



Research Article

Implementasi Makna Ta'dzim Sya'airillah dalam Syiar Digital: Analisis Visual Memuliakan Hewan Qurban dalam Konten Youtube

Muhammad Qudwatul Ibad¹, Fuzan Zenrif², Toriquuddin³

1. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Indonesia
E-mail: 240204210006@student.uin-malang.ac.id 
2. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Indonesia
E-mail: zenrif@syariah.uin-malang.ac.id
3. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Indonesia
E-mail: toriquuddin@syariah.uin-malang.ac.id



Copyright © 2026 by Authors, Published by AL-AFKAR: Journal For Islamic Studies. This is an open access article under the CC BY License (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>).

Received : May 02, 2026
Accepted : July 03, 2026

Revised : June 04, 2026
Available online : August 05, 2026

How to Cite: Muhammad Qudwatul Ibad, Fuzan Zenrif and Toriquuddin. (2026) "The Implementation of the Meaning of Ta'zim Sya'airillah in Digital Islamic Propagation: A Visual Analysis of Honoring Sacrificial Animals in YouTube Content", *al-Afkar, Journal For Islamic Studies*, 9(3), pp. 1590–1601. doi: 10.31943/afkarjournal.v9i3.3538.

The Implementation of the Meaning of Ta'zim Sya'airillah in Digital Islamic Propagation: A Visual Analysis of Honoring Sacrificial Animals in YouTube Content

Abstract. In the digital era, the propagation (syiar) of the Qurban sacrifice has transformed from physical spaces to the stage of YouTube, creating the "Sapi Sultan" (Sultan's Cow) phenomenon as a form of visual da'wah renegotiation that reflects modern Muslim identity. This study aims to conduct an in-depth analysis of the visual construction of animal glorification in digital content, specifically

exploring how cinematographic elements interpret the theological criteria of *istisman* (fattening) and *istihsan* (beautifying). The methodology employed is Interpretative Qualitative Content Analysis of the deHakims YouTube channel, referenced against the authoritative text of Tafsir Al-Baghawi. The results indicate that the concept of *istisman* is implemented through low-angle cinematography and extreme tonnage narratives to create a "cinematography of piety," while *istihsan* is manifested through the visualization of animal welfare and exclusive care. However, a critical dialectic emerges where "Sultan" labeling and the emphasis on extravagant prices risk falling into the logic of spectacle religion, which can obscure the essence of internal piety into mere materialistic visual consumption. This research provides an important contribution to the development of visual analysis methodologies in contemporary Islamic studies by bridging classical texts with the reality of new media.

Keywords: Ta'dzim Sya'airillah, YouTube, *Istisman*, *Istihsan*, Spectacle Religion

Abstrak. Di era digital, syiar ibadah kurban bertransformasi dari ruang fisik ke panggung YouTube, menciptakan fenomena "Sapi Sultan" sebagai bentuk renegotiasi dakwah visual yang mencerminkan identitas muslim modern. Penelitian ini bertujuan membedah secara mendalam konstruksi visual mengenai pemuliaan hewan kurban dalam konten digital, khususnya bagaimana elemen sinematografi menginterpretasikan kriteria teologis *istisman* (menggemukkan) dan *istihsan* (memperindah). Metode yang digunakan adalah Analisis Isi Kualitatif Interpretatif terhadap konten kanal YouTube deHakims dengan rujukan teks otoritatif Tafsir Al-Baghawi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsep *istisman* diimplementasikan melalui teknik sinematografi low-angle dan narasi tonase ekstrem untuk menciptakan "sinematografi ketakwaan", sementara *istihsan* dimanifestasikan melalui visualisasi kesejahteraan hewan dan perawatan eksklusif. Namun, muncul dialektika kritis di mana pelabelan "Sultan" dan penonjolan harga fantastis berisiko terjebak dalam logika spectacle religion yang dapat mengaburkan esensi ketakwaan batiniah menjadi sekadar konsumsi visual yang bersifat materialistik. Penelitian ini memberikan kontribusi penting bagi pengembangan metodologi analisis visual dalam studi Islam kontemporer dengan menjembatani teks klasik dan realitas media baru.

Kata kunci: Ta'dzim Sya'airillah, YouTube, *Istisman*, *Istihsan*, Spectacle Religion

PENDAHULUAN

Ibadah qurban dalam tradisi Islam merupakan manifestasi teologis dari *ta'dzim sya'airillah* atau pengagungan terhadap simbol-simbol syiar Allah. Di era kontemporer, praktik syiar ini mengalami pergeseran paradigma yang signifikan, dari yang semula bersifat komunal-lokal di ruang fisik masjid atau lapangan, kini bertransformasi menjadi konsumsi visual di ruang digital melalui platform YouTube. Fenomena munculnya konten "Sapi Sultan" atau dokumentasi sapi-sapi berukuran jumbo bukan sekadar tren hiburan semata, melainkan sebuah bentuk renegotiasi ruang dakwah. Secara kuantitatif, urgensi isu ini dapat dilihat dari meningkatnya produksi konten qurban digital, jumlah tayangan, komentar, serta keterlibatan audiens yang menjadikan visualisasi hewan qurban sebagai bagian dari budaya populer keagamaan. Karena itu, fenomena ini penting ditulis dan diteliti untuk menilai sejauh mana syiar digital masih merepresentasikan nilai *ta'zim sya'airillah*, atau justru bergeser menjadi praktik visual yang lebih menonjolkan spektakel, status sosial, dan konsumsi media daripada substansi ketakwaan.

