

Menyingkap Makna Kata *Amānī* dan Derivasinya dalam Al-Qur'an serta Relevansinya terhadap Distorsi Realita di Media Sosial.

Agniya Rihadatul Aisy¹, Dadang Darmawan², Irma Riyani³

¹UIN Sunan Gunung Djati Bandung; agniyarihadatulaisy65@gmail.com

²UIN Sunan Gunung Djati Bandung; dadangdarmawan@uinsgd.ac.id

³UIN Sunan Gunung Djati Bandung; irmariyani@uinsgd.ac.id

* Correspondence

Abstract: Social media is a platform that displays various information, both political information or even users' daily activities. So that social media not only has a positive impact, but also has a bad influence on its users, including the distorted reality due to information that leads too much opinion and often changes the user's view. This concept is closely related to the concept of the word *Amānī* in the Qur'an. The method used in this study is descriptive analysis and qualitative research, with data analysis techniques using encyclopedic semantic methods to study word concepts in the Qur'an. The purpose of this study is to uncover the basic meaning and relational meaning of the word *Amānī* in the Qur'an, as well as to find out the concept of the word *Amānī* in the Qur'an and its relevance related to the influence of social media on the distortion of reality. The basic meaning of the word *Amānī* found in the dictionary is destiny, but when the form of the word is different, it will mean wishful thinking. The pre-Qur'anic relational meaning of the word *Amānī* shows a connotation that tends to be positive, namely courage, ideals, hopes and wishful thinking. Meanwhile, in the Qur'anic period, it shows negative connotations, namely wishful thinking, deceit, envy, Satan's temptations, stupidity, and semen. So that from this meaning the concept of the word *Amānī* is formed, namely, the source and cause of wishful thinking, the result of wishful thinking, and the outward form of wishful thinking. This concept is very relevant to the impact that social media has on the distortion of reality.

Keywords: *Amānī; distortion of reality; encyclopedic semantics; social media; wishful thinking.*

Abstrak: Media sosial merupakan platform yang menampilkan berbagai informasi, baik informasi politik atau bahkan kegiatan sehari-hari pengguna. Sehingga media sosial tidak hanya memberikan dampak positif, tetapi juga memberikan pengaruh buruk bagi penggunanya, diantaranya adalah distorsi realita akibat informasi yang terlalu menggiring opini dan sering kali mengubah pandangan pengguna. Konsep ini sangat berkaitan erat dengan konsep kata *Amānī* dalam Al-Qur'an. Metode yang digunakan dalam penelitian ini bersifat deskriptif analisis dan berjenis penelitian kualitatif, dengan Teknik analisis data menggunakan metode semantic ensiklopedik untuk mengkaji konsep kata dalam Al-Qur'an. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengungkap makna dasar dan makna relasional kata *Amānī* dalam Al-Qur'an, serta untuk mengetahui konsep kata *Amānī* dalam Al-Qur'an relevansinya terkait pengaruh media sosial terhadap distorsi realita. Makna dasar kata *Amānī* yang ditemukan dalam kamus adalah takdir, namun ketika bentuk katanya berbeda akan bermakna angan-angan. Makna relasional pra-Qur'anik kata *Amānī* menunjukkan konotasi yang cenderung positif yaitu keberanian, cita-cita, harapan dan angan-angan. Sedangkan pada masa Qur'anik menunjukkan konotasi yang negatif yaitu angan-angan, tipu daya, iri hati, godaan setan, bodoh, dan air mani. Sehingga dari makna tersebut terbentuk konsep kata *Amānī* yaitu, sumber dan penyebab angan-angan, akibat dari angan-angan, dan wujud lahiriah angan-angan. Konsep tersebut sangat relevan dengan dampak yang ditimbulkan oleh media sosial terhadap distorsi realita.

Kata Kunci: *Amānī; angan-angan; distorsi realita; media sosial; semantik ensiklopedik.*

PENDAHULUAN

Media sosial sebagai platform yang memberikan berbagai informasi, baik tentang politik, tragedi yang sedang terjadi, atau bahkan kehidupan pribadi yang dimiliki oleh penggunanya. Berbagai informasi yang ditampilkan dalam media sosial tidak hanya memiliki dampak baik saja, namun juga mampu memberikan dampak buruk seperti distorsi terhadap realita. Sebagaimana berita palsu yang sering ditampilkan dalam media untuk menggiring opini masyarakat untuk mendapatkan iklan yang lebih banyak (Iufereva, 2023).

Media sosial sangat mirip dengan cermin yang ada dalam rumah bermain, merefleksikan dan membengkokkan pengertian kolektif tentang apa yang normatif, dan membuat penggunanya tidak dapat melihat diri mereka dalam versi realitas yang sebenarnya, melainkan dalam bentuk yang diciptakan oleh norma-norma ilusi. Hal ini juga diperkuat dengan desain dan algoritma yang memprioritaskan konten yang menarik (Robertson et al., 2024). Seperti menampilkan kehidupan pribadi artis atau influencer yang mempertontonkan kehidupan yang dibuat seolah sangat indah sehingga membuat penggunanya merasa bahwa kehidupan yang dimiliki oleh orang-orang yang ada dalam media sosial merupakan standar yang harus dikejar dalam kehidupan nyata (Elfadl, 2023). Sehingga memberikan dampak kepada penggunanya untuk terus membandingkan dirinya dengan apa yang ditampilkan oleh orang-orang dalam media sosial. Budaya membandingkan ini juga dapat memicu sifat iri hati dan juga insecure dalam diri pengguna media sosial (Vogel et al., 2014).

Konten yang dibuat di media sosial seperti Facebook dapat membentuk persepsi penerima informasi terpengaruhi oleh faktor-faktor seperti ketakutan. Distorsi ini juga dapat meluas ke dalam persepsi kebahagiaan, karena menjadikan kebahagiaan yang ditampilkan dalam media sosial sebagai tolak ukur kebahagiaan sehingga menyebabkan perasaan tidak mampu mewujudkan kebahagiaan sebagaimana yang dirasakan oleh orang lain (Elfadl, 2023).

Dampak dan pengaruh yang ditimbulkan dalam penggunaan media sosial memiliki kaitan yang sangat erat dengan konsep yang muat Al-Qur'an terhadap penggunaan kata *Amānī*. Dalam bahasa Arab kata *Amānī* sering dimaknai dengan angan-angan, namun makna *Amānī* yang ditujukan dalam Al-Qur'an lebih luas dan juga beragam, diantaranya adalah angan-angan kosong dan juga iri hati. Makna yang ditujukan ini sangat relevan dengan dengan dampak yang diberikan media sosial terhadap kehidupan penggunanya.

