْنُ مَسْعُودٍ: مَا هَكَذَا أَقْرَأَنِيهَا رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ فَقَالَ: كَيْفَ أَقْرَأَكَهَا يَا أَبَا عَبْدِ الرَّحْمَنِ؟ فَقَالَ: أَقْرَأَنِيهَا: {إِنَّمَا الصَّدَقَاتُ لِلْفُقَرَاءِ وَالْمَسَاكِينِ} فَمَدَّ
>
> "Ibn Mas'ūd mengajarkan seorang laki-laki, laki-laki itu membaca *innamā al-ṣadaqāt li al-fuqarā' wa al-masākīn,* dengan pendek pada kata *al-fuqarā',* Ibn Mas'ūd berkata kepada laki-laki itu, "Bukan seperti itu cara Nabi membacanya untukku." Laki-laki itu berkata, "Bagaimana Nabi membacanya untukmu?" Ibn Mas'ūd berkata, "Nabi membacanya untukku dengan panjang."

Penisbatan bacaan kepada seorang guru melalui jalur sanad juga terlihat dalam riwayat lain yang juga melibatkan Ibn Mas'ūd dari Zaid bin Wahb,

قَالَ: أَتَى عَبْدَ اللهِ رَجُلَانِ – وَكُنَّا عِنْدَهُ – فَقَالَ: يَا أَبَا عَبْدِ الرَّحْمَنِ، كَيْفَ نَقْرَأُ هَذِهِ الْآيَةَ؟ فَقَرَأَهَا عَلَيْهِ عَبْدُ اللهِ، فَقَالَ الرَّجُلُ: فَإِنَّ أَبَا حَكِيمٍ أَقْرَأَنِيهَا كَذَا، وَكَذَا، قَالَ: وَقَرَأَ الْآخَرُ، فَقَالَ عَبْدُ اللهِ: «مَنْ أَقْرَأَكَهَا؟» فَقَالَ: عُمَرُ، فَقَالَ عَبْدُ اللهِ: «اقْرَأْ كَمَا أَقْرَأَكَ عُمَرُ»

"Dua orang pria mendatangi 'Abdullāh bin Mas'ūd. –dan kami berada berasamanya- berkatalah salah satu dari mereka: "Wahai Abū 'Abd al-Raḥmān bagaimana kami membaca ayat ini?" Kemudian 'Abdullāh (ibn Mas'ūd) membacakannya. Lalu berkata salah seorang diantaranya keduanya: "Abū Ḥakīm membacakanku seperti ini." Ibn Wahb berkata: "Kemudian pria yang lain membaca ayat tersebut, dan 'Abdullāh (ibn Mas'ūd) bertanya: "Siapa yang membacakanmu?" ia menjawab: "'Umar", kemudian 'Abdullāh (ibn Mas'ūd) berkata: "Bacalah sebagaimana bacaan 'Umar"

Dalam kedua riwayat di atas redaksi aqra'a (membacakan) merupakan bagian dari 'azw atau penisbatan bacaan kepada otoritas yang lebih tinggi, yang dalam hal ini adalah seorang muqri'. Penisbatan ini juga dikenal dengan istilah isnād yang didefinisikan sebagai penisbatan atau penyebutan jalur riwayat sampai kepada pemberi berita pertama (Al-Ṭaḥḥān, 1415, h. 16).

Ada setidaknya 8 (delapan) metode taḥammul (penerimaan) yang telah disepakati ulama. Yakni al-simā' min lafẓ al-syaikh (mendengar langsung dari seorang guru), al-qirā'ah 'ala al-syaikh (membaca di hadapan seorang guru), al-ijāzah (pemberian ijin untuk meriwayatkan), al-munāwalah (pemberian simbolik sebuah naskah oleh guru kepada murid), al-kitābah (seorang guru menuliskan riwayatnya dan memberikan kepada seorang murid), al-i'lām (aklamasi seorang guru terhadap riwayatnya), al-waṣiyyah (wasiat), dan al-wijādah (penemuan naskah guru oleh seorang murid) (Al-Ṭaḥḥān, 1415, h. 123–128).