Transformasi digital ini menemukan akar legitimasinya dalam literatur klasik, salah satunya sebagaimana diuraikan dalam Tafsir Al-Baghawi saat menjelaskan surah

Al-Hajj ayat 32. Dalam teks tersebut, pemuliaan terhadap hewan qurban ditekankan melalui aspek *istisman* (upaya menggemukkan) dan *istihsan* (upaya memperindah atau mencari yang terbaik secara fisik) (Al-Baghawi, 1409). Konten YouTube yang menonjolkan estetika tubuh hewan, kebersihan bulu, hingga tonase yang masif secara tidak langsung merupakan implementasi visual dari pesan riwayat tersebut. Dengan demikian, pengemasan konten hewan qurban yang estetis dan gagah di layar digital menjadi jembatan yang menghubungkan instruksi teks salaf dengan ekspresi keberagamaan milenial. Kajian ini menjadi sangat penting untuk membedah bagaimana teknologi visual mampu menghidupkan kembali semangat memuliakan qurban, sekaligus memastikan bahwa estetika digital tersebut tetap berpijak pada substansi penghambaan yang luhur.

Kajian mengenai ibadah qurban dalam literatur akademik sejauh ini didominasi oleh tiga arus utama, yaitu aspek hukum/fiqh, manajemen filantropi digital, dan edukasi teknis. Penelitian oleh Rudiantara dkk. (Febry Rudiantara, Haiyin Lana Lazulfa, 2022) serta Kusnadi (Kusnadi, 2021) secara mendalam membedah syariat penyembelihan dan pendistribusian daging berdasarkan perspektif tafsir fiqh klasik. Pada domain filantropi Islam, studi dari Salat & Pratiwi (Salat & Pratiwi, 2025) serta Prihadi dkk. (City et al., 2025) menyoroti transformasi digital dalam pengelolaan layanan qurban melalui platform website dan aplikasi guna meningkatkan efisiensi inklusi keuangan. Sementara itu, aspek strategi komunikasi dan promosi telah dikaji oleh Sofiyawati (Sofiyawati & Islam, 2023) melalui perspektif komunikasi pemasaran terintegrasi, serta Baharullah (Baharullah, 2023) dan Nuraulia dkk. (Nuraulia & Gunawan, 2026) yang fokus pada pengembangan media pembelajaran interaktif untuk meningkatkan hasil belajar siswa. Secara kolektif, artikel-artikel tersebut (Tho'in dkk., 2022 (Muhammad Tho'in, Sumadi, Tino Feri Efendi, Dewi Muliasari, Hadi Samanto, Wikan Budi Utami, 2022); Abdilah dkk., (Irawan, 2025); Rohadi dkk., (Patrihady et al., 2022) cenderung memposisikan teknologi digital sebagai instrumen administratif, prosedural, dan edukatif untuk menjamin keabsahan ritual serta jangkauan sosial ibadah qurban.

Meskipun digitalisasi qurban telah dibahas secara luas, masih terdapat celah penelitian (gap) yang signifikan terkait dimensi estetika visual sebagai representasi pemuliaan hewan. Literatur saat ini Sari & Adi, (Sari & Adi, 2021); Alhuur & Heriyadi, (gharizah Alhuur & Heriyadi, 2024) lebih banyak berfokus pada sistem penentuan kualitas fisik hewan secara teknis-saintifik atau analisis preferensi konsumen terhadap rumpun ternak tertentu. Belum ditemukan penelitian yang secara spesifik melakukan analisis interpretatif terhadap narasi visual di YouTube dengan menghubungkan konsep teologis *istisman* (menggemukkan) dan *istihsan* (memperindah) sebagaimana termaktub dalam Tafsir Al-Baghawi. Artikel ini hadir untuk mengisi celah tersebut dengan menggeser fokus dari sekadar analisis transaksi atau prosedur teknis menuju analisis interpretatif terhadap "sinematografi ketakwaan". Dengan demikian, penelitian ini memosisikan visualisasi hewan qurban di media digital bukan sekadar sebagai konten promosi, melainkan sebagai bentuk manifestasi modern dari upaya memuliakan syiar Allah (ta'dzim sya'airillah) yang merefleksikan kedalaman spiritualitas pelakunya.

Penelitian ini bertujuan untuk membedah secara mendalam konstruksi visual

mengenai pemuliaan hewan qurban dalam konten YouTube, dengan menitikberatkan pada bagaimana elemen sinematografi dan narasi digital menginterpretasikan kriteria *istisman* serta istihsan sesuai kaidah syariat. Melalui analisis ini, diharapkan hasil penelitian dapat memberikan kontribusi signifikan bagi pengembangan literasi dakwah visual, khususnya dalam memberikan panduan etis dan estetis bagi para kreator konten agar mampu menampilkan syiar Islam yang megah tanpa mengabaikan prinsip ihsan terhadap hewan. Secara praktis, kajian ini bermanfaat untuk memperkaya khazanah strategi komunikasi dakwah di era media baru, sehingga pesan memuliakan syiar Allah (ta'dzim sya'airillah) dapat tersampaikan secara efektif, edukatif, dan tetap terjaga kesucian maknanya dari sekadar tren komodifikasi digital.