Dalam Al-Qur'an kata *Amānī* ditemukan sebanyak 20 kali dalam 18 ayat dan 11 surat yang berbeda dan makna yang berbeda sesuai dengan konteks ayat. Dalam QS. An-Nisa ayat 32 kata *Amānī* dimaknai dengan iri hati. Menurut Hamka dalam Tafsirnya, angan-angan merupakan cara berpikir manusia terhadap sesuatu yang sulit untuk dicapai oleh dirinya sendiri. Akibatnya angan-angan menimbulkan perasaan iri, dengki benci, dan mengomel terhadap takdir yang dimilikinya (Amrullah, 1965). Sehingga makna iri hati yang dimuat dalam QS. An-Nisa ayat 32 ini berkaitan dengan akibat yang ditimbulkan dari angan-angan yang dimiliki oleh manusia.

Menurut Quraish Shihab makna kata *Amānī* sangat beragam, di antaranya adalah bacaan, dongeng, angan-angan, dan juga kebohongan. Namun makna ini memiliki hubungan antara satu dengan yang lainnya. Bacaan tanpa adanya usaha untuk memahami apa yang dibaca akan menghantarkan pada sebuah kebohongan. Ketika seseorang berbohong, hakikatnya dia mengharapkan apa yang disampaikan merupakan sebuah kebenaran. Sehingga makna yang dimuat dalam kata *Amānī* memiliki koneksi antara satu dengan yang lainnya.

Maka dari itu, penulis berusaha untuk meneliti makna kata *Amānī* karena dalam penggunaannya dan dalam penafsiran Al-Qur'an memiliki makna yang sangat kompleks dan beragam. Sehingga dalam penulisan ini penulis menggunakan pendekatan semantik untuk mengkaji makna secara mendalam dan secara komprehensif. Semantik Al-Qur'an bersifat spesifik berfokus untuk mengkaji kata-kata yang memiliki makna dan konsep. Salah satu ilmuwan yang menerapkan analisis semantik dalam mengkaji Al-Qur'an adalah Toshihiko Izutsu. Namun dalam semantik Izutsu ini memiliki beberapa kritik karena dianggap terlalu menyederhanakan isi kandungan Al-Qur'an (Fadhilah & Nugroho, 2023). Selain itu, sebagai seorang outsider, semantik yang ditawarkan Izutsu ini memiliki corak khas Barat yang memandang Al-Qur'an sebagai teks dalam kerangka filsafat bahasa dan semiotika modern.

Dalam perkembangannya, sarjana muslim mengembangkan metode yang dikemukakan Izutsu, diantaranya adalah Semantik Ensiklopedik yang merupakan gabungan antara semantik Izutsu dan juga metode tafsir Maudhu'i yang merupakan kajian pemikiran islam. Dalam semantik ensiklopedik makna bergerak dari keseluruhan menuju pemahaman yang mendalam mengenai partikular dalam Al-Qur'an. Selain itu semantik ensiklopedik juga diarahkan untuk menjawab dari tiga pertanyaan mendasar mengenai konsep dalam Al-Qur'an, yaitu apa, bagaimana, dan mengapa (Darmawan et al., 2020).

Penelitian-penelitian sebelumnya tentang kata *Amānī* dalam Al-Qur'an telah dilakukan di antaranya oleh (Mustaqim, 2017), (Rohmana, 2019), dan (Zulaeha & Radiana, 2019), namun kajian yang secara spesifik menganalisis kata *Amānī* secara komprehensif menggunakan semantik ensiklopedik sekaligus mengaitkannya dengan fenomena media sosial kontemporer masih belum ditemukan. Inilah kesenjangan yang hendak diisi oleh penelitian ini.

Untuk mengisi kesenjangan tersebut, penelitian ini mengajukan tiga pertanyaan utama: (1) Bagaimana makna dasar dan makna relasional kata *Amānī* dalam Al-Qur'an? (2)

Bagaimana konsep *Amānī* yang terbentuk dari analisis semantik ensiklopedik? (3) Bagaimana relevansi konsep *Amānī* dengan pengaruh media sosial terhadap distorsi realita?

Penelitian ini bertujuan mengungkap makna dasar dan makna relasional kata *Amānī* dalam Al-Qur'an, merumuskan konsepnya melalui pendekatan semantik ensiklopedik, serta menganalisis relevansinya dengan fenomena yang ditimbulkan di media sosial. Signifikansi penelitian ini terletak pada kontribusinya dalam mengembangkan kajian semantik Al-Qur'an yang bersifat integratif antara ilmu tafsir dan kajian sosial kontemporer. Kebaruan (*novelty*) penelitian ini adalah penerapan pendekatan semantik ensiklopedik untuk menganalisis kata *Amānī* secara komprehensif sekaligus mengontekstualisasikannya dalam realita digital abad ke-21.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi pustaka (*library research*) yang bersifat deskriptif-analitis (Zed, 2008). Jenis penelitian ini dipilih karena sumber data yang dianalisis sepenuhnya berupa teks—baik teks Al-Qur'an, kamus, syair, kitab tafsir, maupun artikel ilmiah—tanpa melibatkan pengumpulan data lapangan.

Sumber data dibagi menjadi dua jenis. Sumber primer mencakup Al-Qur'an al-Karim beserta terjemahannya, kamus-kamus bahasa Arab klasik (*Mu'jam Maqayis al-Lughah*, *al-Mufradat fi Gharib al-Qur'an*, *Lisan al-Arab*, *Mu'jam al-Furuq*), serta kumpulan syair pra-Islam (*diwan*) yang memuat kata *Amānī* dan derivasinya. Sumber sekunder meliputi kitab-kitab tafsir (*Tafsir al-Azhar*, *Tafsir al-Misbah*, *Tafsir Fi Zhilalil Qur'an*, *Tafsir al-Munir*), buku-buku semantik Al-Qur'an, serta artikel jurnal ilmiah yang relevan dengan kajian ini.

Pencarian literatur dilakukan melalui database Google Scholar, JSTOR, dan repositori digital perpustakaan UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Kata kunci yang digunakan meliputi: *Amānī*, *tamanī*, *semantik Al-Qur'an*, *semantik ensiklopedik*, *Izutsu*, *distorsi realita*, *media sosial*, *wishful thinking*, dan kombinasinya. Kriteria inklusi literatur: (1) artikel jurnal ilmiah, prosiding, buku akademik, atau kitab tafsir klasik yang relevan; (2) untuk artikel jurnal, diprioritaskan publikasi dari tahun 2015 hingga 2025 (70-80%); (3) untuk sumber primer kamus dan tafsir, tidak dibatasi tahun karena bersifat klasik. Kriteria eksklusi: sumber non-akademik (blog, Wikipedia, media populer) dan artikel yang tidak relevan dengan tema semantik Al-Qur'an atau media sosial.