Dari kedelapan metode tersebut, hanya ada dua metode yang berlaku dan dapat digunakan dalam pembelajaran Al-Qur'an, yaitu al-simā' dan al-qirā'ah, sesuai ulasan yang diberikan Al-Suyūṭī dalam al-Itqān ('Abd al-Raḥmān, tt., h. 1/279) dan Muḥammad Makkī Naṣr dalam Nihāyah al-Qaul al-Mufīd fī 'Ilm al-Tajwīd (Naṣr, 1999, h. 26). Meski demikian, menurut penulis, membaca langsung atau al-qirā'ah hendaknya dikedahulukan atau boleh jadi diwajibkan untuk saat ini. Alasannya sebagaimana diungkapkan Al-Suyūṭī bahwa tidak satu pun pakar qirā'ah yang menggunakan cara al-simā', bahkan cenderung melarangnya. Perbedaan kualitas individu menjadi alasan utama. Para sahabat dengan kualitas individu yang meliputi tingkat kefasihan (faṣāhah) dan kepribadian (ṭibā'ah) yang unggul menjadikan mereka secara alami mampu membaca Al-Qur'an sebagaimana Nabi Saw. ajarkan. Selain itu, fakta Al-Qur'an turun dengan bahasa mereka (nazala bi lughātihim) juga menunjang proses al-simā' ini ('Abd al-Raḥmān, tt., h. 1/279). Maka konsekuensi dari alasan ini, cara al-simā' untuk era millenial saat ini bisa dikatakan tidak diperbolehkan, kecuali disertai dengan al-qirā'ah.

Permasalahan riwayat memang sangat penting. Hal ini karena pondasi utama dalam masalah Al-Qur'an adalah sunnah muttaba'ah. Muhsin Salim dalam komentarnya terkait riwayat Mas'ūd bin Yazīd al-Kindī di atas menjelaskan bahwa baik bacaan panjang atau pendek pada kata li al-fuqarā' sebenarnya tidak mempengaruhi arti, namun karena dalam bacaan adalah bagian dari hal-hal yang harus diikuti (sunnah muttaba'ah) sebagaimana yang ditegaskan Zaid bin Ṡābit, maka seroang murid harus mengikuti cara yang diajarkan oleh seorang guru (Salim, 2016, h. 135–136). Redaksi-redaksi seperti fa inna al-qirā'ah sunnah muttaba'ah ('Abd al-'Aẓīm, tt., h. 1/422, 450; 'Abd al-Raḥmān, tt., h. 1/211; Al-Qaṭṭān, 2000, h. 167–169; Muḥammad, 1999, h. 65, 78) ini atau al-qirā'ah manqūlah min afwāh al-rijāl al-hafaẓah (Syalabī, 1983, h. 27) sangat lazim digunakan oleh para ulama dan akan banyak dijumpai untuk menggambarkan betapa dalam masalah qirā'ah, riwayat menjadi pegangan yang paling utama. Konsepsi sunnah muttaba'ah ini oleh para ulama dan pakar qirā'ah kemudian diejawantahkan ke dalam beberapa disiplin ilmu, qirā'āt dan tajwīd al-qur'ān.

Ilmu *Qirā'āt*

Ilmu qirā'āt adalah ilmu tentang tata cara pembacaan (qirā'ah) Al-Qur'an dan beberapa hal terkait perbedaannya sesuai dengan riwayat yang diterima (Muḥammad, 1999, h. 9). Qirā'ah sendiri didefinisikan sebagai salah satu cara yang dipilih oleh seorang pakar (imām al-qirā'ah) yang berbeda dengan pakar lain dalam membaca Al-Qur'an. Terdapat 7 (tujuh) wajah bacaan Al-Qur'an yang dapat dipakai dalam melantunkan Al-Qur'an. Ketujuh wajah bacaan tersebut adalah bacaan Abū 'Amr bin al-'Alā' (w. 154 H.), imam kota Basrah; 'Abdullāh bin Kaṡīr al-Makkī (w. 120 H.), imam kota Mekkah; Nāfi' bin 'Abd al-Raḥmān al-Laiṡī (w. 169 H.), imam kota Madinah; 'Abdullāh bin 'Āmir al-Yaḥṣubī (w. 118 H.), imam kota Syam; 'Āṣim bin Abī al-Najūd (w. 128 H.); Ḥamzah bin Ḥubaib (w. 156 H.); 'Alī bin Ḥamzah al-Kisa'ī (w. 189 H.), ketiganya adalah imam kota Kufah (Al-Kūfiyyūn) (Al-Qaṭṭān, 2000, h. 172–174). Dan masing-masing ketujuh imam di atas memiliki dua orang perawi yang meriwayatkan bacaan-bacaannya.