Tulisan ini berangkat dari argumen bahwa visualisasi hewan qurban dalam konten YouTube tidak selalu dapat dipahami sebagai bentuk komodifikasi religius atau tontonan populer semata, tetapi juga berpotensi menjadi medium baru bagi implementasi nilai ta'zim sya'airillah di ruang digital. Hipotesis yang ingin diuji ialah bahwa elemen-elemen visual seperti penonjolan ukuran tubuh hewan, kebersihan, kesehatan, keindahan fisik, narasi pemilik atau panitia qurban, serta cara kamera membingkai hewan qurban dapat merepresentasikan nilai *istisman* dan *istihsan* sebagaimana dijelaskan dalam tradisi tafsir. Dengan demikian, penelitian ini hendak membuktikan apakah konten "Sapi Sultan" di YouTube benar-benar menghadirkan praktik pemuliaan hewan qurban sebagai ekspresi ketakwaan dan penghormatan terhadap syiar Allah, atau justru bergeser menjadi spektakel digital yang lebih menonjolkan prestise ekonomi, sensasi visual, dan logika popularitas media.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan paradigma kualitatif yang berfokus pada eksplorasi representasi visual mengenai upaya memuliakan hewan qurban dalam media digital. Fokus utama kajian diletakkan pada bagaimana konten YouTube bertema qurban mengonstruksi simbol-simbol ketakwaan melalui penampilan fisik dan perlakuan terhadap hewan. Secara spesifik, penelitian ini membedah elemen-elemen sinematografi dan naratif yang merepresentasikan kriteria teologis *istisman* (menggemukkan) dan *istihsan* (memperindah) sebagaimana diuraikan dalam Tafsir Al-Baghawi. Dengan menitikberatkan pada dimensi estetika visual, penelitian ini bertujuan mengungkap bagaimana materi digital mentransformasikan pesan klasik ta'dzim sya'airillah menjadi sebuah tontonan yang mampu membangkitkan rasa hormat sekaligus motivasi spiritual bagi masyarakat muslim di era kontemporer.

Data primer dalam penelitian ini bersumber dari konten video populer pada kanal YouTube deHakims, khususnya yang berkaitan dengan pemilihan, perawatan, dan visualisasi hewan qurban berukuran jumbo. Selain data visual, sumber primer juga mencakup teks otoritatif dalam kitab Tafsir Al-Baghawi serta riwayat-riwayat terkait yang menjelaskan kriteria fisik dan etika pemuliaan hewan qurban sebagai standar keabsahan teologis. Sementara itu, data sekunder diperoleh melalui penelusuran literatur pada jurnal-jurnal ilmiah yang relevan, terutama yang membahas mengenai digitalisasi layanan qurban (Salat & Pratiwi, 2025), strategi komunikasi pemasaran lembaga zakat (Sofiyawati, 2022), hingga analisis kualitas fisik ternak dalam perspektif peternakan (Sari & Adi, 2021). Integrasi antara sumber data digital kontemporer dan

teks klasik ini dimaksudkan untuk menghasilkan analisis yang komprehensif mengenai dialektika antara tren media baru dengan tradisi keagamaan.

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui metode Analisis Isi Kualitatif Interpretatif guna membedah pesan teologis di balik konten digital. Tahapan analisis dimulai dengan reduksi data melalui transkripsi narasi dan teknik frame-catching untuk mengidentifikasi elemen visual kunci pada video YouTube yang diteliti. Selanjutnya, data dikategorisasikan secara sistematis ke dalam tiga tema utama, yaitu "Kemegahan Fisik" (*istisman*), "Keindahan Perawatan" (*istihsan*), serta "Kritik dan Komodifikasi". Pada tahap akhir, dilakukan interpretasi makna secara mendalam untuk menarik kesimpulan mengenai bagaimana makna Ta'dzim Sya'airillah diimplementasikan dan direpresentasikan di ruang digital. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk tidak hanya melihat apa yang tersurat dalam konten, tetapi juga memaknai pergeseran nilai dan simbolisme ketakwaan yang dikonstruksi oleh kreator konten dalam konteks media baru.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konstruksi Visual *Istisman*

Hasil analisis data temuan menunjukkan bahwa kanal deHakims secara konsisten mendominasi visualisasi konten melalui penekanan pada ukuran dan berat ekstrem hewan kurban sebagai representasi fisik dari konsep *istisman*. Teknik sinematografi low-angle digunakan secara strategis untuk menciptakan efek visual "raksasa", di mana posisi kamera yang lebih rendah dari objek memberikan impresi kemegahan dan volume tubuh yang masif pada sapi-sapi seperti Grandong, Wisanggeni, dan Condrosimo (Huttunen, 2022). Penggunaan narasi angka bobot yang mencapai 1,3 hingga 1,4 ton lebih di layar YouTube tidak hanya berfungsi sebagai data teknis, tetapi juga sebagai instrumen untuk membangun wacana mengenai totalitas dan kesungguhan dalam mencari hewan terbaik demi mengagungkan syiar agama.

