

ANALISIS SEMANTIK LEKSIKAL AL-ZAMAKHSHARI TERHADAP FRASA “PERSONAL BRANDING” NABI MUSA (AS) DALAM AL-QURAN

AL-ZAMAKHSHARĪ'S LEXICAL-SEMANTIC ANALYSIS OF THE “PERSONAL BRANDING” PHRASE OF PROPHET MŪSĀ (AS) IN THE QUR'ĀN

Rafi Dinilhaq*

Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang, Indonesia.
*Corresponding author. Emel: rafidinilhaq3128@gmail.com

Novizal Wendry

Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang, Indonesia.
Emel: novizalwendry@uinib.ac.id

Nandi Pinto

Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang, Indonesia.
Emel: nandpintoamrizal@uinib.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini dilatari oleh penggunaan frasa yang mengindikasikan *personal branding* Nabi Mūsā as dalam al-Qur'ān. Frasa tersebut menjadi pintu gerbang untuk mengamati lebih jauh bagaimana koneksitas antara kepribadian Nabi Mūsā as versi al-Qur'ān dengan yang sudah tertanam di benak kita selama ini. Tujuan penelitian ialah mengungkap makna dibalik frasa *personal branding* Nabi Mūsā as dan merefleksikannya. Metode yang digunakan ialah kualitatif dengan objek kajian berfokus pada ayat-ayat kisah Nabi Mūsā as. Teori semantik al-Zamakhshari sebagai pisau analisis frasa dan *The Eight Laws of Personal Branding* Peter Montoya berfungsi sebagai acuan dalam mengklasifikasikan aspek pembentuk *personal branding* Nabi Mūsā as. Penelitian ini menemukan bahwa *personal branding* Nabi Mūsā as dibentuk oleh spesialisasi, kepemimpinan, kepribadian, dan difrensiasi. Keempat aspek ini ditiontion al-Qur'ān melalui delapan frasa yang terdiri dari *al-Qawiy*, *al-Amīn*, *Mukhlash*, *Rasūl*, *Nabiyyā*, *Ghaḍbān*, *al-Kalīm*, dan *al-A'lā*. Temuan ini mengimplikasikan bahwa ayat-ayat kisah ternyata tidak saja dapat dikaji dari sisi hikmah dan ibrah, bahkan juga dapat ditinjau dari aspek *personal branding* tokoh sentralnya.

Kata Kunci: Nabi Mūsā, *personal branding*, semantik leksikal.

ABSTRACT

This study is prompted by the presence of particular phrases in the Qur'ān that highlight Prophet Mūsā's distinctive attributes, what can be termed his "personal branding." These phrases provide a lens through which to compare the Qur'ānic portrayal of Prophet Mūsā's character with commonly held perceptions. The research aims to uncover the deeper meanings behind these personal branding elements and to encourage reflection on their significance. Employing a qualitative methodology, the inquiry centers on verses narrating Prophet Mūsā's story. Al-Zamakhsharī's semantic theory guides the examination of the linguistic features of these phrases, while Peter Montoya's "The Eight Laws of Personal Branding" helps classify the aspects that shape Prophet Mūsā's personal brand. The findings indicate that Prophet Mūsā's personal branding is established through four key dimensions: specialisation, leadership, personality, and differentiation. These facets emerge from eight Qur'ānic descriptors—*al-Qawiy*, *al-Amīn*, *Mukhlāṣ*, *Rasūl*, *Nabiyyā*, *Ghaḍbān*, *al-Kalīm*, and *al-A'lā*. The study concludes that the narrative verses of the Qur'ān can be analyzed not only for their moral guidance but also for the insights they offer into the personal branding of their central figures.

Keywords: Prophet Musa, *personal branding*, semantic lexical.

1. PENDAHULUAN

Tokoh dalam al-Qur`ān terbagi kepada protagonis dan antagonis. Tokoh protagonis antara lain Zulkarnain, Luqmān, 'Imrān, Maryam, para Nabi dan Rasul, serta orang-orang shalih lain yang dimention al-Qur'an. Sementara tokoh antagonis direpresentasikan oleh Namrūd, Fir'aun, Jālūt, Qārūn, Hāmān, Qabil, serta Abū Lahab.¹ Deskripsi tokoh yang dinarasikan melalui metode kisah tidak hanya mempengaruhi psikologis audiens al-Qur`an, bahkan juga mengisyaratkan pentingnya memilih role model dengan baik. Meskipun al-Qur`ān memuat sejarah umat masa lalu, seperti pernyataan Mun'im Sirry² dan Ahmad Khalafullah, bukan berarti al-Qur`ān pantas diklaim sebagai kitab sejarah atau *asāṭir al-Awwalīn*.³ Historis yang dimuat al-Qur`an

¹ Muhammad Hasnan Nahar, 'Tokoh Antagonis dalam Kisah Al-Qur'an', *Afkaruna: Indonesian Interdisciplinary Journal of Islamic Studies* 15, no. 2 (15 December 2019): 254–80. Abd Haris, "Kisah-Kisah Dalam Al-Qur'an" dalam *Penelitian dan Pemikiran Keislaman* Vol. 5 No. 1 Februari, 2018, h. 59. Sehat Sultoni Dalimunthe, 'METODE KISAH DALAM PERSPEKTIF AL-QUR'AN', *JURNAL TARBIYAH* 23, no. 2 (21 November 2016), <https://doi.org/10.30829/tar.v23i2.104>.

² Statement ini disampaikan Mun'im Sirry pada Seminar Workshop Tafsir yang diadakan LSQH UIN Sunan Kalijaga 20 Juni 2024.

³ Ahmad Khalafullah, *Al-Fann al-Qasasi fi al-Qur'an*, (Cairo: Sina Publisher, 1999), h. 152. Ghanim Qadduri al-Hamd, *Muhāḍarah fi 'Ulūm al-Qur'ān*, (Oman: Dār 'Ammār, 2003), h. 239. Al-Suyūṭī, *Al-*

merupakan sumber sejarah yang sarat akan hikmah. Uniknya, bersamaan dengan dramatisasi kisah-kisah itu, al-Qur`an menampilkan *personal branding* yang khas bagi masing-masing tokoh.

Menyoroti *branding* tokoh dalam al-Qur`an, apa yang terlintas di benak kita tentang “Nabi Mūsā”? Barangkali ketegasan, keperkasaan, dan gelar *kalīmullah* merupakan persepsi yang telah mengkristal di benak kita.⁴ Persepsi ini dapat dikatakan sebagai *personal branding* Nabi Mūsā yang berhasil diciptakan al-Qur`an di berbagai surah. Nampaknya, ini berkait-kelindan dengan fakta bahwa Nabi Mūsā menempati posisi teratas sebagai tokoh yang paling banyak disebut. Hasil investigasi penulis ke *al-Mu`jam al-Mufahras li Alfāz al-Qur`ān al-Karīm* menunjukkan bahwa Nabi Mūsā disebutkan sebanyak 136 kali, unggul 60 angka dari rivalnya, Fir`aun.⁵ Bahkan Rosihin Anwar dalam *Samudera Al-Qur`ān* mengatakan al-Qur`ān seakan-akan milik Nabi Mūsā.⁶ Sementara sejarawan Yahudi, S.D Goitein (w. 1985) menyebut Nabi Mūsā sebagai figur paling sentral dalam al-Qur`ān.⁷

Studi mengenai kisah Nabi Mūsā sudah banyak dilakukan oleh para peneliti. Umumnya objek mereka berkisar empat hal; kepemimpinan, nilai profetik, komunikasi dan strategi dakwah, serta potret Nabi Mūsā dan Nabi Khidr. Dimensi kepemimpinan,

Itqān fi ‘Ulūm al-Qur`ān, (Beirut: Risalah Publisher, 2008), h. 653. Lihat juga QS/ al-Furqān: 5; al-Anfāl: 31; al-An`ām: 25; al-Naḥl: 24; al-Mu`minūn: 83; al-Naml: 68, al-Aḥqāf: 17; al-Qalam: 15; al-Muṭaffifin: 13.