Ada beberapa alasan yang mendasari pemilihan ketujuh imam ini. Diantaranya adalah kecocokan bacaan terhadap rasm 'uṡmānī, terkenal akan kredibilitas dan terpercaya dari segi riwayat, kepakaran dan lamanya bergelut dengan dalam bidang qirā'ah serta mendapatkan konsensus para pakar lain. Maka dipilihlah satu imam mewakili masing-masing kota (Al-Qaṭṭān, 2000, h. 165).

Uraian mengenai qirā'ah ini penting dikemukakan untuk menegaskan adanya afiliasi mazhab tertentu dalam bacaan Al-Qur'an. Pembahasan ini berimplikasi pada problematika pencampuran mazhab yang sangat dihindari para pakar qirā'ah.

Karenanya, mengetahui karakteristik jalur pembacaan yang dipakai dirasa penting sehingga tidak jatuh pada hal-hal yang dilarang oleh pakar qirā'ah, seperti dalam masalah talfīq. Keharaman talfīq ini disebabkan membaca Al-Qur'an atas qirā'ah yang tidak pernah diturunkan. Karena dasar pembacaan Al-Qur'an adalah talaqqī dan riwayat, bukan pada ijtihād dan qiyās.

Tajwid dalam Al-Qur'an

Kata tajwīd (tajwid) adalah bentuk maṣdar dari kata kerja jawwada yang memiliki arti melakukan pembacaan dengan memperindah lafal-lafalnya, bebas dari penyelewengan. Pembahasan ilmu tajwid pada intinya mencakup 4 (empat) komponen dasar yaitu, makhārij al-ḥurūf, yakni memahami 17 tempat keluarnya huruf-huruf Al-Qur'an yang dilafalkan, ṣifāt al-ḥurūf, memahami 17 sifat atau perilaku bunyi dari huruf-huruf Al-Qur'an yang dilafalkan, aḥkām al-ḥurūf, yakni memahami kepastian cara membaca huruf tertentu saat bertemu dengan huruf-huruf tertentu lainnya seperti harus dibaca iẓhār, idghām, dan cara-cara lainnya seperti madd, dan riyāḍah al-lisān, melatih lidah dengan melafalkan tiga komponen tersebut secara akurat dan cermat sehingga menjadi karakter dasar pembaca untuk seterusnya membaca Al-Qur'an seperti itu (Salim, 2016, h. 138–139).

Keharusan ilmu tajwid sendiri merupakan manifestasi dari perintah Allah dalam QS. Al-Muzzammil ayat 4,

وَرَتِّلِ الْقُرْآنَ تَرْتِيلًا

"Bacalah Al-Qur'an dengan *tartīl* yang unggul"

Karenanya para ulama sepakat menyatakan bahwa mempelajari ilmu tajwid adalah *farḍ al-kifāyah* dan mengamalkannya dalam pembacaan Al-Qur'an adalah *farḍ al-'ain*, sebagaimana orang yang tidak mengamalkannya dihukumi berdosa (Naṣr, 1999, h. 18), karena ia dianggap telah melakukan pembacaan yang tidak sesuai dengan apa yang telah diajarkan Nabi Saw. (Naṣr, 1999, h. 22).

D. MUSHAF AL-QUR'AN GRAND MAQAMAT

Atau disebut dengan Al-Qur'an Digital Talking Pen Grand Maqamat, merupakan produk pioneer yang diciptakan Al-Qolam, salah satu divisi dari PT. Hidayah Insan Mulia dalam rangka pemenuhan kebutuhan masyarakat muslim akan Al-Qur'an sekaligus "memasyarakatkan" Al-Qur'an. Al-Qolam bekerja sama dengan tenaga profesional seperti qāri' nasional-internasional serta telah mendapat pengawasan khusus dari IIQ (Institut Ilmu Qur'ani) dan legalitas dari Kementerian Agama Indonesia seperti testimoni yang diberikan oleh KH. Ahsin Sakho Muhammad, pakar

dan praktisi Al-Qur'an dan Hj. Maria Ulfah, qāri'ah internasional (https://m.youtube.com/watch?v=q25NqMAs_bA).