Selain sudut pengambilan gambar, penggunaan pencahayaan dramatis dalam video tersebut berperan krusial dalam menonjolkan tekstur kulit yang bersih serta massa otot hewan yang padat dan berurat. Pencahayaan yang terukur ini menciptakan gradasi visual yang mempertegas kualitas fisik hewan, yang dalam perspektif teologis dikonstruksi sebagai manifestasi dari nilai *istihsan* atau upaya memperindah objek kurban. Kombinasi antara efek visual "raksasa" dan penonjolan detail fisik ini mentransformasikan hewan kurban dari sekadar ternak menjadi simbol keagungan syiar (*ta'dzim sya'airillah*) yang mampu menggugah empati dan kekaguman kolektif audiens di ruang digital.

Penonjolan angka tonase yang ekstrem secara eksplisit dalam judul dan narasi video, seperti penyebutan bobot "1,3 ton" hingga "1,479 ton" pada sapi Grandong dan Condrosimo, berfungsi sebagai instrumen validasi kuantitatif dalam ruang digital. Dalam perspektif kualitatif, angka-angka tersebut dikonstruksi bukan sekadar sebagai data statistik peternakan, melainkan sebagai simbol pencapaian tertinggi dalam upaya memuliakan syiar melalui kesungguhan material. Secara interpretatif, penggunaan angka tonase yang masif ini menjadi bentuk digital dari implementasi riwayat *istisman* (menggemukakan hewan), di mana kebesaran volume fisik hewan digunakan untuk mengomunikasikan pesan bahwa objek ibadah kurban layak mendapatkan

persembahan yang paling maksimal dan tidak tanggung-tanggung (Vasko et al., 2020).

Visualisasi berat badan yang melampaui standar rata-rata ini secara sistematis membangun kesan agung (*Ta'dzim*) terhadap objek syiar di mata audiens kanal deHakims. Melalui narasi yang menghubungkan berat badan raksasa dengan nilai spiritual, konten tersebut mentransformasikan data berat fisik menjadi sebuah pengalaman religius yang membangkitkan rasa takjub dan penghormatan kolektif. Hal ini membuktikan bahwa penonjolan angka tonase di media sosial merupakan strategi dakwah visual yang efektif untuk membumikan konsep teologis klasik mengenai pentingnya kualitas hewan kurban, sekaligus menegaskan bahwa pengagungan terhadap simbol-simbol Allah (*Sya'airillah*) dapat diartikulasikan melalui keunggulan fisik yang terekam secara empiris di layar digital.

Estetika Istihsan

Temuan penelitian menunjukkan bahwa dimensi istihsan dalam kanal deHakims dimanifestasikan melalui visualisasi kualitas hidup hewan yang sangat terstandarisasi, yang mencakup perawatan fisik intensif seperti ritual memandikan atau "salon hewan" hingga penyediaan pakan premium. Konstruksi kandang yang estetik dengan fasilitas "VVIP" di lokasi yang memiliki suhu udara sejuk, seperti Sukabumi dan lereng Gunung Bromo, digunakan sebagai instrumen visual untuk menunjukkan bahwa pemuliaan hewan kurban melampaui aspek fisik semata dan merambah pada pemenuhan kesejahteraan hewan (*animal welfare*) yang maksimal. Melalui dokumentasi kebersihan kandang yang terjaga dan pemberian nutrisi yang terkontrol, kreator membangun wacana bahwa memuliakan syiar Allah (*ta'dzim sya'airillah*) berarti menempatkan hewan kurban sebagai subjek yang terhormat dan layak mendapatkan fasilitas terbaik sebelum tiba hari penyembelihan (Rahman, 2017).

Visualisasi tersebut semakin diperkuat dengan kehadiran sapi-sapi pemenang kontes nasional, seperti Wisanggeni yang merupakan Juara 2 kategori A Ekstrem APPSI 2022, sebagai bukti empiris dari kualitas hidup yang unggul. Penonjolan status "juara" dan fisik yang sempurna tanpa cacat ini mengonstruksi standar keindahan (*istihsan*) yang divalidasi oleh otoritas peternakan profesional, bukan sekadar opini subjektif kreator. Dalam perspektif kualitatif, narasi mengenai perawatan kuku, pemijatan hewan, hingga penanganan medis intensif saat hewan jatuh sakit mentransformasikan pesan kurban dari sekadar ritual penyembelihan menjadi sebuah etika pemuliaan makhluk hidup yang sangat dihargai oleh audiens digital.

Analisis interpretatif terhadap narasi keindahan (*istihsan*) dalam kanal deHakims menunjukkan adanya pergeseran paradigma visual yang signifikan, di mana hewan kurban tidak lagi diposisikan sebagai objek ternak fungsional, melainkan sebagai subjek yang dimuliakan melalui etika ihsan yang mendalam. Melalui dokumentasi interaksi personal seperti adegan mengajak hewan bicara, memberikan sentuhan fisik yang penuh kasih sayang, hingga pemenuhan kebutuhan psikologis melalui fasilitas kandang "VVIP", konten tersebut mengonstruksi citra hewan sebagai makhluk yang memiliki kedekatan emosional dengan pengurbannya. Visualisasi ini mencerminkan implementasi nyata dari konsep memperindah (*istihsan*) yang tidak hanya terbatas pada rupa fisik, tetapi juga pada keindahan perlakuan yang menempatkan hewan pada posisi terhormat dalam rangkaian prosesi syiar ibadah.