Analisis data dilakukan menggunakan metode semantik ensiklopedik yang dikembangkan oleh (Darmawan et al., 2020) sebagai pengembangan atas semantik Izutsu dengan mengintegrasikan metode tafsir maudu'i (Al-Farmawi, 1977). Langkah-langkah analisis meliputi: (1) inventarisasi seluruh ayat yang mengandung kata *Amānī* dan derivasinya; (2) penentuan makna dasar melalui penelusuran kamus Arab klasik; (3) penentuan makna relasional melalui kajian sinkronik-diakronik (pra-Qur'anik dan Qur'anik) dengan menganalisis hubungan kata dalam konteks ayat dan syair; (4) perumusan konsep *Amānī* dalam Al-Qur'an; dan (5) analisis relevansi konsep tersebut dengan fenomena distorsi realita di media sosial berdasarkan temuan kajian psikologi sosial dan komunikasi digital (Creswell, 2014).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sekilas Tentang Semantik Al-Qur'an

Sejarah semantik

Penggunaan istilah makna pertama kali digunakan oleh Aristoteles pada masa 384-322SM. Namun istilah makna dijadikan sebagai sebuah kajian pertama kali oleh C. Chr. Reisig pada tahun 1825 dan disebut sebagai pertumbuhan pertama dengan istilah *underground period* (Aminuddin, 2022). Perkembangan semantik pada periode kedua ditandai dengan adanya karya dari Michel Breal pada tahun 1883 yang menjadikan semantik sebagai ilmu yang murni historis. Kemudian pada periode ketiga semantik ditandai dengan gagasan yang dikembangkan oleh Ferdinand de Saussure dalam bahan ajar kuliah pada tahun 1916 (Chaer, 1995). Dalam perkembangan linguistik modern, semantik kemudian diperluas oleh Ullmann (1972) menjadi kajian tentang hubungan antara tanda dan makna.

Dalam bahasa Arab, semantik berkembang ketika kesadaran para linguis dalam memahami ayat-ayat Al-Qur'an dan untuk menjaga kemurnian bahasa Arab. Sehingga dalam bahasa Arab kajian semantik disebut dengan Ilmu Dilalah yang dimulai sejak abad kedua Hijriah yang dipelopori oleh al-Khalil bin Ahmad al-Farahidi dalam Kitab al-Ain (Matsna, 2016). Perkembangan ilmu ini turut didorong oleh kebutuhan para mufasir untuk memahami Al-Qur'an secara mendalam, sehingga melahirkan tradisi leksikografi Arab yang kaya (Baalbaki, 2014). Semantik merupakan ilmu yang paling dekat dengan penelitian tafsir. Adapun pelopor dalam menafsirkan Al-Qur'an menggunakan pendekatan atau metode semantik adalah Toshihiko Izutsu yang merupakan ilmuan asal Jepang.

Semantik al-Qur'an

Semantik merupakan ilmu yang paling dekat dengan penelitian tafsir, karena semantik dapat memfokuskan penelitian terhadap pemaknaan kata yang kemudian dibentuk menjadi sebuah konsep dari pemaknaan kata tersebut (Zulaeha & Radiana, 2019). Salah satu peneliti yang mencetuskan semantik sebagai salah satu metode dalam menafsirkan makna yang terkandung dalam Al-Qur'an adalah Toshihiko Izutu. Menurutnya tujuan kajian Al-Qur'an dengan pendekatan semantik adalah untuk mengungkap jenis ontology Al-Qur'an yang bersifat dinamis melalui analisis dan metodologi terhadap konsep-konsep utama yang membentuk visi Qur'ani tentang alam semesta (Izutsu, 1997). Selain itu, Izutsu juga menekankan pentingnya kajian semantik yang mencakup sejarah penggunaan kosakata dalam suatu bahasa guna memahami perkembangan makna yang terjadi pada kata-kata tersebut.

Langkah-langkah dalam penelitian makna Al-Qur'an menurut Izutsu yaitu, memilih kata yang menjadi fokus utama dalam penelitian, menentukan makna dasar dan makna relasional dari kata yang dipilih, mengungkap historis dari kata dengan pendekatan sinkronik-diakronik, kemudian menetapkan medan semantik dan menjelaskan weltanschauung Al-Qur'an. Pendekatan ini relevan dengan teori semantik kognitif (Cruse, 2000) yang menekankan bahwa makna tidak berdiri sendiri melainkan terbentuk dalam jaringan hubungan konseptual.

Semantik ensiklopedik

Dalam perkembangan semantik Al-Qur'an, ditemukan beberapa kritik terhadap gagasan semantik Al-Qur'an yang ditawarkan Izutsu, di antaranya adalah semantik versi Izutsu terlalu menyederhanakan isi kandungan Al-Qur'an yang sebetulnya sangat rumit, mengabaikan referensi yang bersumber dari hadis dan kitab-kitab tafsir, terlalu bertumpu pada model penelitian khas Barat dan mengabaikan model penelitian Islam yang digunakan dalam menafsirkan Al-Qur'an (Fadhilah & Nugroho, 2023). Sebagai seorang *outsider*, Izutsu memandang Al-Qur'an dalam kerangka filsafat bahasa dan semiotika modern, sehingga nuansa keislaman dalam kajiannya menjadi kurang menonjol. Kritik serupa juga disampaikan oleh (Saeed, 2006) yang menekankan perlunya pendekatan kontekstual yang lebih peka terhadap tradisi tafsir Islam.

Sehingga dalam perkembangannya, para sarjana muslim berupaya menyempurnakan gagasan semantik Izutsu dengan menggabungkannya dengan metode maudhu'i yang bersifat keislaman yaitu semantik ensiklopedik. Dalam metode semantik ensiklopedik akan diarahkan untuk menjawab pertanyaan mendasar mengenai konsep dalam Al-Qur'an, yaitu apa, bagaimana dan mengapa (Darmawan et al., 2020). Kajian-kajian terkini yang mengaplikasikan metode serupa antara lain dilakukan oleh (Mustaqim, 2017) pada konsep *islāh* dalam Al-Qur'an dan oleh (Rohmana, 2019) pada kosakata alam dalam tafsir Sunda. Dengan demikian, semantik ensiklopedik menawarkan kajian yang lebih komprehensif, kontekstual, dan sesuai dengan tradisi keilmuan Islam. Adapun langkah-langkah dalam semantik ensiklopedik adalah menentukan kata dan menjelaskan mengapa tema tersebut dipilih, mengumpulkan ayat beserta derivasinya, melakukan riset yang bertujuan untuk mengumpulkan bahan untuk menentukan makna dasar dan makna relasional kata yang diteliti, kemudian menentukan makna dasar dan makna relasional, membuat medan makna, dan menuliskan konsep.