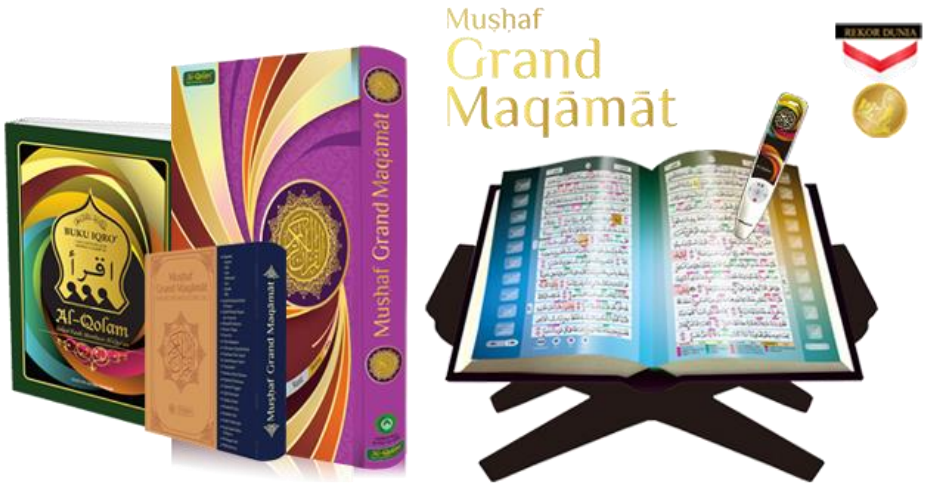
Dilansir dari situs resmi Al-Qolam dan channel youtube official, produk yang merupakan edisi pembaharu dari produk sebelumnya, Al-Qur'an Mushaf Maqamat, memiliki fitur yang lebih lengkap. Dalam setiap paket pembelian, pembeli akan mendapat satu paket yang berisi Mushaf Grand Maqamat A4, Digital Pen, Al-Qur'an Portabel, satu buku Iqra dari jilid 1-6, charger, earphone, kartu garansi, dan buku panduan manual.

Selain berupa mushaf dengan tulisan Al-Qur'an yang bisa dibaca layaknya mushaf pada umumnya, mushaf ini memiliki 24 fitur unggulan yang ditawarkan. Fitur-fitur seperti pembacaan Syaikh Mahmud Khalil Al-Husari, Syaikh Misyari Rasyid, Murattal Qari'ah Indonesia, Bacaan Tahqiq, Penjelasan Ilmu Tajwid, Contoh Bacaan Ilmu Tajwid, Ta'lim Jama' Qira'ah Sab'ah adalah ftur-fitur yang diklaim dapat membantu mempermudah kegiatan belajar membaca Al-Qur'an. Selain juga didukung dengan fitur pendalaman isi Al-Qur'an seperti Terjemah Bahasa Indonesia, Terjemah Bahasa Inggris, Tafsir Ibnu Katsir, Asababun Nuzul, Kosakata Ayat, Hadits Terkait Ayat, Kisah-Kisah Dalam Al-Qur'an, Renungan Ayat.

Untuk dapat mengakses MAGM, pengguna terlebih dahulu menyentuhkan ujung talking pen pada tulisan Al-Qolam yang terletak pada sampul depan atau logo IIQ pada sampul belakang mushaf. Setelah itu pengguna dapat menikmati konten-konten yang tersedia dengan cara menyentuhkannya pada fitur (yang akan diakses) di sebelah kiri dan kanan halaman mushaf untuk selanjutnya disentuhkan pada ayat yang dimaksud. Karenanya, setiap halaman mushaf telah didesain sedemikian rupa sehingga mampu mengakses setiap fitur yang disajikan di dalamnya. Nuansa luar dan dalam mushaf yang fullcolour juga telah disesuaikan dengan fungsi fitur, dengan khaṭ dan huruf-huruf yang besar dan jelas, sehingga nyaman dipandang, meski digunakan untuk waktu yang lama. Untuk menghentikan fitur yang dijalankan, cukup dengan menyentuhkan pada halaman yang kosong. Cara yang sama, dengan menyentuhkan ujung talking pen Al-Qolam, juga berlaku pada penggunaan buku Iqra.

Sejauh yang penulis ketahui dari beberapa video yang dimuat pada laman resmi Al-Qolam, MAGM memang mudah untuk digunakan apalagi oleh masyarakat yang hampir seluruhnya melek teknologi seperti saat ini. Seperti pada fitur Penjelasan Ilmu Tajwid, pengguna hanya perlu menyentuhkan talking pen pada kotak bertuliskan nama fitur, untuk kemudian menyentuhkannya pada bagian berwarna khusus yang telah disesuaikan dengan hukum bacaan dalam ilmu tajwid, maka akan terputar voice recorded berisi ulasan yang jelas disertai dengan contoh bacaannya: bacaan pada tulisannya dan bacaan semestinya. Seperti pada ayat yang tertulis āyātun bayyinātun,

akan dibacakan dengan dua versi yaitu versi pertama dibaca sesuai dengan tulisan yang ada (āyātun bayyinātun), dan versi kedua dibaca sesuai dengan hukum bacaannya (*āyātumbayyinātun*).