⁴ Lihat Lihat juga Q.S. al-Furqān: 5; al-Anfāl: 31; al-An`ām: 25; al-Naḥl: 24; al-Mu`minūn: 83; al-Naml: 68, al-Aḥqāf: 17; al-Qalam: 15; al-Muṭaffifin: 13.

⁵ Hamka berpendapat Mūsā disebutkan lebih dari 300 kali dalam al-Qur`ān. Tidak diketahui dari mana Hamka memperoleh data ini. Dugaan penulis, angka 300 muncul dari *marji` damīr* yang kembali kepada Mūsā. Lihat Hamka, *Tafsir al-Azhar*, (Singapura: Pustaka Nasional PTE LTD, th.t), Jilid 6, h. 4317.

⁶ Rosihan Anwar, *Samudera Al-Qur`ān*, (Bandung: Pustaka Setia, 2001), h. 15.

⁷ Nama lengkapnya Selomo Dov Goitein, lahir di German, 3 April 1900 dan wafat 6 Februari 1985 di Amerika Serikat. Ia merupakan Ethnographer, Historian and Arabist alumni University of Frankfurt dan belajar Islam di bawah bimbingan Josef Horovitz. Ia diangkat sebagai Guru Besar Sejarah Islam dan Studi Islam di Universitas Ibrani Yerusalem pada 1928. Lihat https://en.wikipedia.org/wiki/Shelomo_Dov_Goitein#Biography diakses 6 Februari 2024 pukul 15.32.

misalnya diungkap M.Ilyas dan Ambo Tang⁸, Sarnoto dan Hidayatullah⁹, Andi Noor¹⁰, Akbar¹¹, serta Asnawi¹². Mereka mengatakan Nabi Mūsā merupakan pemimpin yang mengayomi, peka secara sosial, dan bertanggungjawab. Sedangkan aspek profetik ditulis Ach. Khatib yang menyatakan nilai keteguhan, *craking zone*, menghargai kritik, dan sikap simpati-empati termuat dalam kisah Nabi Mūsā.¹³ Adapun metode dakwah Nabi Musa diterangkan oleh Ridwan yang menyebut Nabi Musa menempuh metode *bil hal* dan *bil-lisan* dalam dakwah.¹⁴ Untuk dimensi terakhir, para peneliti banyak mengaitkan cuplikan Nabi Musa dan Nabi Khidr itu dengan pendekatan hermenetik¹⁵ dan pendidikan, bahwa unsur yang terkandung dalam kisah tersebut mencakup urgensi

⁸ Muamar Asykur et al., 'Nilai-Nilai Perencanaan Pendidikan Islam (Kisah Nabi Musa As Bersama Nabi Khidir as) Dalam Surah Al Kahfi Ayat 60-82', *Edukasi Islami: Jurnal Pendidikan Islam* 11, no. 02 (28 June 2022), <https://doi.org/10.30868/ei.v11i02.2237>.

⁹ Ahmad Zain Sarnoto and Hidayatullah Hidayatullah, 'Karakter Kepemimpinan Nabi Musa AS Dalam Al-Qur'an', *Jurnal Alim: Journal of Islamic Education*, 2019, <https://repository.ptiq.ac.id/id/eprint/538/>.

¹⁰ Fitrah, A. N. (2018). Implementasi Gaya Kepemimpinan Nabi Musa as Dalam Pendidikan Karakter. *Tawazun: Jurnal Pendidikan Islam*, 11(2), 176-189.

¹¹ Akbar, D. W., & Liza, F. (2023). KOMPARASI GAYA KEPEMIMPINAN NABI MUSA DAN FIR'AUN DALAM PENDIDIKAN KARAKTER. *Al Amin: Jurnal Kajian Ilmu dan Budaya Islam*, 6(01), 73-92.

¹² Yerina Asnawi, Tesis: *Tipe Kepimpinan Nabi Mūsā Dalam Tafsir Al-Misbah*, (Jakarta: Institute PTIQ, 2020), h. 120.

¹³ Khatib, A. (2019). Implementasi Nilai-Nilai Profetik pada Kisah Nabi Musa dalam Al-Qurān. *Anil Islam: Jurnal Kebudayaan dan Ilmu Keislaman*, 12(1), 138-159.

¹⁴ Muhammad Ridwan, Dakwah Persuasif Nabi Musa Dalam Perspektif Komunikasi Dakwah Kontemporer, dalam *Da'wah* Vol. 21 No. 2 2023, h. 112-130.

¹⁵ Sanaya, M. A. (2022). *KISAH NABI MUSA DAN NABI KHIDIR DALAM SURAT AL-KAHFI AYAT 60-82 MENURUT TAFSIR AL-SHA'RĀWIY (STUDI ANALISIS HERMENEUTIKA JORGE JE GRACIA)* (Doctoral dissertation, IAIN SYEKH NURJATI. S1 IAT).

kontrak dan perencanaan belajar¹⁶, etika belajar¹⁷, integrasi keilmuwan¹⁸, tarbiyah akhlak dan karakter¹⁹, serta *profetic education management*.²⁰

Berbagai riset di atas memperlihatkan bahwa kisah Nabi Musa telah diamati melalui berbagai dimensi. Akan tetapi, studi yang sudah ada nampaknya belum menyoroti sosok Nabi Musa secara lebih dekat dari sisi *personal branding*. Sejauh ini teori *personal branding* banyak diaplikasikan untuk melihat *positioning* konten kreator, politikus atau publik figur tertentu. Padahal teori ini dapat diterapkan kepada tokoh-tokoh dalam al-Qur`an seperti Nabi Musa. Al-Qur`an membangun branding yang khas tersebut melalui sejumlah kosakata unik yang secara eksplisit merepresentasikan *personality* Nabi Musa yang sesungguhnya. Artikel ini berupaya mengungkap makna leksikal di balik frasa-frasa itu dan merefleksikannya. Refleksi yang dimaksud ialah mengemukakan bukti-bukti berbasis ayat al-Qur`an demi mengelaborasi aspek-aspek yang membangun *personal branding* Nabi Musa.

Riset kualitatif ini menggunakan data yang bersumber dari literatur kepustakaan yaitu ayat-ayat kisah Nabi Mūsā dan tiga kitab tafsir yang terdiri dari *al-Tahrīr wa al-Tanwīr* Ibnu 'Asyur, *Al-Misbāh* Quraish Shihab, serta *al-Kaysyāf 'an Haqāiq al-Tanzīl wa 'Uyun al-Aqāwīl fi Wujuh al-Tanzīl* Al-Zamakhshyari.²¹ Sumber primer lain yang difungsikan mengungkap makna leksikal ialah *Lisān al-Arab*²², *Mufradat li Alfāz al-*

¹⁶ Verlita, P., Sari, F. R., Lathif, A., & Gusmaneli, G. (2024). KONTRAK PEMBELAJARAN: REFLEKSI TERHADAP KISAH NABI MUSA DAN NABI KHIDIR STUDI SURAH AL KAHFI. *JURNAL PENDIDIKAN DAN KEGURUAN*, 2(1), 169-176. Asykur, M., Ilyas, A., Mahmud, H. H., Pilo, N., & Habibah, S. (2022). Nilai-Nilai Perencanaan Pendidikan Islam (Kisah Nabi Musa As Bersama Nabi Khidir As) Dalam Surah Al Kahfi Ayat 60-82. *Edukasi Islami: Jurnal Pendidikan Islam*, 11(02).

¹⁷ Muzakki, Z., Illahi, N., & Muljawan, A. (2022). ETIKA BELAJAR DALAM AL-QURAN:(Studi Analisis Surat Al-Kahfi Ayat 66-78). *JIQTA: Jurnal Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir*, 1(1), 72-84.

¹⁸ Romadhoni, M. W. (2022). Integrasi Ilmu Kisah Nabi Musa dan Nabi Khidir dalam QS Al-Kahfi [18]: 60-82. *Jurnal Ilmiah Ilmu Ushuluddin*, 21(2), 205-219.

¹⁹ Nurhasanah, N., Suriadi, S., & Rathomi, A. (2018). NILAI-NILAI PENDIDIKAN AKHLAK PADA KISAH NABI MUSA AS DAN NABI KHIDIR AS. *Cross-border*, 1(1), 196-207.