Transformasi citra dari "ternak" menjadi "subjek yang dimuliakan" ini secara sistematis membangun narasi teologis mengenai pentingnya kesadaran batiniah pekurban sebelum hari penyembelihan tiba. Dengan menonjolkan aspek kesejahteraan hewan seperti pemberian pakan premium, suplemen kesehatan, hingga perlindungan dari stres melalui lingkungan yang terkontrol, konten digital ini mengedukasi audiens bahwa *ta'dzim sya'airillah* menuntut tanggung jawab moral yang melampaui sekadar transaksi material. Narasi keindahan yang dibangun bukan sekadar pajangan estetis, melainkan representasi dari ketakwaan hati yang terwujud dalam pemuliaan makhluk hidup, sehingga audiens diajak untuk melihat setiap detik perawatan hewan sebagai bagian tak terpisahkan dari ibadah kurban yang berkualitas dan beretika (Maulana et al., 2022).

Kritik Dialektis: Antara Syiar dan Komodifikasi Digital

Di sisi lain, kehadiran label "Sultan" dan penyebutan harga fantastis yang mencapai ratusan juta rupiah dalam judul serta narasi video deHakims memicu dialektika mengenai batas antara syiar dan komodifikasi agama. Penggunaan elemen clickbait yang dominan, seperti penekanan pada nominal Rp280 juta hingga Rp300 juta untuk sapi Grandong, menciptakan bingkai sensasionalisme yang mengedepankan aspek kemewahan material sebagai daya tarik utama konten. Data temuan ini menunjukkan bahwa representasi visual yang terlalu berfokus pada label prestise berisiko terjebak dalam logika pasar digital, di mana kemegahan ritual kurban diukur melalui besaran harga dan status sosial pekurban di mata publik (Krismayanty et al., 2025).

Dialektika ini mengidentifikasi adanya potensi pergeseran fokus audiens dari kedalaman nilai spiritual pengorbanan menuju pemujaan nilai material yang bersifat profan. Dominasi narasi mengenai harga dan eksklusivitas "Sapi Sultan" dapat mendistorsi pemahaman kolektif audiens, sehingga ibadah kurban seolah-olah menjadi ajang kompetisi kekayaan alih-alih bentuk ketakwaan hati (*taqwa al-qulub*). Meskipun narator sering kali menyertakan pesan mengenai keikhlasan, kehadiran elemen-elemen materialistik yang mencolok di ruang digital berpotensi mengaburkan esensi transendental kurban dan menggantinya dengan logika tontonan yang mengunggulkan aspek kuantitas serta prestise duniawi di atas substansi ibadah itu sendiri.

Fenomena spectacle religion dalam konten kurban di kanal deHakims menunjukkan adanya batas yang semakin tipis antara upaya memuliakan syiar agama dengan tuntutan algoritma media sosial yang mengejar viralitas dan pendapatan AdSense. Pengemasan ibadah kurban ke dalam narasi "Sapi Sultan" dengan judul-judul provokatif dan durasi video yang panjang mencerminkan upaya sistematis untuk memenuhi kriteria keterlibatan penonton (*audience engagement*) yang tinggi. Dalam perspektif kritis, ketika elemen-elemen dramatis seperti tangisan pelepasan hewan atau ketegangan saat penimbangan bobot ekstrem dieksploitasi secara visual, terdapat risiko bahwa substansi teologis dari *ta'dzim sya'airillah* bertransformasi menjadi sekadar komoditas hiburan yang diukur berdasarkan jumlah penayangan (*views*) dan klik.

Komodifikasi agama ini menciptakan dialektika di mana nilai-nilai sakral ibadah

kurban harus berkompetisi dengan logika pasar digital yang mengutamakan tontonan (*spectacle*). Meskipun narasi yang dibangun secara lahiriah bertujuan untuk memotivasi publik agar memberikan kurban terbaik, penggunaan elemen clickbait mengenai harga fantastis hingga ratusan juta rupiah berpotensi mengaburkan esensi ketakwaan dan menggantinya dengan pemuasan algoritma yang mengagungkan kemewahan materi. Akibatnya, fenomena ini tidak hanya berfungsi sebagai media dakwah visual, tetapi juga sebagai ruang di mana batas-batas antara ketulusan niat beribadah dan strategi ekonomi kreatif menjadi sangat cair, yang pada akhirnya dapat menggeser fokus kolektif audiens dari refleksi spiritual menuju konsumsi visual yang bersifat profan (Rizal & Vella, 2024).

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa transformasi ibadah kurban dalam kanal deHakims merepresentasikan fenomena *spectacle religion*, di mana ritual keagamaan yang sakral kini dimediasi secara intensif oleh citra dan konstruksi visual yang megah (Nugroho et al., 2025). Sejalan dengan teori Guy Debord, pengalaman langsung dalam ibadah kurban kini cenderung bergeser menjadi representasi visual melalui penonjolan profil sapi-sapi raksasa seperti Grandong, Wariso, hingga Condrosimo yang dikemas secara performatif. Dalam konteks ini, keberagaman tidak lagi hanya hadir sebagai sistem makna normatif, melainkan menjadi sebuah relasi sosial yang dimediasi oleh citra digital yang diproduksi dan dikonsumsi secara massal melalui logika media modern. Penayangan angka tonase yang ekstrem dan detail estetika fisik hewan kurban menciptakan sebuah bentuk tontonan religius yang berorientasi pada daya tarik visual dan pengalaman emosional bagi audiens.