Inventarisir Ayat yang Mengandung Kata *Amānī*

Berdasarkan penelusuran menggunakan *Mu'jam al-Mufahras li Alfāz al-Qur'ān al-Karīm* karya Fu'ād 'Abd al-Bāqī (1945), kata *Amānī* dalam Al-Qur'an ditemukan sebanyak 20 kali dalam 18 ayat dan 9 surat yang berbeda. Empat di antaranya merupakan ayat-ayat makiyah, yaitu QS. An-Najm [53]: 24 dan 46, QS. Al-Waqi'ah [56]: 58; Al-Qiyamah [75]: 37; dan Al-Qasas [28]: 82, dan 5 di antaranya merupakan ayat-ayat madaniyah yaitu QS. Al-Baqarah [2]: 78, 94-95, dan 111; QS. Ali Imran [3]: 143; QS. An-Nisa [4]: 32, 119, 120, dan 123; QS. Al-Hajj [22]: 52; dan QS. Al-Jumu'ah [62]: 6-7. Adapun rincian ayatnya sebagai berikut:

Tabel 1. Inventarisasi Kata *Amānī* dan Derivasinya dalam Al-Qur'an

No	Kata	Frekuensi	Nama Surat dan Ayat	Arti
1	اماني	5	[2]: 78	Angan-angan
2			[2]:111	
3			[4]:123	
4			[4]:123	
5			[57]:14	
6	امني	1	[4]:119	

7	يَمْنِي	1	[4]:120	Ingin
8	تَتَمَنُّوا	1	[4]:32	
9	تَمَنَّى	2	[22]:52	
10			[53]:24	
11	تَمَنَّا	3	[28]:82	Mengharapkan mati
12			[2]:94	
13			[63]:6	
14	يَتَمَنَّوْا	2	[63]:7	
15			[2]:95	
16	تَمَنُّونَ	1	[3]:143	Membaca
17	أَمْنِيَّةٌ	1	[22]:52	
18	تُمْنَى	1	[53]:46	Dipancarkan
19	تُمْنُونٌ	1	[56]:58	
20	يَمْنَى	1	[75]:37	

Sumber: Hasil analisis penulis berdasarkan Mu'jam al-Mufahras (Fu'ād 'Abd al-Bāqī, 1945)

Makna Dasar dan Makna Relasional

Kata *Amānī* berasal dari akar kata م – ن – ي yang menunjukkan makna penentuan sesuatu. Namun dalam perubahan bentuknya kata *Amānī* juga memiliki makna harapan, cita-cita, tujuan, dan angan-angan (Al-Ashfahani, 2017). Dalam kamus *Mu'jam Maqāyīs al-Lughah*, Ibnu Faris (t.t.) menjelaskan bahwa akar kata ini memiliki dua makna pokok: *al-qasdu* (maksud/tujuan) dan *al-amal* (harapan). Namun ketika kata ini mengalami perubahan bentuk menjadi *tamannī*, maknanya berkembang menjadi angan-angan yang belum tentu dapat terealisasi. (Al-Ashfahani, 2017) menambahkan bahwa dalam perubahan bentuknya kata ini juga memiliki makna harapan, cita-cita, tujuan, dan angan-angan.

Abu Hilal al-Askari dalam kitabnya *Mu'jam al-Furuq* menjelaskan bahwa *tamanni* berbeda dengan *iradah* (kehendak) karena *tamanni* merupakan harapan yang berkaitan dengan masa lalu, masa sekarang dan juga masa depan ((Al-Askari, 1999). Dalam kitab *Lisan al-Arabi*, Ibnu Manzur mengatakan bahwa *Amānī* dapat bermakna bohong, dusta, atau mengada-ada sesuatu yang tidak ada asalnya (Al-Mishri, 1997). Penelusuran leksikografis serupa dilakukan oleh (Al-Jawhari, n.d.) dalam *al-Ṣiḥāḥ* yang mengkonfirmasi bahwa kata ini memiliki dua dimensi makna: harapan yang bersumber dari dalam diri dan harapan yang dilemparkan oleh pihak lain. Dengan demikian, makna dasar kata *āmānī* mencakup spektrum yang luas: dari ketetapan dan tujuan, hingga harapan, angan-angan, dan bahkan kedustaan.

Pada masa Pra-Qur'anik, kata *Amānī* memiliki konotasi yang cenderung negatif meski tidak sepenuhnya, karena dalam beberapa syair disebutkan bahwa *Amānī* bermakna cita-cita yang agung sebagaimana dalam syair yang ditulis oleh Antarah bin Sadad,

ولا تذأرا لي طيبَ عيشٍ فإنما ~ بلوغُ الأماني صحَّتي وسقامي

“Dan jangan kau ingatkan aku pada nikmatnya hidup, karena sesungguhnya Tercapainya cita-cita adalah sehatku sekaligus penyakitku”.

Adapun syair yang dituliskan oleh A'masy kata *Amānī* memiliki makna yang sedikit merendahkan, karena kata *Amānī* digunakan sebagai perumpamaan lawan yang mengharapkan kemenangan, sehingga mustahil untuk dicapai.

وخصمٍ تمنَّى فاجتنبُ به المني

“Lawan yang hanya berangan-angan, maka jauhilah angan-angan itu,”

Syair yang ditulis oleh Abu Thalib pada masa Rasulullah menghadapi kaum kafir Quraish,

تَمَنِّيُكُمْ أَنْ تَقْتُلُوهُ وَإِنَّمَا ~ أَمَانِيكُمْ هَذِي أَحْلَامُ نَائِمٍ

“Kalian menginginkan untuk membunuhnya, padahal sebenarnya Harapan kalian itu seperti mimpi orang tidur”

Sehingga dari ketiga syair tersebut menunjukkan bahwa penggunaan kata *Amānī* pada masa Qur'anik menunjukkan konsep angan-angan kosong layaknya seorang yang tidur, untuk merendahkan, namun juga bermakna cita-cita yang indah. Kajian terhadap syair-syair Arab pra-Islam tersebut relevan dengan penelitian (Stetkevych, 2002) yang mendokumentasikan bahwa kosakata bermuatan nilai dalam syair Jahiliyah sering bergeser maknanya ketika diserap ke dalam konteks Qur'ani.

Kajian Konseptual *Amānī* dalam Al-Qur'an

Konsep *Amānī* dalam Al-Qur'an

Kata *Amānī* dalam Al-Qur'an menunjukkan beberapa makna, Kata *Amānī* yang berelasi dengan kata الموت secara harfiah berarti keinginan mati, namun makna yang terkandung menunjukkan rasa takut yang dimiliki oleh manusia akibat dari angan-angan yang terdapat dalam QS. Al-Baqarah ayat 94-95, Ali Imran ayat 143, dan QS. AL-Jumu'ah ayat 6-7. Kata

Amānī yang berelasi dengan خلق menunjukkan makna terpancar yang terdapat dalam QS. Al-Waqi'ah ayat 58, An-Najm ayat 46 dan Al-Qiyamah ayat 37. Kata yang berelasi dengan kata غرور dan وَلِيًّا memiliki makna angan-angan dan tipu daya yang terdapat dalam QS. An-Nisa ayat 119-120, dan 123, dan QS. Al-Hadid ayat 14. Kata yang berelasi dengan kata يَدْخُلُ الْجَنَّةَ dan ظَنَّ memiliki makna bacaan, dusta atau bohong dan bodoh yang berada pada QS. Al-Baqarah ayat 78 dan 111, serta QS. An-Najm ayat 24. Sedangkan kata yang berelasi dengan kata فَضَّلَ dan وَيَكْأَنَّ menunjukkan makna iri dan dengki terdapat dalam QS. An-Nisa ayat 32 dan Al-Qashash ayat 82. Kata yang berelasi dengan kata أَلْقَى الشَّيْطَانُ memiliki makna godaan setan terdapat dalam QS. Al-Hajj ayat 52. Keragaman makna ini sejalan dengan konsep *polysemy* dalam linguistik kognitif (Tyler & Evans, 2003), di mana satu akar kata dapat mengembangkan jaringan makna yang luas berdasarkan konteks pemakaiannya.