²⁰ Asykur, M., Tang, M., & Ismail, I. (2022). Prophetic Education Management Paradigm; Construction of Planning Narratives in the Story of Prophet Musa and Prophet Khidr. *Al-Tanzim: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 6(1), 105-117.

²¹ Muhammad Tāhir Ibnu 'Asyūr, *Tafsīr al-Tahrīr wa al-Tanwīr*, (Tunisia: Dār Tunīsiyah, 1984). Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah*, (Jakarta: Lentera Hati). Al-Zamakhshyāri, *Tafsir al-Kaysyāf 'an Haqāiq al-Tanzīl wa 'Uyun al-Aqāwīl fi Wujuh al-Tanzīl*, (Beirut: Dār al-Ma'rifah, 2009).

²² Ibnu Manzūr, *Lisān al-'Arab*, (Beirut: Dar Shadr, th.t).

*Qur'ān*²³, *al-Mu'jam al-Istiqāq al-Muwaṣṣal li Alfāz al-Qur'ān al-Karīm*²⁴ dan *al-Mufaṣṣal fi 'Ilm al-Lughah*²⁵. Data diperoleh dengan menelusuri kata Mūsā melalui *Mu'jam al-Mufahras li Alfaz al-Qur'ān*. Setelah frasa ditekumpulkan, penulis mengklasifikasikan frasa tersebut sesuai teori Peter Montoya dalam *The Personal Branding Phenomenon*.²⁶ Data terkait, penulis reduksi berdasarkan kebutuhan penelitian. Setelahnya, penulis melakukan investigasi ke kamus dan literatur tafsir yang dimaksud untuk menyajikan makna leksikal dari tiap-tiap frasa. Perlu dipertegas bahwa di sini penulis mengkaji makna semantik dengan menggunakan teori semantik Arab al-Zamakshyari, khususnya terkait *sifat al-Musyabbahah*, *isim maf'ul*, serta *isim tafdhil*, bukan mengkaji makna kata menurut perspektif al-Zamakshyari. Dan, di bagian akhir penulis merefleksikan *personal branding* tokoh yang diteliti.

2. FRASA PERSONAL BRANDING NABI MUSA AS DALAM AL-QUR'AN

Berdasarkan investigasi terhadap 34 surah kisah, penulis menemukan delapan frasa yang mengindikasikan *personal branding* Nabi Mūsā yang terdiri dari:

Tabel 1: Term Personal Branding Nabi Mūsā dalam al-Qur'ān

No	Potongan Ayat	QS (Qur'ān Surah)	Term Personal Branding
1	إِنَّ خَيْرَ مَنِ اسْتَأْجَرْتَ الْقَوِيُّ الْأَمِينُ	Al-Qasas: 26	<i>Al-Qawiy</i>
2	إِنَّ خَيْرَ مَنِ اسْتَأْجَرْتَ الْقَوِيُّ الْأَمِينُ	Al-Qasas: 26	<i>Al-Amīn</i>

²³ Raghīb al-Aṣfahānī, *Mufradat li Alfāz al-Qur'ān*. Kitab yang penulis gunakan ialah kitab dalam bentuk pdf yang tidak ditemukan covernya, sehingga penulis tidak mengetahui lokasi dan tahun penerbitan kitab tersebut.

²⁴ Muhammad Hasan Jabal, *al-Mu'jam al-Isytiqāq al-Muwaṣṣal li Alfāz al-Qur'ān al-Karīm*, (Qahirah: Maktabah Al-Adab, 2010).

²⁵ Al-Zamakshyari, *Al-Mufaṣṣal fi Ilm al-Lughah*, (Beirut: Dār Ihyā' al-'Ulūm, tt).

²⁶ Peter Montoya, *The Brand Called You Create a Personal Brand That Wins Attention and Grows Your Business*, (United State: The McGraw-Hill Companies, 2009); Peter Montoya, *The Personal Branding Phenomenon*, (Amerika: Personal Branding Press Publishing, 2002).

3	إِنَّهُ كَانَ مُخْلِصًا وَكَانَ رَسُولًا نَبِيًّا	Maryam: 51	<i>Mukhlaṣ</i>
4	إِنَّهُ كَانَ مُخْلِصًا وَكَانَ رَسُولًا نَبِيًّا	Maryam: 51	<i>Rasūl</i>
5	إِنَّهُ كَانَ مُخْلِصًا وَكَانَ رَسُولًا نَبِيًّا	Maryam: 51	<i>Nabiyyā</i>
6	وَكَلامَ اللَّهِ مُوسَى تَكْلِيمًا	Al-Nisa': 164	<i>Kalīmullah</i>
7	فَرَجَعَ مُوسَى إِلَى قَوْمِهِ غَضْبَانَ أَسِفًا	Ṭāhā: 86; al-A'rāf: 150	<i>Ghaḍbān</i>
8	قُلْنَا لَا تَخَفُ إِنَّكَ أَنْتَ الْأَعْلَى	Ṭāhā: 68	<i>Al-A'lā</i>

Tabel di atas memperlihatkan bahwa dua frasa pertama tertera pada ayat yang sama, sebagaimana frasa ketiga hingga kelima juga demikian. Sedangkan frasa lainnya terdapat pada ayat terpisah, dan khusus frasa *Ghaḍbān* diulang dua kali pada dua ayat yang berbeda dalam konteks yang sama. Sebagai *the main character*, Nabi Mūsā jelas membangun interaksi dengan berbagai tokoh pendukung, karena dalam sebuah kisah, interaksi dan dialog merupakan suatu keniscayaan.²⁷ *Al-Qawiy* dan *al-Amīn*, misalnya adalah dua *value* yang dibandingkan oleh perempuan Madyan. Penilaian itu muncul setelah si perempuan memperhatikan gerak-gerik Nabi Musa. Sementara frasa lain dibandingkan secara langsung oleh *the narrator of story*: Allah Swt. Dengan demikian, penulis berasumsi bahwa di satu sisi frasa-frasa di atas hadir guna menggiring para pembaca agar memiliki sebuah persepsi yang unik tentang sosok Nabi Mūsā, dan di sisi lain menegaskan bahwa *personal branding* Nabi Musa tidak dibangun secara alami melalui narasi kisah, melainkan mengandalkan frasa-frasa tertentu.

Branding tokoh dengan mengandalkan frasa juga terjadi dalam kasus tokoh lain seperti Nabi Musa. Jibril dan Nabi Yusuf ditampilkan dengan frasa *al-Makin*, *al-Amin*.

²⁷ Mohammad Arif Taufiqurrahman dkk, "Gaya Bahasa Dialog Nabi Mūsā dan Nabi Khidr as Dalam Surah al-Kahfi" dalam *Allahjah* Vol 7, No. 2, Juli 2021, h. 8-10. Yuli Irsyadul Ibad, "Uslub Dialogis Kisah Nabi Mūsā as dalam al-Qur'an" dalam *Al-Fathim* Vol. 3. No. 1 Januari-Juni 2020, h. 1.

Al-Hafizh, dan *al-Alim*. Jibril disinggung dalam QS. al-Takwir: 19-21, sementara figur satunya lagi dalam QS. Yusuf: 54-55. Begitu pula dengan Nabi Ismail yang di-branding sebagai *Shadiq al-Wa'di* (QS. Maryam: 54), Nabi Idris dengan *al-Shiddiq* (QS. Maryam: 56), dan Nabi Daud dengan *Awwab* (QS. Shad: 17). Ini menegaskan dua hal; *Pertama*, tiap-tiap individu dicitrakan dengan diksi yang berbeda-beda. Konsekuensinya, masing-masing mereka memiliki kekhasan personal tersendiri; beda orang beda pula persepsi audiens al-Qur'an tentangnya. *Kedua*, meski tokoh lain juga di-branding, secara kuantitas, diksi *personal branding* Nabi Musa menduduki peringkat pertama dengan delapan frasa. Tegasnya, penulis tidak menemukan ada figur lain yang di-branding semasif Nabi Musa. Hal ini terlihat masuk akal karena kisah Nabi Musa demikian mendominasi dalam al-Qur'an.