Lebih lanjut, keterlibatan teknologi digital dan format hiburan dalam mendokumentasikan proses *istisman* (penggemukan) dan *istihsan* (memperindah) hewan kurban mencerminkan penerapan "logika media" yang sangat kuat, seperti komersialisasi dan distribusi digital. Fenomena "worship as spectacle" muncul ketika narasi pemuliaan hewan kurban yang dilakukan Irfan Hakim mulai dari perawatan VVIP hingga status juara kontes disajikan dalam bingkai estetika visual yang mampu memicu viralitas dan audience engagement yang tinggi. Hal ini menciptakan batas yang tipis antara upaya tulus untuk mengagungkan syiar Allah (ta'dzim sya'airillah) dengan strategi pemuasan algoritma demi kepentingan konsumsi visual. Dengan demikian, praktik kurban di era media ini membuktikan bahwa ritual spiritual telah bertransformasi menjadi konstruksi representasional yang berfungsi sebagai instrumen dakwah sekaligus produk budaya visual modern.

Fenomena ini menyisakan dialektika kritis mengenai apakah keindahan visual tersebut mendukung atau justru mengaburkan esensi takwa. Di satu sisi, narasi *istisman* (penggemukan) dan *istihsan* (memperindah) hewan melalui perawatan eksklusif dan pencahayaan dramatis berfungsi sebagai instrumen dakwah visual untuk mengimplementasikan prinsip ta'dzim sya'airillah atau mengagungkan syiar Allah. Namun di sisi lain, penggunaan label "Sultan", harga fantastis ratusan juta rupiah, dan elemen clickbait demi mengejar viralitas serta AdSense berpotensi menciptakan komodifikasi agama. Batas yang tipis ini menunjukkan bahwa ketika tontonan (*spectacle*) lebih mendominasi daripada refleksi batiniah, terdapat risiko pergeseran

fokus kolektif audiens dari nilai ketakwaan hati (*taqwa al-qulub*) menuju konsumsi visual yang bersifat materialistik dan profan.

Representasi syiar digital yang secara masif mengeksploitasi aspek kemewahan seperti pelabelan "Sapi Sultan", publikasi harga fantastis mencapai ratusan juta rupiah, hingga penonjolan atribut eksklusif lainnya berpotensi memicu pergeseran fundamental makna ibadah kurban dari dimensi batiniah menuju kompetisi materialistik. Fenomena ini mencerminkan proses komodifikasi agama di mana nilai-nilai sakral ta'dzim sya'airillah mengalami reduksi melalui logika pasar yang mengedepankan kalkulabilitas material, efisiensi citra, dan daya tarik visual demi memuaskan algoritma media sosial. Sebagaimana dikemukakan dalam teori commodity fetishism, ketika objek religius diposisikan sebagai komoditas prestise, nilai guna spiritualnya sering kali terdistraksi oleh nilai tukar simbolik yang mengagungkan status sosial pekurban di mata publik (Amri et al., 2024).

Ketika fokus audiens terfragmentasi oleh kemegahan fisik dan eksklusivitas ekonomi yang ditampilkan melalui elemen clickbait serta spectacle religion, esensi ketakwaan hati (*taqwa al-qulub*) berisiko terpinggirkan oleh budaya konsumsi simbolik yang lebih mengutamakan pameran kepemilikan daripada kedalaman makna pengorbanan. Estetisasi pengalaman religius yang berlebihan di ruang digital ini menciptakan apa yang disebut sebagai "hiperrealitas ibadah," di mana citra visual tentang hewan kurban yang sempurna menjadi lebih penting daripada realitas spiritual di baliknya. Akibatnya, batas antara syiar yang tulus dengan upaya pemuasan ego serta viralitas yang bersifat profan menjadi sangat cair, yang pada akhirnya dapat mengikis otoritas makna kurban sebagai media pendekatan diri kepada Sang Pencipta menjadi sekadar instrumen legitimasi kelas sosial.

Munculnya tren visualisasi kurban jumbo di Indonesia merupakan manifestasi sosiologis dari pertumbuhan kelas menengah Muslim yang mengonstruksi identitas religiusitasnya melalui "estetisasi pengalaman agama" di ruang digital. Fenomena ini mencerminkan apa yang disebut sebagai *spectacle religion*, di mana ritual kurban mengalami transformasi dari sekadar praktik spiritual normatif menjadi sebuah performa identitas yang menjembatani ketaatan teologis dengan standar selera kelas sosial yang modern dan konsumtif (Berglund, 2026). Secara ilmiah, pengemasan konsep *istisman* (menggemukkan) dan *istihsan* (memperindah) melalui teknik sinematografi dramatis serta penonjolan angka tonase ekstrem menunjukkan bekerjanya "logika media" yang mengubah ibadah menjadi tontonan (Pakpahan, 2022). Melalui perspektif komodifikasi agama, keterpukauan audiens terhadap kemegahan fisik sapi-sapi ikonik seperti Wariso atau Janoko menandakan adanya pergeseran cara masyarakat merayakan agama, di mana aspirasi spiritualitas baru kini sering kali disalurkan melalui konsumsi simbolik yang memadukan antara tuntutan takwa dengan gairah eksistensi sosial dalam struktur masyarakat kapitalistik.