Gambar 1. Mushaf Al-Qur'an Grand Maqamat

E. PROBLEMATIKA MUSHAF GRAND MAQAMAT

Berdasar pada informasi-informasi yang telah penulis himpun melalui kajian kepustakaan terhadap beberapa literatur ilmu-ilmu Al-Qur'an berkenaan dengan riwayat, urgensinya, maksud dan tujuan riwayat dalam Al-Qur'an; tajwid dan permasalahan qirā'ah yang muncul atas dasar riwayat-riwayat Nabi Saw., masalah utama terdapat pada eksistensi riwayat yang bertumpu pada sisi taḥammul. Mengacu pada penjelasan Ṣubḥi al-Ṣāliḥ dalam Mabāḥiṡ-nya (Al-Ṣāliḥ, 1977, h. 250) tentang pentingnya mengaji kepada seorang guru, diperkuat dengan redaksi-redaksi seperti al-qirā'ah manqūlah min afwāh al-rijāl al-hafaẓah (Syalabī, 1983, h. 27) dan fa inna al-qirā'ah sunnah muttaba'ah ('Abd al-'Aẓīm, tt., h. 1/422, 450; 'Abd al-Raḥmān, tt., h. 1/211; Al-Qaṭṭān, 2000, h. 167–169; Muḥammad, 1999, h. 65, 78), maka melihat kecenderungan penggunaan MAGM yang mandiri, artinya melakukan pembelajaran tanpa disertai dengan talaqqī, maka hendaknya perlu diadakan adanya pembekalan pada setiap pengguna yang hendak mengakses Mushaf Maqamat.

Terlebih setelah melihat ulasan Ḥusni Syaikh 'Uṡmān, "Adapun jika seseorang menyandarkan bacaannya pada isi kitab, atau mengikuti apa yang didengarnya dari para qāri' di radio tanpa talaqqī dan musyāfahah, maka dia telah merusak salah satu dari tiga rukun qirā'ah yang sahih, dan bacaannya termasuk dalam kategori pendustaan terhadap riwayat bacaan Al-Qur'an." Uraian 'Uṡmān ini sekaligus menangkis

kejanggalan yang mungkin timbul dibenak sebagian pembaca, "Bukankah metode al-simā' adalah salah satu jalan dalam taḥammul yang dibenarkan, maka mestinya MAGM sudah tercover dalam hal ini?" ('Uśmān, 1998).

Terkait permasalahan Tajwid yang mencakup empat hal, makhārij al-ḥurūf, ṣifāt al-ḥurūf, hukum-hukum bacaan, dan riyāḍah al-lisān, maka menurut hemat penulis, MAGM memiliki kelemahan pada tiga hal selain pada riyāḍah. Hal ini mengacu pada penjelasan Al-Suyūṭī mengenai ma'rifah al-kaifiyyah (mengetahui tata cara atau bagaimana hal itu dilakukan) dan mengkomparasikannya pada penjelasan di dalam Taisīr al-Tartīl bahwa beberapa hukum bacaan tidak dapat diakses kecuali melalui pengamatan langsung terhadap mulut seorang guru yang memperagakannya seperti al-rawm, al-isymām, al-fatḥ, al-imālah, dan al-taqlīl (Dewan Murid, 2006, h. 9).

Tulisan 'Abd al-Raḥmān menyangkut perihal Tajwid berikut ini agaknya dapat memuaskan sebagian pembaca, "Kadang muncul sebagian pertanyaan, "Jika demikian, lantas apa faedah literatur tajwid? Jawabannya: literatur-literatur tajwid adalah media sekunder yang difungsikan sebagai pembantu (isti'ānah), memberikan definisi-definisi permasalahan (al-ḍabṭ) dan acuan hafalan. Yang menjadi pokok adalah (apa yang diperagakan dari) mulut-mulut para guru" (Dewan Murid, 2006, h. 24).

Baik dalam permasalahan riwayat dan tajwid, kesesuaian produk terletak pada kemampuannya sebagai media pendamping pembelajaran dan bukan acuan utama. Ibarat buku-buku ilmu tajwid, maka MAGM ibarat buku tersebut. Sehingga dalam realitanya tetap harus disertai dengan adanya talaqqī kepada seorang guru. Bila diperhatikan secara mendalam, dasar problematika dalam MAGM selalu merujuk pada ketiadaan riwayat yang ditempuh melalui proses talaqqī.