Dalam pemaknaan yang ditujukan dalam setiap ayat tersebut terbentuk sebuah konsep bahwa dalam Al-Qur'an Allah menjelaskan sebagai berikut:

1. Sumber dan penyebab angan-angan

Sumber serta penyebab dari angan-angan yang dimiliki oleh manusia, sebagaimana yang dijelaskan dalam QS. An-Nisa ayat 119 dan 120 bahwa angan-angan merupakan sebuah upaya yang dilakukan oleh setan untuk membuat manusia lalai dan menunda-nunda dengan memberikan bisikan akan pengampunan Allah yang luas dan Allah Maha Pemaaf, sehingga manusia meremehkan akan siksaan dan konsekuensi yang akan ditanggungnya ketika di akhirat (Amrullah, 1965).

Sehingga dalam QS. Al-Hadid ayat 14 dijelaskan, bahwa orang-orang munafik merasa menyesal akan akhir yang dia rasakan ketika orang-orang mu'min masuk ke dalam surga (Shihab, 2002). Mereka merasa menyesal telah mengingkari apa yang telah Allah firmankan dan lebih memilih terbuju rayuan dari setan. Angan-angan yang timbul dari bisikan setan juga merupakan sebuah godaan untuk para nabi ketika berdakwah, dalam QS. Al-Hajj ayat 52 setan menyisipkan omong kosong dan bisikan kepada pengikut nabi sehingga mereka menjadi tersesat (Al-Zuhaili, 2014). Konsep godaan setan sebagai sumber angan-angan ini selaras dengan teori *self-deception* dalam psikologi (Trivers, 2011), yang menjelaskan bahwa manusia secara naluriah cenderung menipu diri sendiri untuk mempertahankan keyakinan yang menyenangkan meskipun bertentangan dengan fakta.

Selain itu, angan-angan juga dapat timbul akibat kebodohan dalam diri manusia itu sendiri. Dalam QS. Al-Baqarah ayat 78 kata *Amānī* memiliki makna bacaan, sehingga dalam ayat tersebut Quraish Shihab menjelaskan bahwa bacaan tanpa adanya usaha untuk memahami apa yang dibaca akan menghantarkan pada sebuah kebohongan, karena isi yang terkandung dalam kitab tersebut seyogyanya tidak berkaitan dengan apa yang disampaikan. Kemudian ketika seseorang berbohong baik kepada dirinya sendiri atau bahkan kepada orang lain, hakikatnya ia mengharapkan apa dikatakannya merupakan sebuah kenyataan. Keyakinan yang tidak berdasar dan batil merupakan sebuah kebohongan hati yang berharap sebagai hal yang benar dan haq padahal tidak demikian adanya. Sehingga membaca tanpa dipahami dan dihayati sama saja dengan bohong. Oleh karena itu, kata *Amānī* mengandung makna bohong (Shihab, 2002). Sehingga angan-angan merupakan benteng yang dibangun oleh manusia untuk mendistorsi akan ayat yang ada, sebagaimana dalam QS. Al-Baqarah ayat 111 di mana orang-orang Yahudi dan Nasrani merasa dirinya merupakan hamba terpilih dan bebas dari siksaan Allah, padahal Allah hanya menilai manusia dari ketakwaannya bukan berdasarkan kelompoknya (Quthb, 2003). Orang-orang munafik yang terperangkap dalam angan-angan itu akhirnya merasakan penyesalan mendalam ketika menyaksikan kaum mukmin memasuki surga, sebagaimana digambarkan dalam Q.S. al-Ḥadīd [57]: 14 (Shihab, 2002). Fenomena literasi dangkal ini juga dibahas oleh (Nasr et al., 2015) dalam konteks membaca teks agama tanpa pemahaman yang memadai.

2. Akibat dari Angan-Angan

Dalam Al-Qur'an Allah mengecam sekali angan-angan, karena sebagaimana yang dijelaskan sebelumnya, bahwa angan-angan hanyalah tipu daya yang diberikan oleh setan, sehingga memiliki dampak yang sangat buruk. Adapun dampak atau akibat yang ditimbulkan dari angan-angan diantaranya adalah sifat iri dan dengki. Dalam QS. An-Nisa ayat 32 para mufasir dengan jelas menyatakan bahwa kata *Amānī* dalam ayat tersebut dimaknai dengan iri atau dengki, sebab ketika manusia berangan-angan tentang kehidupan yang dimiliki oleh orang lain, maka akan timbul perasaan iri dan dengki kepada orang lain. Angan-angan yang timbul karena melihat kesuksesan yang dimiliki oleh orang lain akan membangkitkan perasaan membanding-bandingkan dengan orang lain. Perasaan membanding-bandingkan ini akan berubah menjadi rasa iri dan dengki (Amrullah, 1965). Hamka menjelaskan bahwa ketika manusia berangan-angan tentang

kenikmatan yang dimiliki orang lain, ia tidak hanya mendambakannya, tetapi juga membandingkan dirinya secara tidak sehat. Perbandingan sosial ini relevan dengan teori *social comparison theory* yang dikembangkan oleh (Festinger, 1954), di mana manusia cenderung mengevaluasi diri melalui perbandingan dengan orang lain. Apabila perbandingan ini bersifat *upward comparison* dengan pihak yang dianggap lebih baik, maka dampaknya adalah iri hati, rasa tidak puas, dan penurunan harga diri (Vogel et al., 2014).

Selain itu, akibat yang ditimbulkan berupa rasa malas dan lalai sehingga menunda-nunda perbuatan baik yang seharusnya dilakukan, sebagaimana dalam QS. An-Nisa ayat 119 bahwa setan dapat menyesatkan manusia dengan janji-janji palsu dan angan-angan kosong, sehingga manusia lalai dan akhirnya menyesal layaknya orang-orang munafiq dalam QS. Al-Hadid ayat 14. Mekanisme penundaan ini dalam psikologi dikenal sebagai *procrastination*, yang menurut (Steel, 2007) dipengaruhi oleh rendahnya harapan akan keberhasilan dan tingginya godaan dari alternatif yang lebih mudah dan menyenangkan. Setan selalu menghiasi perbuatan maksiat menjadi tampak indah dan menarik sehingga manusia menipu dirinya sendiri untuk menunda-nunda meski ia tahu bahwa semua yang digambarkan oleh setan adalah palsu. Pada akhirnya, manusia hanya terperangkap dalam lingkaran angan-angan dan kesesatan yang dibuat oleh setan.