Sebagai penutup, fenomena visualisasi sapi kurban jumbo di ruang digital memberikan pesan refleksi mendalam yang sejatinya telah digariskan dalam Surat Al-Hajj Ayat 37. Sebagaimana ditegaskan dalam ayat tersebut, bukanlah daging atau darah dari hewan-hewan kurban itu yang akan mencapai keridaan Allah, melainkan ketakwaan dan keikhlasan dari hati pekurbanlah yang sampai kepada-Nya (Noviandri et al., 2025). Meskipun diskursus *istisman* (menggemukkan) dan *istihsan*

(memperindah) hewan melalui layar YouTube seperti pada profil Wariso, Janoko, hingga Sadewa berfungsi sebagai media pengagungan syiar Allah (*ta'dzim sya'airillah*), esensi ibadah ini tetap harus kembali pada kemurnian niat. Ibadah kurban yang tidak dibarengi dengan keikhlasan bagaikan tubuh tanpa roh atau kulit buah yang tidak berisi. Oleh karena itu, di tengah kemegahan visual dan estetika kurban modern, tantangan sesungguhnya bagi setiap Muslim adalah memastikan bahwa di balik bobot tonase yang masif, tersimpan ketakwaan yang tulus sebagai perwujudan syukur atas hidayah-Nya, sehingga kurban tersebut benar-benar menjadi kabar gembira bagi orang-orang yang berbuat baik (*al-muhsinin*) (Pratama & Arif, 2024).

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa konten visual di platform YouTube, sebagaimana yang ditampilkan dalam kanal deHakims, telah berhasil mentransformasikan konsep teologis klasik istisman (menggemukakan) dan istihsan (memperindah) ke dalam bentuk "sinematografi ketakwaan" yang megah. Melalui penggunaan teknik pengambilan gambar low-angle dan narasi yang menonjolkan kualitas fisik serta kesejahteraan hewan, media digital mampu menjadi sarana ta'dzim sya'airillah yang efektif bagi audiens modern. Namun demikian, diperlukan batasan etis yang ketat agar kemegahan visual dan label "Sultan" tidak terjebak dalam logika riya, komodifikasi agama, atau sekadar tontonan (*spectacle religion*) yang berisiko mengaburkan esensi ketulusan serta ketakwaan batiniah pekurban.

Secara metodologis, penelitian ini memberikan kontribusi penting bagi pengembangan studi Islam kontemporer dengan menerapkan Analisis Isi Kualitatif Interpretatif terhadap fenomena dakwah visual di ruang digital. Studi ini berhasil mengisi celah penelitian (*research gap*) dengan menjembatani teks otoritatif klasik, seperti Tafsir Al-Baghawi, dengan realitas media baru, sehingga mampu membedah dimensi estetika yang selama ini luput dari kajian yang bersifat administratif maupun fiqh teknis. Dengan demikian, artikel ini menawarkan kerangka metodologi analisis visual yang relevan untuk memaknai bagaimana teknologi mampu menghidupkan kembali semangat memuliakan syiar agama melalui representasi digital yang tetap berpijak pada substansi penghambaan yang luhur.