Selain dua permasalahan di atas, kasus qirā'ah sab'ah agaknya punya implikasi masalah yang lebih mendalam terkait sebuah riwayat. Semua bacaan yang diriwayatkan oleh para imam berasal dari riwayat kepada guru, dari guru-gurunya, sampai kepada Nabi Saw. Sehingga apabila dilakukan pembelajaran tanpa adanya pantauan seorang guru maka selain jalur kekosongan riwayat, kemungkinan terjadinya talfīq sangat besar mengingat banyaknya macam versi bacaan yang ada. Kendati masalah qirā'ah sab'ah yang ditimbulkan produk ini nantinya tidak begitu banyak muncul di masyarakat karena beberapa faktor.

F. MUSHAF MAQAMAT DALAM PERSPEKTIF KONSUMERISME BAUDRILLARD

Sejak kemunculannya pada pertengahan tahun 1990-an, secara berangsur-angsur *cyber religion* telah mengalami perkembangan yang cukup pesat hingga saat ini. *Cyber religion* atau upaya memasukkan agama ke dalam dunia *cyber* atau dunia yang tidak benar-benar nyata. Dalam catatannya, Halim yang mengutip dari Brasher menyebutkan

bahwa *cyber religion*, atau yang kini lebih populer disebut sebagai *digital religion* telah memunculkan secara bertahap praktik-praktik dan gagasan baru dalam beragama yang diinspirasi alat-alat elektronik (Halim, 2018, h. 16–20).

Dunia Al-Qur'an sendiri menunjukkan adanya gejala perubahan sebagaimana dijelaskan oleh Halim. Meskipun dalam sejarahnya, kehadiran Al-Qur'an di tengah-tengah masyarakat selalu mengikuti perkembangan teknologi yang ada, dari teknologi yang paling sederhana ketika dahulu hadir melalui tulisan manual di atas kertas berbahan kulit hewan atau pelepah kurma (Faizin, 2012, h. 87–91), hingga kini mewujud dalam piranti-piranti digital atau virtual khas aplikasi-aplikasi Al-Qur'an.

Teknologi digital hari ini telah menjadi bagian tak terpisahkan dari masyarakat, termasuk komunitas muslim. Sebagai makhluk berbudaya, fakta kelekatan ini lantas memunculkan usaha-usaha untuk mengintegrasikan teknologi digital dengan segala lini kehidupan, termasuk agama yang didalamnya mencakup Al-Qur'an. Maka faktor-faktor ini lah yang menjelaskan mengapa MAGM dinilai sebagai sebuah produk yang hadir dalam momentum yang tepat. Karena ia diklaim sebagai produk yang *up to date* dengan perkembangan zaman, selain karena faktor kemudahan yang diberikannya dalam proses pembelajaran Al-Qur'an.

Namun demikian, ketepatan MAGM dengan perkembangan mutakhir dalam media pembelajaran Al-Qur'an, dalam perspektif konsumerisme Baudrillard, sangat berpotensi menjadikannya sebagai bagian dari gaya hidup (*life style*). Hal ini didasarkan pada kecenderungan minat masyarakat terhadap segala sesuatu yang berbau digital, termasuk pada identifikasi dan diferensiasi individu dalam cara-cara beragama sebagaimana fenomena *digital religion*. Maka penggunaan MAGM oleh masyarakat sangat mungkin didorong oleh pengutamaan nilai tukar (*exchange value*) daripada nilai kegunaan (*use value*) produk itu sendiri. Sehingga penggunaannya tidak lagi menganut asas kebutuhan (*needs*), melainkan beralih kepada pemenuhan hasrat (*desire*).

Pada gilirannya, adanya pertukaran nilai dan pergeseran paradigma ini akan memunculkan ekses-ekses negatif seperti usaha Kapitalisme dalam melakukan upaya komersialisasi komodifikasi. Seperti fakta yang telah disajikan Nugraha dalam beberapa produk evolusi pembelajaran Al-Qur'an yang lain. Dimana masing-masing produk memberikan penambahan jumlah fitur-fitur dan tema-tema tertentu di dalamnya (Nugraha, 2015, h. 305–312), demikian juga dengan MAGM. Sebuah mushaf tidak hanya berisi ayat-ayat Al-Qur'an tetapi juga ditambahkan fitur-fitur lainnya seperti aneka ragam *qira'ah*, penjelasan ilmu Tajwid, terjemah, tafsir dan lain sebagainya. Sedangkan tema mushaf, jika melihat dominasi dan ragam fitur andalan yang ditawarkan, maka layak jika MAGM menyandang tema mushaf perangkat digital berbasis ilmu bantu membaca dan ilmu telaah dalam Al-Qur'an.