3. Wujud Lahiriah angan-angan

Selanjutnya, dari perasaan iri dan dengki yang disebabkan oleh angan-angan tersebut akan melahirkan sebuah tindakan nyata berupa sikap, ucapan, atau bahkan keputusan hidup. Dalam Al-Qur'an Allah menggambarkan perwujudan dari angan-angan adalah terpancar seperti air mani yang terdapat dalam QS. Al-Waqi'ah ayat 57, QS. An-Najm ayat 45 dan QS. Al-Qiyamah ayat 38. Air mani merupakan nama dari seluruh cairan yang terpancar saat ejakulasi (Hosana & Putra, 2019). Hamka menafsirkan bahwa air mani adalah asal dari angan-angan dan harapan manusia akan keturunan; namun karena banyaknya yang tidak terwujud, ia menjadi simbol angan-angan yang tidak terkendali (Amrullah, 1965). Penafsiran serupa dikemukakan oleh (d Tantawi, 2004) yang menyatakan bahwa gambaran ini merupakan pengingat akan ketergantungan manusia kepada Allah dalam setiap aspek penciptaan.

Angan-angan dalam Al-Qur'an digambarkan sebagai sesuatu yang terpancar apabila tidak dibatasi dan dikontrol dengan ilmu. Angan-angan yang dimiliki manusia baik

terhadap masa depan, masa lalu, atau masa kini akan sangat liar dan tidak terbatas, sehingga kerap kali akan mendistorsi manusia terhadap realita yang ada dan memunculkan perilaku yang menyimpang dari kebenaran (Kahneman, 2011).

Sebagaimana akibat yang ditimbulkan dari angan-angan merupakan iri hati, perwujudan lahiriyah yang akan dilakukan oleh manusia adalah membanding-bandingkan diri sendiri dengan orang lain, sehingga kehilangan jati diri dan lupa dengan tujuan dan tugas yang harus dilaksanakan di muka bumi ini karena terlalu sibuk akan mengejar angan-angan.

Relevansi Konsep *Amānī* dengan Pengaruh Media Sosial terhadap Distorsi Realita

Media sosial kerap kali menimbulkan dampak positif dan juga negatif pada penggunanya. Di era digital saat ini informasi sangat mudah untuk ditemui dan diakses sehingga membuka pandangan dan perspektif baru terhadap dunia luar. Namun disamping itu, media sosial membuat penggunanya menjadi candu untuk menonton konten pendek yang dianggap sebentar namun tak terasa sudah menghabiskan sebagian hari untuk menjelajahi dunia maya. Sehingga media sosial yang merupakan sumber dan penyebab manusia melalaikan tugas dan juga kewajibannya di dunia, menunda-nunda hingga yang tersisa hanyalah penyesalan. Sebagaimana penyesalan yang dirasakan oleh orang-orang munafik dalam QS. Al-Hadid [57]:14 ketika melihat orang mu'min masuk ke dalam surga sedangkan mereka masuk ke dalam neraka akibat mereka terpedaya oleh angan-angannya sendiri.

Selain itu, algoritma dalam media sosial mampu membentuk persepsi baru bagi manusia sehingga meyakini apa yang ditampilkan dalam media sosial merupakan sebuah norma atau bahkan fakta yang dapat dijadikan landasan kuat (Hoffman & Glynn, 2013). Algoritma yang ditampilkan dalam media sosial juga sering kali menyajikan realitas yang terdistorsi sehingga menyebabkan kesalahan persepsi dan efek psikologis yang negatif. Anggapan ini berkaitan erat dengan klaim-klaim yang diberikan orang-orang Yahudi dan Nasrani dalam QS. Al-Baqarah ayat 111.

Berdasarkan teori Presentasi Diri yang disampaikan oleh Erving Goffman media sosial menjadi tempat yang strategis untuk menampilkan diri mereka kepada orang lain dengan kesan tertentu (Orehek & Human, 2017). Remaja secara aktif membangun personal branding di media sosial sesuai dengan citra yang ingin mereka tampilkan. Sehingga media sosial memiliki pengaruh yang baik untuk meningkatkan rasa percaya diri dan kreatifitas seseorang. Rasa percaya diri yang tercipta dari media sosial juga dapat menjadi boomerang

bagi penggunaannya, sebab media sosial juga mampu meruntuhkan rasa percaya diri seseorang yang menyebabkan rasa insecure dan kecemasan berlebih.

Perasaan insecure dan kecemasan berlebihan ini timbul akibat algoritma yang ditampilkan dalam media sosial sering kali mempengaruhi persepsi dan juga tolak ukur kehidupan manusia. Karena menjadikan kebahagiaan yang ditampilkan dalam media sosial sebagai tolak ukur kebahagiaan sehingga menyebabkan perasaan tidak mampu mewujudkan kebahagiaan sebagaimana yang dirasakan oleh orang lain (Elfadl, 2023). Hal ini sangat relevan dengan konsep *Amānī* dalam Al-Qur'an bahwa angan-angan yang timbul akibat media sosial akan mengakibatkan perasaan iri dan dengki. Penelitian (Twenge et al., 2018) mengonfirmasi bahwa meningkatnya penggunaan media sosial berkorelasi signifikan dengan meningkatnya perasaan tidak bahagia dan tidak puas pada remaja, yang bersumber dari perbandingan sosial dengan konten yang dipilih dan disunting secara selektif.

Perbandingan sosial juga semakin kuat akibat dari konten yang termuat dalam media sosial, karena individu akan menilai diri sendiri berdasarkan standar yang diproyeksikan orang lain dalam media sosial yang tidak direpresentasikan secara utuh (Baldwin & Mussweiler, 2018). Algoritma yang ditampilkan dalam media sosial juga membuat norma-norma yang melenceng semakin dinormalisasikan. Seperti standar kecantikan yang tidak realistis hingga tolak ukur kesuksesan yang keterlaluan menumbuhkan realitas palsu (Robertson et al., 2024). Fenomena ini sangat berkaitan erat dengan QS. Al-Baqarah [2]: 78 berkenaan dengan klaim yang ditetapkan oleh orang-orang Yahudi dan Nasrani terhadap golongan orang-orang yang berhak masuk ke dalam surga. Algoritma yang diciptakan dalam media sosial akan membuat orang-orang mempercayai segala yang ditampilkan dalam media sosial meski hanya berdasarkan prasangka yang dimiliki oleh satu influencer. Ketika pengguna menerima dan meneruskan informasi tanpa memeriksa kebenarannya—hanya berdasarkan prasangka atau keinginan agar informasi tersebut benar—mereka tengah terjatuh dalam angan-angan yang Al-Qur'an namakan *āmānī*. Fenomena ini berkaitan erat dengan konsep *confirmation bias* (Nickerson, 1998), yaitu kecenderungan manusia untuk mencari dan mempercayai informasi yang mengonfirmasi keyakinan yang sudah dipegang sebelumnya.