Meskipun memberikan wawasan mendalam, penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya berfokus pada jumlah sampel yang terbatas, yakni pada kanal YouTube deHakims sebagai sumber data utama. Keterbatasan ini memberikan peluang bagi peneliti selanjutnya untuk memperluas jangkauan sampel channel dan melakukan analisis yang lebih mendalam terhadap interaksi di kolom komentar. Saran bagi penelitian masa depan adalah untuk membedah respons serta dampak psikologis audiens secara lebih luas guna memahami sejauh mana tontonan religius tersebut memengaruhi kedalaman spiritualitas dan perilaku beragama masyarakat di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Baghawi, A.-I. M. S. A. M. al-H. bin M. (1409). *Ma'alim al-Tanzil* (M. A. Al-Khumrah (ed.); Jilid Keli, Vol. 5). Dar Taybah. <http://quranpdf.blogspot.in>
- Amri, Y., Ridho, A., Anshori, M., Irwansyah, S. R., Ali, M., & Nisa, F. (2024). Commodification of Religious Sentiments and Threats to Diversity on Youtube Religious Content. *DINIKA: Academic Journal of Islamic Studies*, 9(2), 173–194.
- Baharullah, B. (2023). Meningkatkan Hasil Belajar Materi Qurban dan Aqiqah Melalui Penerapan Cooperative Learning Pada Peserta Didik Fase E MA Al Urwatul Wutsqaa. *EDUCATOR (DIRECTORY OF ELEMENTARY EDUCATION JOURNAL)*, 4(2), 13–26.
- Berglund, D. (2026). *Sacred Spectacle: Spiritual Development, Religious Motifs, and Transcendental Style in Contemporary Musical Cinema*.
- City, T., Prihadi, D., Waskita, J., Irawan, B. H., Alsaifira, O. M., Widiarti, T., & Reformasi, E. (2025). *Abdimas Galuh*. 7, 45–52.
- Febry Rudiantara, Haiyin Lana Lazulfa, W. D. (2022). *Syariat Penyembelihan dan Pendistribusian Daging Kurban dalam Tafsir Fiqih Imam Syafi'i: Studi Kasus di Indonesia Febry*. 9, 13–23.
- gharizah Alhuur, K. R., & Heriyadi, D. (2024). Preferential Analysis of Sheep Breeds Among Consumers and Cattle Traders Prior to the 2024 Qurban Celebration. *Farmers: Journal of Community Services*, 5(2), 175–180.
- Huttunen, S. (2022). Ecological approach to cinematographic lighting of the human face—a pilot study. *Baltic Screen Media Review*, 2(10), 274–291.
- Irawan, P. R. (2025). Penerapan Nilai Amanah dan Halal dalam Prosedur Penyembelihan Qurban di Lingkungan Yayasan Pertiwi Global Rawamangun: Pengabdian. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(1), 3705–3711.
- Krismayanty, W. K., Hendaryan, H., & Herdiana, H. (2025). Sendi Gaya Bahasa dalam Konten Youtube untuk Meningkatkan Daya Tarik dan Efek Finansial. *Diksatrasi: Jurnal Ilmiah Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 9(2), 331–340.
- Kusnadi, K. (2021). Tafsir tematik tentang ibadah Kurban (studi surat Al-Hajj: 36). *Ulumul Syar'i: Jurnal Ilmu-Ilmu Hukum Dan Syariah*, 10(2), 29–43.
- Maulana, G. R., Aprilliani, K., Hafianti, K. A., & Fajrussalam, H. (2022). Tradisi Pawai Obor Dalam Memperingati Tahun Baru Islam Di Kabupaten Purwakarta. *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(11), 2467–2474.
- Muhammad Tho'in, Sumadi, Tino Feri Efendi, Dewi Muliasari, Hadi Samanto, Wikan Budi Utami6, A. M. I. (2022). SOSIALISASI PENYEMBELIHAN DAN PEMBAGIAN HEWAN QURBAN SESUAI SYARIAT ISLAM. *Jurnal BUDIMAS (ISSN:2715-8926)*, 04(02), 1–7.
- Noviandri, R., Insani, E., Barakah, L. U., Lubis, S. R., & Wismanto, W. (2025). Qurban Sebagai Sarana Penguatan Nilai Nilai Kebersamaan dalam Masyarakat. *Akhlaq: Jurnal Pendidikan Agama Islam Dan Filsafat*, 2(1), 98–109.

- Nugroho, M. A., Sunarto, B., & Setiyono, B. (2025). The Spaces of Sekaten: Contesting Islamic Values and Market Logic in the Ritual Landscape of Surakarta, Indonesia:-. *Fikri: Jurnal Kajian Agama, Sosial Dan Budaya*, 10(2), 902–915.
- Nuraulia, A., & Gunawan, A. (2026). *Pengembangan animasi qurban dan aqiqah dalam meningkatkan hasil belajar di Madrasah Aliyah*. 7(1), 214–228. <https://doi.org/10.32832/itjmie.v7i1.21207>
- Pakpahan, B. J. (2022). Partisipasi aktif dalam ibadah online sebagai tanda persekutuan. *Kurios*, 8(1), 42–57.
- Patrihady, H. W., Fahma, F. A., Shalatiah, N. L., & Fuji, S. (2022). Pelaksanaan Qurban Bulan Sabit Merah Indonesia (BSMI) NTB di Massa Pandemi Covid-19. *Indonesian Red Crescent Humanitarian Journal*, 1(2), 74–80.
- Pratama, S., & Arif, M. S. (2024). Nilai-Nilai Qurban Dalam Perspektif Ibadah, Ekonomi, Dan Sosial. *Al-Mizan: Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(1), 43–53.
- Rahman, S. A. (2017). Religion and animal welfare—An islamic perspective. *Animals*, 7(2), 11.
- Rizal, D. A., & Vella, N. K. S. (2024). Commodification of Social Media: Digitization of Religion as a Contemporary Da'wah Media. *BELIEF: Sociology of Religion Journal*, 2(1), 55–65.
- Salat, R., & Pratiwi, E. (2025). *Analisis Layanan Kurban Berbasis Teknologi Digital Menggunakan Analytical Network Process dan New Product Development pada Platform Sebisaku (Semua Bisa Kurban)*. 7(5), 3843–3853.
- Sari, R. P., & Adi, A. C. (2021). Sistem Penentuan Kualitas Hewan Qurban di Indonesia dengan Metode SAW. *Jurnal Nasional Teknologi Dan Sistem Informasi*, 7(2), 44–51.
- Sofiyawati, N., & Islam, P. M. (2023). *STRATEGI PROMOSI TEBAR HEWAN KURBAN DOMPET*. 3(3), 645–663.
- Vasko, R., Korolyova, A., Pakholok, Z., & Korolyov, I. (2020). *Logic and semiotic passportization of numbers in different cultures*.