Upaya komersialisasi komodifikasi ini dalam praktiknya juga ditunjang dengan kekuatan media dalam melakukan *shaping* terhadap budaya konsumerisme masyarakat. Melalui sebuah video tutorial yang diunggah dalam *channel YouTube*, MAGM diperkenalkan sekaligus diberikan landasan legitimasi melalui testimoni para pakar dan ahli Al-Qur'an yang diwakili oleh KH. Ahsin Sakho Muhammad dan Hj. Maria Ulfah, *qāri'ah* internasional. Kekuatan legitimasi ini diharapkan dapat memperkuat posisi kehadiran produk sekaligus melemahkan pihak-pihak yang hendak melakukan kritik terhadap kapabilitas produk dalam proses pembelajaran Al-Qur'an sesuai dengan kajian yang telah penulis paparkan sebelumnya seputar problematikan MAGM.

G. KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam proses pembelajaran Al-Qur'an, riwayat telah mengambil posisi utama. Riwayat ditempuh melalui proses-proses tertentu dimana seorang muta'allim (pelajar) secara langsung ngaji kepada seorang guru atau muqri'. Pentingnya unsur riwayat ini demi menjaga kesucian Al-Qur'an, otentisitasnya, dari hal-hal yang tidak diinginkan. Memang tidak ada salahnya, dalam sebuah proses belajar dan mengajar menggunakan metode atau media tertentu yang dapat digunakan sebagai alat bantu yang memudahkan. Namun demikian perlu diingat bahwa dimunculkannya media-media bantu tersebut hanya sebatas alat bantu. Sehingga tidak diperkenankan adanya pengikisan terhadap nilai-nilai penting sebuah pembelajaran. Mushaf Al-Qur'an Grand Maqamat adalah satu dari kesekian media pembelajaran Al-Qur'an yang diciptakan guna mempermudah sebuah proses pembelajaran.

Kesesuaian produk terhadap semangat zaman agaknya harus tetap disikapi secara skeptis melalui pemberlakuan kajian-kajian terkait. Karena jika melihat kecanggihan fitur yang disediakan, agaknya telah melebihi ekspektasi pemerhati Al-Qur'an dari sisi kemudahan yang ditawarkan, yang dalam praktiknya tetap harus mengedepankan cara-cara yang dibenarkan. Hal ini sejalan dengan kritik Baudrillard terhadap Kapitalisme yang selalu berupaya melanggengkan usahanya dalam pembentukan budaya konsumerisme melalui komodifikasi dan kekuatan media.

Kajian yang telah penulis lakukan tidak hanya secara spesifik ditujukan pada Mushaf Al-Qur'an Grand Maqamat. Penyebutan produk lebih dimaksudkan sampling terhadap tools pembelajaran Al-Qur'an secara umum. Hal ini didasarkan pada kelengkapan fitur, detail dan kemudahannya serta restu produk dari pihak-pihak otoritatif. Aplikasi dengan basis serupa juga menjadi sasaran kajian ini. Melihat tingkat apresiasi masyarakat terhadap metode pembelajaran Al-Qur'an tradisional seperti pesantren-pesantren, majelis pengajian dan guru-guru privat, masih terbilang

tinggi agaknya masalah seperti ini tidak menjadi masalah yang cukup serius. Namun bukan tidak mungkin dapat berubah dikemudian hari.

H. DAFTAR PUSTAKA

'Abd al-'Aẓīm, M. al-Zarqānī. (n.d.). *Manāhil al-'Irfān fī 'Ulūm al-Qur'ān*. Maṭba'ah "Īsa al-Bābiy al-Ḥalabiy.

'Abd al-Raḥmān, bin A. B. J. al-Dīn al-Suyūṭī. (n.d.). *Al-Itqān fī 'Ulūm al-Qur'ān*. Wizārah al-Syuūn al-Islāmiyyah wa al-Auqāf wa al-Da'wah wa al-Irsyād.

Akbar, A. (2011). Pencetakan Mushaf Al-Qur'an di Indonesia. *2011*, *4*, 271–287.

Al-Qaṭṭān, M. K. (2000). *Mabāḥiṡ fī 'Ulūm al-Qur'ān*. Maktabah Wahbiyyah.