Masifnya pembentukan *personal branding* Nabi Musa berbanding lurus dengan rivalnya, Fir'aun. Raja diktator itu dilukiskan oleh al-Qur'an dengan frasa *thagha* (طغى). Empat dosa besar mengakibatkan ia menyandang gelar tersebut; '*ala fi al-Ardh* (arogan atau sombong), membuat gap antara pribumi dan imigran (Bani Israil), menerapkan "romusha" bagi Bani Israil, serta membunuh bayi laki-laki secara sadis.²⁸ Penyematan *thagha* kian layak ketika Fir'aun mengaku sebagai Tuhan dan mewajibkan pengikutnya untuk menyembah dirinya (QS. al-Nazi'at: 24). Di sinilah letak keunikan kisah Nabi Musa, al-Qur'an menampilkan branding dua tokoh utama yang saling kontradiktif. Keduanya memiliki branding yang kuat, tetapi yang satu *positive branding*, sementara satunya *negative branding*.²⁹

Delapan frasa *personal branding* Nabi Musa sebagaimana tertera pada tabel di atas dikategorikan menjadi tiga klaster. *Pertama*, dalam bentuk *sifat al-Musyabbahah* berjumlah enam frasa; *al-Qawiy*, *al-Amin*, *Rasul*, *Nabiyyan*, *al-Kalim*, dan *al-*

²⁸ Menurut Nawawi Al-Bantani, jumlah bayi yang dibunuh Fir'aun berkisar 12.000 bayi. Lihat Nawawi Al-Batani, *Marah Labid Jilid 1*, (tkd: al-Usmāniyyah, 1884), h. 11. Syofyan Hadi, *Tafsir Qaṣaṣī Jilid II*. (Serang: A-Empat, 2021), h. 104.

²⁹ Helmy Yahya menyebut bahwa *personal branding* terbagi kepada *positive* dan *negative branding*. Yang diperlukan dalam pembentukan *personal branding* adalah upaya untuk menciptakan branding yang strong dan positive di benak masyarakat luas. Lihat "Bedah Buku "Who The Hell Are You?" bersama Helmy Yahya, 10 Februari 2021" diakses <https://www.youtube.com/watch?v=M929ZhyeY2Y> pada 2 Februari 2024.

Ghadhban. Kedua, satu frasa dalam bentuk *isim maf'ul*; *Mukhlash*. Sedangkan ketiga, dalam bentuk *isim al-Tadhil*; *al-A'la*. Diksi yang dominan digunakan adalah *sifat al-Musyabbahah*, bukan *isim fa'il* yang lazim digunakan untuk menggambarkan kepribadian seseorang. *Sifat al-Musyabbahah*, dalam konteks diksi-diksi al-Qur'an, biasanya digunakan untuk *asma' al-Husna*, seperti *al-Ghafur*, *al-Syakur*, *al-Rahman* atau *al-Rahim*, dan lain sebagainya. Ditinjau dari sisi teori semantik Arab, penggunaan *sifat al-Musyabbahah* menunjukkan bahwa *personal branding* yang ditampilkan adalah sifat-sifat yang memang melekat pada diri Nabi Musa itu sendiri.

Pertanyaan yang perlu dijawab adalah mengapa *kalimullah* dikategorikan sebagai frasa *personal branding*? Frasa ini sebetulnya tidak tersebut dalam al-Qur'an. Diksi yang ada hanya dalam bentuk *fi'il* (kata kerja) dari timbangan *taf'il* (كَلَّمَ - تَكَلَّمَ) yang lazim digunakan untuk mengungkapkan makna *li al-Taksir* (sering atau banyak). Penulis memasukkan frasa *kalimullah* karena istilah ini dipopulerkan banyak ulama sirah, misalnya oleh Ibnu Kašir dalam *al-Bidāyah wa al-Nihāyah* dan *Qiṣaṣ al-Anbiyā'*, hingga Muhammad 'Āli al-Šābūnī dalam *Nubuwwah wa al-Anbiyā'*.³⁰ Poin ini perlu dipertegas agar tidak timbul asumsi bahwa al-Qur'an yang menyebut frasa ini, melainkan diambil dari gelar yang masyhur disematkan ulama kepada Nabi Mūsā, dan pada gilirannya frasa ini menjadi *branding* yang hanya dimiliki oleh Nabi Musa seorang.

3. ANALISIS SEMANTIK LEKSIKAL FRASA *PERSONAL BRANDING* NABI MUSA AS

Semantik atau *'Ilm al-Dilalah* merupakan ilmu yang menyoroti makna sebuah kata.³¹ Klasifikasi ilmu ini terdiri dari semantik leksikal, semantik kontekstual, dan semantik gramatikal. Studi semantik yang original ialah semantik leksikal, karena makna leksikal berarti makna yang sesuai dengan makna di kamus. Pateda menyatakan,

³⁰ Ibn Kašir. *Qiṣaṣ al-Anbiyā'* Terj. Umar Mujtahid, (Jakarta: Ummul Qurā, 2013), h.465. Ibnu Kasir, *Al-Bidāyah wa al-Nihāyah*. (Damaskus: Dār Ibnu Kašir. 2010), h. 49-Al-Šābūnī. 1985. *Al-Nubuwwah wa Al-Anbiyā'*, (Beirut: Dār al-Ghazali, `1985), h. 185-195.

³¹ Ahmad Mukhtar Umar, *'Ilm al-Dilalah*, (Qahiraht: 'Ilm al-Kutub, 1982), cet. 1, h. 11. Abdul Chaer, *Pengantar Semantik Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), cet. Ke-3, h. 2. Lihat juga Abdul Chaer, *Linguistik Umum*, (Jakarta: RIneka Cipta, 2012), h. 285.

semantik leksikal berarti makna kata ketika kata itu berdiri sendiri.³² Kalangan linguistik kontemporer menetapkan tiga karakteristik makna leksikal, yaitu (1) Umum; (2) Banyak dan bermacam-macam; dan (3) Tidak tetap. Misalnya “bagian tubuh dari leher ke atas” merupakan makna leksikal dari “kepala”, atau kata (ضَرْبٌ) yang memiliki 30 makna atau (فَتْحٌ) yang mempunyai 10 makna. Dalam ilmu sastra Arab, semantik leksikal disebut dengan makna hakiki atau makna asli, karena makna yang diinginkan adalah makna dari sebuah lafal yang digunakan sesuai dengan asal penciptaannya sebagai alat komunikasi.³³

Dalam konteks semantik Arab, Al-Zamakhshari merupakan salah satu tokoh perintis awal teori *ilm al-Dilalah* setelah Ibnu Faris. Kajian makna oleh Al-Zamakhshari dimuat dalam karyanya *al-Muwaṣṣal fi al-Lughah* dan *Asas al-Balaghah*. Ia banyak mengungkap tentang *i'rāb*, *ta'khīr*, *taqḍīm*, *muṭābaqah*, *tartīb*, *zurūf*, dan secara khusus membahas berbagai jenis kata (*sighat*), seperti *sifat al-Musyabbahah*, *isim maf'ul*, *isim tafdhil*, dan lain sebagainya. Berikut analisis semantik leksikal delapan frasa *personal branding* Nabi Musa as.

1.) *Al-Qawiy*

Frasa (الْقَوِيُّ) merupakan *sifat al-Musyabbahah* yang berakar kata (قَوَى يَقْوَى قُوَّةً) (قَوِيَ قَوِيٌّ). Kata ini bermakna *orang yang memiliki kekuatan*, sehingga menjadi antonim dari (ضَعِيفٌ). Makna frasa ini mengarah kepada *seseorang yang memiliki kekuatan fisik dan akal* (يَكُونُ ذَلِكَ فِي الْبَدَنِ وَالْعَقْلِ). Perlu dicatat bahwa (الْقَوِيُّ) berbeda dari (الْمَقْوَى). Kata (الْقَوِيُّ) menunjukkan kekuatan internal (قُوَّةٌ فِي نَفْسِهِ), sedangkan (الْمَقْوَى) berarti kekuatan eksternal (قُوَّةٌ فِي دَابَّتِهِ).³⁴ Makna yang lebih luas dikemukakan Al-Aṣfahānī bahwa (الْقَوِيُّ) bermakna *orang yang memiliki kekuatan fisik* (شِدَّةُ الْبَدَنِ)³⁵, *kalbu*³⁶, serta *kekuatan untuk bertahan atau melawan*.³⁷ Menurut

³² Mansoer Pateda, *Semantik Leksikal*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2001), h. 119.