Dampak terbesar media sosial yang selaras dengan konsep *āmānī* adalah timbulnya iri hati dan perbandingan sosial yang merusak. (Baldwin & Mussweiler, 2018) menunjukkan bahwa individu di era media sosial cenderung menilai diri sendiri berdasarkan standar yang diproyeksikan orang lain. Hal ini sangat relevan dengan Q.S. al-Nisā' [4]: 32 di mana Al-

Qur'an melarang keras perasaan iri dan dengki. Kajian (Fardouly et al., 2015) membuktikan bahwa paparan konten yang menampilkan perbandingan fisik di media sosial secara signifikan menurunkan citra diri pengguna, khususnya perempuan muda.

Berdasarkan teori Presentasi Diri Erving Goffman, media sosial menjadi panggung strategis bagi individu untuk membangun citra diri tertentu di hadapan orang lain (Orehek & Human, 2017). Remaja dan pengguna media sosial aktif secara sadar membangun *personal branding* dengan menampilkan versi terbaik—bahkan versi yang dibuat-buat—dari kehidupan mereka. Siklus ini memperparah perbandingan sosial dan melahirkan perasaan *insecure*, kecemasan berlebih, dan runtuhnya rasa percaya diri (Elfadl, 2023). Penelitian (Verduyn et al., 2015) menggunakan metode *experience sampling* membuktikan bahwa penggunaan media sosial yang bersifat pasif—sekadar menggulir konten tanpa interaksi—berdampak lebih negatif terhadap kesejahteraan psikologis dibanding penggunaan aktif, karena mendorong perbandingan sosial tanpa interaksi yang bermakna.

Angan-angan yang dipicu dan diperkuat oleh media sosial pada akhirnya melahirkan perilaku nyata yang destruktif. Algoritma media sosial yang menormalisasi standar tidak realistis menciptakan realitas palsu yang diyakini banyak pengguna sebagai kebenaran (Robertson et al., 2024). Ini sangat relevan dengan gambaran Al-Qur'an tentang angan-angan yang terpancar tanpa kendali. Perilaku destruktif yang lahir dari angan-angan digital ini antara lain: menarik diri dari pergaulan sosial, ketergantungan pada validasi eksternal, dan tindakan yang menyakiti orang lain (Andreassen et al., 2017). Kajian (Andreassen et al., 2017) menunjukkan bahwa kecanduan media sosial—yang dicirikan oleh dorongan kompulsif untuk terus-menerus memeriksa dan memperbarui konten—berkorelasi positif dengan gangguan kecemasan, depresi, dan rendahnya harga diri, yang semuanya merupakan manifestasi modern dari angan-angan yang tidak terkendali menurut Al-Qur'an.

KESIMPULAN

Kata *Amānī* berasal dari akar kata mana yang bermakna takdir atau ketentuan. Sedangkan makna dasar kata *Amānī* menunjukkan pada angan-angan atau harapan yang cenderung sulit untuk direalisasikan dalam kehidupan nyata. Sehingga angan-angan merupakan wujud distorsi dari ketentuan yang telah Allah berikan. Pada masa pra-Qur'anik penggunaan kata *Amānī* menunjukkan makna yang berkonotasi positif dan makna beragam tergantung dengan relasi kata yang dimuat, di antaranya adalah kematian yang berelasi

dengan kata gentar, harapan dan cita-cita yang berelasi dengan kata nikmat, dan angan-angan kosong yang berelasi dengan mimpi.

Adapun dalam Al-Qur'an kata *Amānī* memiliki makna angan-angan kosong, tipu daya, bacaan, bohong, bodoh, iri dengki, ingin mati, dan terpancar. Sehingga dari makna tersebut terbentuk sebuah konsep, sumber dan penyebab angan-angan. Dalam QS. An-Nisa [4]: 119-120 disebutkan bahwa angan-angan merupakan tipu daya yang diberikan oleh setan untuk membuat lalai. Kedua, akibat yang ditimbulkan dari angan-angan yang dijelaskan dalam QS. An-Nisa [4]: 32 dan Al-Qashash [28]: 82 yaitu menjadikan sifat iri dan dengki. ketiga yaitu wujud lahiriyah dari angan-angan yang disebutkan dalam QS. Al-Waqi'ah [56]: 58 dengan menggunakan term *tumna* yang bermakna terpancar. Angan-angan pada asalnya merupakan pikiran manusia yang liar dan tidak terbatas sehingga mampu melahirkan tindakan nyata. Konsep tersebut sangat relevan dengan pengaruh media sosial terhadap distorsi realita.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung penelitian ini, khususnya kepada dosen pembimbing di UIN Sunan Gunung Djati Bandung atas arahan dan masukan akademisnya.

KONFLIK KEPENTINGAN

Penulis menyatakan tidak ada konflik kepentingan dalam penelitian ini.

PERNYATAAN KETERSEDIAAN DATA

Tidak ada data baru yang diciptakan atau dianalisis dalam penelitian ini. Berbagi data tidak berlaku untuk artikel ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Ashfahani, A. al-Q. al-R. (2017). *Al-Mufradāt fī Gharīb al-Qur'ān*. Pustaka Khazanah Fawa'id.
- Al-Askari, A. H. (1999). *Mu'jam al-Furūq al-Lughawīyyah*. Beirut: Dār al-Kutub al-'Ilmiyyah.
- Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah.
- Al-Farmawi, 'Abd al-Hayy. (1977). *Al-Bidāyah fī al-tafsīr al-maudū'ī*. al-Hadarah al-'Arabiyyah.
- Al-Jawhari, I. (n.d.). *Al-Ṣiḥāḥ: Tāj al-lughah wa ṣiḥāḥ al-'arabiyyah*. Dār al-'Ilm li al-Malāyīn.