Al-Ṣāliḥ, S. (1977). *Mabāḥiṡ fī 'Ulūm al-Qur'ān*. Dār al-'Ilm li al-Malāyīn.

Al-Ṭaḥḥān, M. (1415). *Taisīr Muṣṭalaḥ al-Ḥadīṡ*. Markaz al-Madani li al-Dirāsāt.

Amal, T. A. (2011). *Rekonstruksi Sejarah Al-Quran*. Divisi Muslim Demokratis Yayasan Abad Demokrasi.

Azwar, M. (2014). Teori Simulakrum Jean Baudrillard dan Upaya Pustakawan Mengidentifikasi Informasi Realitas. *Januari-Juni 2014*, *2*, 38–48.

Bakti, I. S., Nirzalin, & Alwi. (2019). Konsumerisme dalam Perspektif Jean Baudrillard. *Desember 2019*, *13*, 146–165.

Baudrillard, J. P. (2011). *Masyarakat Konsumsi*. Kreasi Wacana.

Demartoto, A. (2009). Membedah Gagasan Post Modernisme Baudrillard: Realitas Semu. *2009*, *21*, 12–20.

Dewan Murid. (2006). *Taisīr al-Tartīl li Tilāwah al-Tanzīl*. MGS.

Fadlilah, A. R. (n.d.). *Kritik Konsumerisme di Era Posmodern*. Program Kaderisasi Ulama.

Faizin, H. (2012). *Sejarah Pencetakan Al-Qur'an*. Era Baru Pressindo.

Fakhruroji, Moch. (2010). Komodifikasi Agama sebagai Masalah Dakwah. *Juli-Desember 2010*, *5*, 1–18.

Fernandez, P. W. (2011). Komodifikasi Perempuan dalam Iklan Televisi. *Juni 2011*, *8*, 60–80.

Halim, Abd. (2018). *Wajah Al-Qur'an di Era Digital*. Sulur Pustaka.

Hidayat, S. (2016). Al-Qur'an Digital (Ragam, Permasalahan dan Masa Depan). *Desember 2016*, *1*, 1–40.

'Itr, N. al-Dīn. (1979). *Manhaj al-Naqd fī 'Ulūm al-Ḥadiṡ*. Dār al-Fikr.

Kasman, S. (2011). Komodifikasi Kesenian Tradisional: Wacana Estetika Posmodern dalam Pariwisata. *November 2011*, *13*, 163–174.

Muḥammad, bin M. bin Y. al-Jazarī. (1999). *Munjid al-Muqri'īn wa Mursyid al-Ṭālibīn*. Dār al-Kutub al-'Ilmiyyah.

Naṣr, M. M. A.-J. (1999). *Nihāyah al-Qaul al-Mufīd fī 'Ilm al-Tajwīd*. Maktabah Al-Ṣafa.

Nugraha, E. (2014). Saat Mushaf Al-Qur'an Menjadi Komoditas. *April 2014*, *15*, 741–760.

Nugraha, E. (2015). Tren Penerbitan Mushaf dalam Komodifikasi al-Qur'an di Indonesia. *Januari-Juni 2015*, *2*, 301–321.

Rahmayani, T. (2018). Pergeseran Otoritas Agama dalam Pembelajaran Al-Qur'an. *Juli-Desember 2018*, *3*, 189–201.

Salim, M. (2016, September). *Pengembangan Pembelajaran Ilmu Tajwid di Lembaga Pendidikan Islam Indonesia (Evaluasi dan Gagasan)*. International Conference on The Holy Qur'an, Aryaduta-Jakarta.

Saumantri, T., & Zikrillah, A. (2020). Teori Simulacra Jean Baudrillard dalam Dunia Komunikasi Media Massa. *Desember 2020*, *11*, 247–260.

Starrett, G. (1995). The Political Economy of Religious Commodities in Cairo. *Maret 1995*, *97*, 51–68.

Stellarosa, Y., & Ikhsano, A. (2015, September 17). *Media dan The Shaping of Consumer Society in Jakarta*. 2nd Global Conference on Business and Social Science-2015, Bali, Indonesia.

Syalabī, 'Abd al-Fattāḥ Ismā'il. (1983). *Rasm al-Muṣḥaf al-'Uṡmānī*. Dār al-Syurūq.

'Uṡmān, H. S. (1998). *Ḥaqq al-Tilāwah*. Dār al-Manārah.

Al Qolam: Alquran Mushaf Grand Maqamat –Produk Terbaru dari Alqolam (2019), available from https://m.youtube.com/watch?v=q25NqMAs_bA