³³ Moh. Matsna, *Kajian Semantik Arab Klasik dan Kontemporer*. Jakarta: Kencana, 2016), h. 42-44.

³⁴ Ibnu Manẓūr, *Lisān al-Arab*, Jilid 15, *op.cit.*, h. 206-208.

³⁵ Q.S. al-Kahfi: 95. Q.S. Fuṣilat: 15.

³⁶ Q.S. Maryam: 12.

³⁷ Q.S. Hūd: 80; Q.S. al-Naml: 33. al-Aṣfahānī menjelaskan bahwa terdapat kekuatan pada diri seseorang, namun dia tidak menggunakan kekuatan yang dia miliki, bahkan ada pula yang tidak memiliki

Shihab, (الْقَوِيُّ) bermakna *orang yang memiliki kekuatan dalam segala bidang*. Makna *segala bidang* ini lahir dari *aliflām li al-Jins* yang menunjukkan keumuman makna. Memastikan keahlian seseorang merupakan prioritas utama sebelum mendelegasikan tugas tertentu kepadanya. Di masa Rasulullah Saw. siapapun yang bersifat (الْقَوِيُّ) akan diberi tanggungjawab besar, seperti memimpin jihad diserahkan kepada Khalid bin Walīd ra. Zaid bin Tsabit ra sebagai juru tulis wahyu, atau Abdullah bin Mas'ud sebagai mudarris al-Qur'an. Bahkan terpilihnya Nabi Yūsuf as menjadi Menteri Keuangan Mesir, juga dilatari oleh kompetensi dan keahliannya di bidang tersebut.³⁸

2.) Al-Amin

Kata (الأمين) termasuk ke dalam *sifat al-Musyabbahah* yang setimbangan dengan (فَعِيلٌ). Tasrifnya terdiri dari (أمن - يأمن - أمانة - فهو أمين). Devirasi kata yang masyhur dari lafaz ini meliputi (الأمين) *aman*; (الأمانة) *amānah*; (الإيمان) *īmān*, dan (آمين) *Āmīn*.³⁹ Ibnu Manzūr dan Hasan Jabal menyebut (الأمين) bermakna (الحافظ), (المؤتمن), dan (الأمين) yang berarti *orang yang menjaga* dan *dapat dipercaya*. Antonim dari (الأمين) adalah (الخائن) *pengkhianat*. Frasa (الأمين) juga bermakna *seseorang yang beragama dan memiliki keutamaan* (ذو الدين و الفضل).⁴⁰ Dengan bahasa yang lebih intelektualis, kata (الأمين) berarti *integritas yang bersifat individual*. Integritas mensyaratkan bahwa orang yang diberi kepercayaan mesti menyadari apa yang ada di genggamannya bukan miliknya, mesti ada kesungguhan memelihara serta mengembalikan secara suka rela saat pemberi amanah telah meminta dikembalikan.⁴¹

3.) Mukhlaṣ

kemampuan, tetapi dia sebetulnya ada kemungkinan untuk mempunyai kemampuan tersebut. al-Aṣfahānī mengistilahkan dengan (القوة للتهيؤ الموجود في شيء). Lihat al-Aṣfahānī, *op.cit.*, h. 693-694. Elaborasi dengan Muhammad Hasan Jabal, *al-Mu'jam al-Isytiqāq al-Muwasshal li Alfāz al-Qur'ān al-Karīm*, (Qahirah: Maktabah al-Adāb, 2010), h. 1721.

³⁸ QS. Yūsuf: 54. Lihat Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah*, Vol. 10, *op.cit.*, h. 334. Lihat juga Ibnu 'Āsyūr, Juz 20, *op.cit.*, h. 105-105.

³⁹ Nabi Mūsā as pernah berdoa atas Fir'aun, "Ya Tuhan kami, binasakanlah harta benda mereka, dan kunci matilah hati mereka" QS. Yūnus: 88. Doa Nabi Mūsā as ini disambut ucapan Amin oleh Nabi Hārūn as. Lihat Ibnu Manzūr, *Lisān al-Arab*, Jilid 13, *op.cit.*, h. 16.

⁴⁰ Ibnu Manzūr, Jilid 13, *op.cit.*, h. 21-22.

⁴¹ Quraish Shihab, Jilid 10, *op.cit.*, h. 334. Elaborasi dari frasa ini bisa ditilik ke Ibnu 'Āsyūr, Juz 20, *op.cit.*, h. 105-106.

Frasa (مُخْلِصٌ) yang terdapat dalam QS. Maryam: 5 ini merupakan *isim maf'ūl* dari (أَخْلَصَ - يُخْلِصُ - إِخْلَاصًا - مُخْلِصٌ). Beberapa mufassir semisal al-Qurṭubī, al-Zamakhsharī, al-Baghawī, dan al-Zuhailī menyebut *mukhlash* (مُخْلِصٌ) boleh dibaca *mukhlīsh* (مُخْلِصٌ).⁴² Para ahli linguistik semisal Ibnu Manzūr, al-Aṣḥfahānī dan Hasan Jabal menjelaskan, (مُخْلِصٌ) bermakna (مُخْتَارٌ) *orang yang terpilih*, (الصَّافِي) *suci*, serta (التَّبَرَّى) *berlepas diri dari segala sesuatu selain Allāh Swt.*⁴³ Sedangkan (مُخْلِصٌ) berarti (مُؤَدِّ) *orang yang bertauhid.*⁴⁴ Dalam konteks Nabi Mūsā (مُخْلِصٌ) bermakna *keikhlasan dalam menjalankan risalah kenabian.*⁴⁵ Frasa ini menurut Shihab berarti *sesuatu yang murni yang tidak bercampur dengan selain-Nya.* Menurutnya, keikhlasan berarti melaksanakan secara sempurna dan tidak bercampur dengan kekurangan sedikitpun. Dalam ruang lingkup ibadah, (الخلوص) menghendaki penghambaan hanya karena Allāh Swt. dan tidak terkontaminasi dengan motif-motif lain. Untuk itu, *mukhlash* adalah seseorang yang niat dan aktivitasnya benar-benar hanya dipersembahkan kepada Tuhan.⁴⁶

4.) Rasūl

Kata (رسول) merupakan *sifat al-Musyabbahah* yang *sewazan* dengan (فعول), berasal dari *sulāsī mujarrad* (رسئل - يرسل) yang berarti *utusan* atau *orang yang diutus secara perlahan.*⁴⁷ Al-Anbari menjelaskan bahwa secara bahasa (رسول) bermakna *orang yang mengikuti seluruh informasi Dzat yang mengutusnyanya.* Dalam konteks ini, Nabi Mūsā dan Nabi Hārūn pernah menyatakan (إنا رسول رب العالمين), yang menurut Abū Ishāq al-Nahw, kata (رسول) tersebut bermakna *pemilik risalah Tuhan semesta alam.* Kata ini dapat digunakan dalam makna *mufrad* dan *jama'* maupun *muzakkar* dan *muannaṣ.*⁴⁸ Al-Aṣḥfahānī menggarisbawahi bahwa terkadang (رسل)

⁴² Al-Zuhailī menyebut bahwa yang membaca *fathah* (مُخْلِصٌ) adalah qiraat 'Ashim, Hamzah, al-Kisai, dan Khalaf, sedangkan selainnya membaca *kasrah* (مُخْلِصٌ). Lihat al-Zuhaili, Jilid 8, h. 453. Lihat juga Al-Qurṭubī, *Al-Jāmi' li Ahkām al-Qur'ān*, (Beirut: al-Risalah, 2006), Jilid 13, h. 461. Al-Zamakhshari, *Tafsir Al-Kasysyāf*, (Beirut: Dār al-Ma'rifah, 2009), h. 639. Al-Baghawī, *Tafsir Al-Baghawī Ma'ālim al-Tanzīl*, (Riyadh, Dār al-Thayyibah, 2000), Jilid 5, h. 236.