- Al-Mishri, A. al-F. J. al-D. M. (1997). *Lisān al- 'Arab*. Dār Ṣādir.
- Al-Zuhaili, W. (2014). *Tafsir Al-Munir: Aqidah, Syari'ah, Manhaj*. Gema Insani.
- Aminuddin, A. (2022). *Semantik: Pengantar Studi tentang Makna*. Sinar Baru Algensindo.
- Amrullah, A. M. K. (Hamka). (1965). *Tafsir Al-Azhar*. Pustaka Nasional PTE LTD.
- Andreassen, C. S., Pallesen, S., & Griffiths, M. D. (2017). The relationship between addictive use of social media, narcissism, and self-esteem: Findings from a large national survey. *Addictive Behaviors*, 64, 287–293. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2016.03.006>
- Baalbaki, R. (2014). *The Arabic lexicographical tradition: From the 2nd/8th to the 12th/18th century*. Brill.
- Baldwin, M., & Mussweiler, T. (2018). The culture of social comparison. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 115(39), E9067--E9074. <https://doi.org/10.1073/pnas.1721555115>
- Chaer, A. (1995). *Pengantar Semantik Bahasa Indonesia*. PT Rineka Cipta.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Cruse, D. A. (2000). *Meaning in language: An introduction to semantics and pragmatics*. Oxford University Press.
- d Tantawi, M. S. (2004). *Al-Tafsīr al-wasīṭ li al-Qur'ān al-karīm*. Dār Nahḍat Miṣr.
- Darmawan, D., Riyani, I., & Husaini, Y. M. (2020). Desain analisis semantik Alquran model ensiklopedik: Kritik atas model semantik Toshihiko Izutsu. *AL QUDS: Jurnal Studi Alquran Dan Hadis*, 4(2), 181–206. <https://doi.org/10.29240/alquds.v4i2.1701>
- Elfadl, A. (2023). A research proposal for correcting happiness misperceptions on social media. *2023 10th International Conference on Behavioural and Social Computing (BESC)*, 1–5. <https://doi.org/10.1109/BESC59560.2023.10386367>
- Fadhilah, U., & Nugroho, K. (2023). Semantic analysis of Toshihiko Izutsu in the phrase “al- 'Urwatul Wutsqa.” *Proceeding ISETH (International Summit on Science, Technology, and Humanity)*, 1510–1516.
- Fardouly, J., Diedrichs, P. C., Vartanian, L. R., & Halliwell, E. (2015). Social comparisons on social media: The impact of Facebook on young women's body image concerns and mood. *Body Image*, 13, 38–45. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2014.12.002>
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7(2), 117–140.

<https://doi.org/10.1177/001872675400700202>

Hoffman, L. H., & Glynn, C. J. (2013). Media and perceptions of reality. In W. Donsbach (Ed.), *The International Encyclopedia of Communication*. Wiley-Blackwell.

<https://doi.org/10.1002/9781405186407.wbiecm044.pub2>

Hosana, S., & Putra, D. S. D. (2019). Penerapan data mining untuk prediksi kualitas sperma (fertility) berbasis Android. *ALGOR*, 1(1), 64–71.

Iufereva, A. (2023). Fake news as a distortion of media reality: Tell-truth strategy in the post-truth era. *European Conference on Information Warfare and Security (ECCWS), 2023-June*, 610–615. <https://doi.org/10.34190/eccws.22.1.1080>

Izutsu, T. (1997). *Relasi Tuhan dan Manusia: Pendekatan Semantik terhadap Al-Qur'an*. PT Tiara Wacana.

Kahneman, D. (2011). *Thinking, fast and slow*. Farrar, Straus and Giroux.

Matsna, M. (2016). *Kajian Semantik Arab: Klasik dan Kontemporer*. Penerbit Kencana.

Mustaqim, A. (2017). Metode penelitian Al-Qur'an dan tafsir. *Jurnal Studi Ilmu-Ilmu Al-Qur'an Dan Hadis*, 1(1), 1–20. <https://doi.org/10.14421/qh.2000.11-01>

Nasr, S. H., Dagli, C. K., Dakake, M. M., Lumbard, J. E. B., & Rustom, M. (2015). *The study Quran: A new translation and commentary*. HarperOne.

Nickerson, R. S. (1998). Confirmation bias: A ubiquitous phenomenon in many guises. *Review of General Psychology*, 2(2), 175–220. <https://doi.org/10.1037/1089-2680.2.2.175>

Orehek, E., & Human, L. J. (2017). Self-expression on social media. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 43(1), 60–70. <https://doi.org/10.1177/0146167216675332>

Quthb, S. (2003). *Tafsir Fī Zilālil Qur'ān (Jilid VII)*. Jakarta: Gema Insani. (Vol. 7). Gema Insani.

Robertson, C. E., del Rosario, K., & Van Bavel, J. J. (2024). Inside the funhouse mirror factory: How social media distorts perceptions of norms. *Current Opinion in Psychology*, 60. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2024.101918>

Rohmana, J. A. (2019). Sundanese Qur'anic exegesis: Nature, characteristics, and dynamics. *Journal of Qur'an and Hadith Studies*, 8(1), 1–29. <https://doi.org/10.1548/quhas.v8i1.4862>

Saeed, A. (2006). *Interpreting the Qur'an: Towards a contemporary approach*. Routledge.

Shihab, M. Q. (2002). *Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan, dan Keserasian Al-Qur'an*. Lentera Hati.

Steel, P. (2007). The nature of procrastination: A meta-analytic and theoretical review of quintessential self-regulatory failure. *Psychological Bulletin*, 133(1), 65–94.

<https://doi.org/10.1037/0033-2909.133.1.65>

- Stetkevych, S. P. (2002). *The mantle odes: Arabic praise poems to the Prophet Muhammad*. Indiana University Press.
- Trivers, R. (2011). *The folly of fools: The logic of deceit and self-deception in human life*. Basic Books.
- Twenge, J. M., Haidt, J., Joiner, T. E., & Campbell, W. K. (2018). Underestimating digital media harm. *Nature Human Behaviour*, 3, 337–338. <https://doi.org/10.1038/s41562-018-0480-5>
- Tyler, A., & Evans, V. (2003). *The semantics of English prepositions: Spatial scenes, embodied meaning and cognition*. Cambridge University Press.
- Verduyn, P., Lee, D. S., Park, J., Shablack, H., Orvell, A., Bayer, J., Ybarra, O., Jonides, J., & Kross, E. (2015). Passive Facebook usage undermines affective well-being: Experimental and longitudinal evidence. *Journal of Experimental Psychology: General*, 144(2), 480–488. <https://doi.org/10.1037/xge0000057>
- Vogel, E. A., Rose, J. P., Roberts, L. R., & Eckles, K. (2014). Social comparison, social media, and self-evaluation. *Psychology of Popular Media Culture*, 3(4), 206–222. <https://doi.org/10.1037/ppm0000047>
- Zed, M. (2008). *Metode penelitian kepustakaan*. Yayasan Obor Indonesia.
- Zulaeha, E., & Radiana, A. (2019). Kontribusi pendekatan semantik pada perkembangan penelitian Al-Qur'an: Studi pada skripsi mahasiswa prodi ilmu Al-Qur'an Fakultas Ushuluddin UIN Sunan Gunung Djati Bandung. *Al-Bayān: Jurnal Studi Al-Qur'ān Wa Al-Tafsīr*, 1(1), 57–68.



© 2026 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).