⁴³ Al-Aṣḥfahānī, *op.cit.*, h. 292-293. Muhammad Hasan Jabal, *op.cit.*, h. 595-596.

⁴⁴ Ibnu Manzūr, Jilid 7, *op.cit.*, h. 26.

⁴⁵ Ibnu 'Asyūr, *op.cit.*, Juz 12, h. 210.

⁴⁶ Quraish Shihab, *op.cit.*, Vol. 8, h. 205-206.

⁴⁷ Muhammad Hasan Jabal, *op.cit.*, h. 799-800. Abu Hanifah, *al-Maqsūd*, (Istanbul: Fazilet Nesriyat ve Ticaret, 2014), h. 3.

⁴⁸ Ibnu Manzūr, *op.cit.*, Jilid 11, 281-284.

dimaknai *malaikat*⁴⁹ atau *al-Anbiyā'*.⁵⁰ Ada kalanya (رسول) dimaknai malaikat dan manusia sekaligus.⁵¹ Hasan Jabal menambahkan, (رسول) merupakan gelar yang dinisbahkan kepada utusan Allah Swt. dengan membawa risalah yang tinggi dan diutus kepada kaumnya masing-masing. Mufasir semisal Shihab dan Ibnu 'Āsyūr menyatakan bahwa (رسول) ialah seseorang yang mendapat wahyu Ilahi dan bertugas menyampaikannya kepada masyarakat.⁵²

5.) *Nabiyyā*

Kata (نبي)⁵³ merupakan *sifat al-Musyabbahah* yang *sewazan* dengan (فعليل).⁵⁴ Sebetulnya *wazan* ini dipandang sama dengan *wazan* (فعلول).⁵⁵ Bentuk pluralnya adalah (أنبياء) atau (نبيين). Al-Jauharī dan al-Farrā' menjelaskan bahwa (نبي) bermakna *orang yang membawa informasi tentang Maha Pencipta*. Dimensi filosofisnya terletak pada frasa (نبي) yang terambil dari *tumbuhan* (نَبَاوَةٌ) atau (نَبْوَةٌ) yang tumbuh di atas permukaan bumi. Ini mengindikasikan bahwa Nabi adalah makhluk paling mulia di permukaan bumi. Ibnu al-Aṣūr memberi catatan bahwa (رسول) lebih khusus dibanding (نبي). Setiap Rasul pasti Nabi, sedangkan setiap Nabi belum tentu seorang Rasul.⁵⁶ Al-Aṣfahānī menjelaskan kata (نبي) berarti *pembawa berita yang besar* dan terbebas dari kedustaan. Berita yang dibawa seorang Nabi pada dasarnya telah mencapai derajat *mutawātir*.⁵⁷ Menurutnyanya, (نبي) adalah *pembawa berita yang paling mulia dari dan tentang Allāh Swt*.⁵⁸ Kata (نبي) dipahami oleh Shihab dan Ibnu 'Āsyūr sebagai *seseorang yang menerima wahyu* tetapi tidak diperintahkan menyampaikan dan mendakwahnya kepada

⁴⁹ Q.S. Takwīr: 19; Q.S. Hud: 81, 77; Q.S. Ankabut: 31; Q.S. Mursalat: 1; Q.S. Zukhruf:80

⁵⁰ Q.S. Ali 'Imrān 144; Q.S. al-Māidah 67; Q.S. al-An'ām:48.

⁵¹ Q.S. Al-Mu'minun: 51. Lihat Al-Aṣfahānī, *op.cit.*, h. 352.

⁵² Quraish Shihab, *op.cit.*, Jilid 8, h. 206. Ibnu 'Āsyūr, *op.cit.*, Juz 16, h. 127. Al-Biqāi, Jilid 12, h. 210.

⁵³ Sibawaih mengatakan bahwa (نبي) juga ditulis berharzhamzah (نبيء). Tetapi (نبيء) sangat jarang dipakai, bahkan Nabi Saw pernah menegur orang yang memanggilnya dengan (نبيء الله). Artinya, yang benar adalah (نبي الله), bukan (نبيء الله). Lihat Ibnu Manzūr, *op.cit.*, Jilid 1, h. 162.

⁵⁴ Al-Jauharī menyebut (فعليل) bermakna (فاعل), sedangkan Ibnu Birri berpendapat bermakna (مفعول) semisal (نذير - منذر) dan (أليم - مؤلم). Lihat Ibnu Manzūr, Jilid 1, h. 162.

⁵⁵ *Ibid.*, Jilid 11, h. 283.

⁵⁶ *Ibid.*, Jilid 1, h. 163.

⁵⁷ Al-Aṣfahānī, *op.cit.*, h. 788-789.

⁵⁸ Muhammad Hasan Jabal, *op.cit.*, h. 2146-2147.

masyarakat. Ibnu 'Āsyūr menambahkan bahwa secara pengertian syar'i Rasul lebih eksklusif daripada Nabi.⁵⁹

6.) *Kalīmullah*

Kata (كَلِيم) merupakan *ṣifat al-Musyabbahah* yang *sewazan* dengan (فَعِيل), berasal dari *sulāsī mujarrad* (كَلِم - يَكَلِم) yang secara bahasa bermakna (الجرح) luka.⁶⁰ Makna tersebut diambil karena sebuah luka biasanya meninggalkan bekas bagi lawan bicara. Frasa ini mengarah pada penggunaan indra pendengaran (الكلام) dan indra penglihatan (الكلم).⁶¹ Frasa *taklīm* berarti *pembicaraan langsung tanpa perantara*. Di sinilah perbedaan mencolok antara (كَلِم) dan (أَوْحِينَا), yaitu *kallama* (كَلِم) digunakan untuk pewahyuan secara langsung, sedangkan *awhayna* (أَوْحِينَا) diperantarai malaikat. Dapat dipahami bahwa (كَلِيم) ialah *orang yang berbicara secara langsung*.⁶² Ibnu 'Āsyūr secara ringkas menyebut bahwa hakikat (تَكْلِيم) adalah percakapan dengan menggunakan lafaz-lafaz *mufīdah* dan diucapkan dalam wujud istilah-istilah tertentu. Menurutnya, kalam dengan makna seperti ini tentu mustahil bagi Allāh Swt, sehingga kalam yang disandarkan kepada Allāh Swt. bersifat *majāzi*, sebab kalam Allah Swt. sudah pasti berbeda dari kalam makhluk.⁶³

7.) *Ghaḍbān*

Kata (غَضِبَان) merupakan *ṣifat al-Musyabbahah* dari (يَغْضِب - يَغْضِب) yang setimbangan dengan (فَعْلَان). Frasa yang berantonim dengan (الرِّضَا) ini hanya disebutkan dua kali, dalam konteks kisah Nabi Mūsā.⁶⁴ Ibnu Manzūr menyebut, (غَضِبَان) bermakna *orang yang marah dengan begitu cepat* atau *orang yang sangat pemarah*.⁶⁵ Kata ini mengarah kepada meluapnya emosi yang disertai upaya

⁵⁹ Quraish Shihab, *op.cit.*, Jilid 8, h. 206. Ibnu 'Āsyūr, *op.cit.*, Juz 16, h. 127. Al-Biqāī, *op.cit.*, Jilid 12, h. 210. Ibnu 'Āsyūr menyebut bahwa sekelompok dari kalangan ulama Tunisia tidak membedakan antara Nabi dan Rasul disebabkan karena keduanya diberi wahyu oleh Allāh Swt. Menurutnya, seorang Nabi meski tidak diperintah menyampaikan wahyu kepada umat dengan memberi kabar gembira dan pertakut, paling tidak ia menyampaikan wahyu itu kepada keluarganya sendiri. Bahkan, Nabi Muhammad Saw pada permulaan wahyu juga diperintah memperingatkan keluarga dan kerabatnya. Beragumentasi dengan hadis, Ibnu Asyur menyebut bahwa *Anbiyā'* berjumlah 124 ribu, sedangkan *Mursalīn* berjumlah 313 orang. Dan, Nabi Nūh as merupakan Rasul pertama.

⁶⁰ Ibnu Manzūr, *op.cit.*, Jilid 12, 522. Muhammad Hasan Jabal, *op.cit.*, h. 1923.

⁶¹ Al-Aṣfahānī, *op.cit.*, h. 722.

⁶² Quraish Shihab, *op.cit.*, Vol. 2, h. 664-665.

⁶³ Ibnu 'Āsyūr, *op.cit.*, Juz 9, h. 90.

⁶⁴ *Op.Cit.*, *Mu'jam al-Mufahras li Alfāz al-Qur'ān*, h. 499.

⁶⁵ Ibnu Manzūr, *op.cit.*, h. 648-650.

pembalasan.⁶⁶ Di sisi lain, Hasan Jabal menjelaskan (الغضب) adalah jiwa yang penuh dengan kemarahan yang disebabkan karena berbagai faktor.⁶⁷ Meskipun kata (الغضب) memiliki keragaman makna, tetapi kesemuanya mengesankan sesuatu yang bersifat keras dan tegas.⁶⁸ Ibnu 'Āsyūr berpendapat bahwa (الغضب) adalah perasaan emosi dalam jiwa dan gelora yang muncul dari sesuatu yang tidak disukai dan dimurkai oleh seseorang tanpa disertai rasa takut (انفعال للنفس و هيجان ينشأ عن إدراك ما (يسؤها و يخسبها دون خوف)).⁶⁹

8.) Al-A'lā

Kata (أعلى) merupakan *isim tafdhil*⁷⁰ yang berasal dari *fi'il* (يَعْلُو - عُلِيَ), setimbangan dengan (فَعَلَ - يَفْعُلُ). Kata ini bersinonim dengan (رَفَعَ - يَرْفَعُ) yang berarti *tinggi-meninggikan kemuliaan*⁷¹, seseorang yang memiliki ketinggian dan kelebihan dari aspek kedudukan, *maknawiyat*, dan amal shaleh. Ada kalanya frasa ini digunakan untuk makna kesombongan (QS. al-Qaṣaṣ: 4.)⁷² Secara lingustik, *isim tafdhil* terkadang disandingkan dengan huruf (مِنْ) dan terkadang tidak disandingkan. Frasa (الأعلى) di atas tidak disandingkan, sehingga secara teori hal itu menegaskan bahwa Nabi Mūsa sebagai *al-'Ali* (العالى) atau *orang yang unggul*. Maka, kalimat tidak lagi memerlukan adanya huruf (من) dan *idāfah*. Dengan demikian, frasa itu menekankan keutamaan dan keunggulan Nabi Mūsa atas lawanandingnya. Bahkan dalam redaksi (إِنَّكَ أَنْتَ الْأَعْلَى)- menurut al-Zamakhsharī- adalah pola kalimat menggunakan *ta'kid bi al-Isti'naḥ*, *tasydīd*, pengulangan *damīr*, *lam al-Ta'rīf*, dan ditambah dengan frasa *al-'Uluw*, sehingga menggambarkan betapa Nabi Mūsā berada pada posisi yang mendominasi dan jauh lebih hebat.⁷³

Berdasarkan analisis semantik leksikal di atas dipahami bahwa frasa *personal branding* Mūsā didominasi oleh *sifat al-Musyabbahah*. Temuan ini menegaskan

⁶⁶ Al-Aṣḥāhānī, *op.cit.*, h. 608.

⁶⁷ Muhammad Hasan Jabal, *op.cit.*, h. 1588.

⁶⁸ Quraish Shihab, Jilid 1, h. 73.

⁶⁹ Ibnu 'Āsyūr, Juz 16, *op.cit.*, h. 281.

⁷⁰ *Isim tafdhil* lazim digunakan untuk perbandingan antara dua hal atau menyatakan keunggulan suatu benda atau orang dibanding yang lainnya. Lihat Ibnu Manzūr, Jilid 15, *op.cit.*, h. 85.

⁷¹ Al-Aṣḥāhānī, *op.cit.*, h. 582. Lihat Q.S. al-Nāzi'at:24

⁷² Muhammad Hasan Jabal, *op.cit.*, h. 1508.

⁷³ Al-Zamakhsharī, *Tafsir al-Kasyshāf*, *op.cit.*, h. 660. Penjelasan lebih sempurna lihat Quraish Shihab, Jilid 8, *op.cit.*, h. 329. Al-Biqāi, Jilid 12, *op.cit.*, h. 307. Ibnu 'Āsyūr, Juz 16, *op.cit.*, h. 259.

bahwa *personality* tersebut benar-benar melekat pada dirinya, bukan sekadar karakter yang muncul di sekali waktu dan hilang di waktu lain. Hal ini diamati dari cara al-Qur`ān memilih frasa dalam bentuk *sifat al-Musyabbahah* adalah *isim* yang menunjukkan suatu sifat yang benar-benar dimiliki seseorang.⁷⁴ Meskipun secara makna hampir mirip, *sifat al-Musyabbahah* jelas berbeda dari *isim fail*. Jika *sifat al-Musyabbahah* mengandung arti *al-Tsubūt* (tetap dan kesinambungan) maka *isim fail* mengandung arti *al-Hudūs* (temporal). Misalnya, frasa (غضبان) pada kisah Nabi Mūsā berbeda dengan (مُغَضِّب) pada kisah Nabi Yūnus. Sisi persamaan terletak pada kedua nabi tersebut marah disebabkan perangai kaum mereka sendiri. Mūsā naik pitam saat mengetahui Banī Isrāīl berbuat kesyirikan, sementara Yūnus mengungkapkan kemarahan dengan meninggalkan kaumnya setelah ditolak dakwahnya.⁷⁵ Sedangkan sisi perbedaan terletak pada diksi, Nabi Mūsā benar-benar memiliki karakter yang temperamen, pemarah, dan tegas, akan tetapi, Nabi Yūnus tidak bertipikal demikian.

4. REFLEKSI PERSONAL BRANDING NABI MUSA AS

Peter Montoya dan Caroline Castrillon mendefinisikan *personal branding* sebagai strategi untuk menampilkan kombinasi unik dari keterampilan dan pengalaman yang membuat seseorang menjadi dirinya sendiri.⁷⁶ Suatu individu sebagai *personal* berkesempatan mengenalkan identitas dirinya berupa skil, kepribadian, dan karakter unik melalui proses *branding* untuk mendapatkan legitimasi dari banyak pihak. Proses *personal branding* tidak ubahnya seperti strategi khusus untuk mengatur dan membentuk persepsi seseorang terhadap orang lain, sehingga orang lain berpikir bahwa persepsi tersebut dibangun dengan sendirinya.⁷⁷ Montoya menyebut proses menciptakan *personal branding* diperlukan delapan aspek; *The Law of Specialization*,

⁷⁴ Timbangannya terdiri dari (فَعْلٌ); (فَعْلَانٌ); (فُعْلٌ); (فُعْلَانٌ); (فُعْلَانٌ); (فُعْلَانٌ); (فُعْلَانٌ); (فُعْلَانٌ); dan (فُعْلَانٌ). Lihat Ramil Badi' Yaqub, *Mausū'ah al-Nahw wa al-Sharf wa al-'Irāb*, (Beirut: Dār al-'Ilmi, 2009), h. 418.

⁷⁵ *Ibid.*, Vol. 9, h. 498.

⁷⁶ Peter Montoya, *The Personal Branding Phenomenon*, (Amerika: Personal Branding Press Publishing, 2002), h. 13. [Caroline Castrillon](https://www.forbes.com/), "Why Personal Branding is More Important Than Ever" dalam <https://www.forbes.com/> diakses 29 Februari 2024.

⁷⁷ Sherly Annavita Rahmi, "Tiga Tips Membangun Personal Branding" dalam channel <https://www.youtube.com/> diakses 29 Februari 2024.

*The Law of Leadership, The Law of Personality, The Law of Distinctiveness, The Law of Visibility, The Law of Unity, The Law of Persistence, serta The Law of Goodwill.*⁷⁸

Dalam konteks studi ini, audiens al-Qur`an jelas punya persepsi unik mengenai tokoh-tokoh dalam al-Qur`an. Setiap tokoh mempunyai *branding* yang berbeda-beda, seiring dengan perbedaan *image* dan *value* yang ditonjolkan. Uniknya, al-Qur`an menciptakan persepsi itu secara eksplisit dan juga implisit. Secara eksplisit maksudnya al-Qur`an secara terang-terangan menyebutkan *personality* tokoh, sedangkan secara implisit maksudnya al-Qur`an menyelipkan karakter tokoh melalui berbagai adegan, peristiwa, dialog, maupun konflik. Melalui itu semua, al-Qur`an hadir mengkomunikasikan dan menanamkan *personal branding* berbagai figur yang dikisahkan di dalamnya, terutama tokoh yang kisahnya cukup lengkap dalam al-Qur`an seperti Nabi Musa.

Dengan berpedoman kepada teori Montoya, investigasi penulis menunjukkan bahwa *personal branding* Nabi Mūsā dibentuk oleh empat elemen yang terdiri dari spesialisasi, kepemimpinan, kepribadian, dan difrensiasi, dengan rincian sebagai berikut:

1.) Spesialisasi

Spesialisasi yang dimaksud di sini ialah bahwa *personal branding* bisa dibentuk dengan keahlian, kompetensi, atau menjalankan profesi tertentu hingga menjadi praktisi yang ahli dalam suatu bidang. Frasa yang mengarah kepada makna itu antara lain *al-Qawiy*, *Rasūl*, dan *Nabiyyā*. Frasa *Al-Qawiy* menyoroti bukti kekuatan fisik, qalbu, mental, ilmu, dan kompetensi Nabi Mūsā sedangkan *Rasūl* dan *Nabiyyā* menjadi frasa yang menegaskan profesi yang diembannya.

Kekuatan fisik Nabi Mūsā dibuktikan dengan kekuatannya dalam memukul laki-laki Qibti hingga tergeletak mati, sanggup menahan lapar selama tujuh hari pelarian ke Madyan, dan mampu mengangkat penutup sumur seorang diri (QS. al-Qaṣaṣ:15, 24). Kekuatan fisik ini ditopang oleh kematangan mental

⁷⁸ Peter Montoya, *op.cit.*, h. 57-141.

dan hati yang terlihat saat Nabi Mūsā tanpa gentar menemui Fir'aun seorang diri, dan bahkan berani memproklamirkan kerasulannya (QS. Ṭāhā: 24, 42; al-Nāziāt: 17; al-A'rāf:4-5).⁷⁹ Nabi Mūsā melaksanakan misi dakwah dengan penuh kecerdasan, mulai dari cerdas secara sosial (QS. al-Qaṣaṣ:15,24), emosi (QS. al-Qaṣaṣ:14), piawai memilih strategi (QS. Ṭāhā: 44,59; al-Nāziāt: 18-19), mahir *public speaking* (QS. Ṭāhā: 49,50-55; al-Syu'arā': 23-24, 26, 28), dan berjiwa kritis (QS. Al-Kahfi: 71, 74, 77). Kecerdasan ini berkaitan erat dengan janji Tuhan bahwa Nabi Mūsā diberi intelegensia yang mumpuni (QS. al-Qaṣaṣ: 14).

Dibalik kekuatan yang dimilikinya, Nabi Mūsā berprofesi sebagai Nabi dan Rasul. Kerasulan Nabi Mūsā ditegaskan dalam dua frasa sekaligus; *Rasulan Nabīyyā*, yang dalam pandangan al-Biqā'i, hal ini menegaskan tinggi dan agungnya risalah Nabi Mūsā. Pengangkatannya sebagai rasul dimention al-Qur'ān dalam QS. Ṭāhā:9-38; al-Naml:8-13 saat ia kembali ke Mesir pasca sepuluh tahun mukim di Madyan. Tugas yang harus dilaksanakannya adalah memperingatkan Fir'aun (QS. Ṭāhā:47, al-Nāziāt:17) dan memerdekakan Banī Isrāīl dari koloniasme Fir'aun (QS. Ṭāhā:77, 80; al-Syu'arā':52);⁸⁰ Disebutkan bahwa Nabi Mūsā membuktikan nubuwwah dengan hadir sebagai juru penyelamat, penasihat, sekaligus *problem solver* bagi kaumnya (QS. Al-A'rāf: 128, 149; Ṭāhā: 85; Yūnus: 84). Kompleksitas perjuangan inilah yang nampaknya menyebabkan Quraish Shihab melabeli Nabi Mūsā sebagai utusan terbaik dari kalangan keturunan Ishāq as.⁸¹

⁷⁹ Sebahagian ulama berpendapat bahwa Fir'aun yang dimaksud bernama Marenptah, memerintah Mesir antara 1224-1214 SM, atau menurut pendapat lain 1204 SM atau 1419 SM. Marantah ditemukan muminya di Wadi al-Muluk (lembah raja-raja) daerah Thaba-Luxor, Mesir pada tahun 1896 M dan dibuka pembalut-pembalutnya oleh Eliot Smith seorang ahli purbakala Inggris pada 8 Juli 1907. Quraish Shihab, Vol. 15, *op. cit.*, h. 40. Vol. 5, h. 195.

⁸⁰ Dengan beristidlāl QS. Al-A'rāf:103, Hamka dan Shihab melukiskan bahwa frasa (ثم بعثنا) memberi kesan bahwa nubuwwah Nabi Mūsā as. lebih berat dibanding nabi lain, yang dibuktikan dengan banyaknya mukjizat yang terjadi di masa itu. Lihat Hamka, Jilid 4, *op.cit.*, h. 2465. Quraish Shihab, Vol. 5, *op.cit.*, h. 194.

⁸¹ Quraish Shihab, Vol. 8, *op.cit.*, h. 204.

2.) Kepemimpinan

Personal branding Nabi Mūsā dibentuk oleh kepemimpinan. Kara Korin, *Expertist leadership personal branding* menjelaskan, yang dimaksud *personal branding* dalam kepemimpinan adalah tentang siapa dan memperjuangkan apa. Kepemimpinan secara tidak langsung akan melahirkan *personal branding*, sehingga khalayak dapat menilai apakah orang itu layak dikatakan sebagai pemimpin atau tidak. Itu berarti pemimpin punya kendali penuh mengarahkan dan mengkomunikasikan berbagai aspek tentang dirinya kepada masyarakat yang dipimpinnya.⁸² Dalam konteks itu, kepemimpinan Nabi Mūsā dapat ditilik dari dua sekaligus, narasi kisah dan frasa *Ghadbān* (QS. al-A'rāf: 150; QS. Ṭāhā: 86) dan *al-A'lā* (QS. Ṭāhā: 68). *Personal branding* yang dipahami dari kepemimpinan Nabi Mūsā ialah bahwa ia bukan hanya pemimpin dengan kecerdasan paripurna, bahkan juga sebagai pemimpin yang tegas dan serta berjiwa optimis yang tinggi.

Secara setting-historis, kemarahan Nabi Mūsā terjadi saat Banī Isrāīl dititipkan kepada Nabi Hārūn.⁸³ Kelemah-lembutan Nabi Hārūn dimanfaatkan Banī Isrāīl dengan menyembah *al-'Ijl* (QS. Ṭāhā:85).⁸⁴ Redaksi al-Qur`ān jelas memperlihatkan bahwa ketidaktegasan Nabi Hārūn dan ketiadaan Nabi Mūsā menjadi celah berbuat kesyirikan. Penting digaribawahi bahwa tidak ada narasi al-Qur`ān yang menyebutkan Nabi Mūsā pernah marah, kecuali saat membela lelaki Banī Isrāīl dihadapan lelaki Qibṭi, itupun berlangsung spontan dan cepat. Al-Qur`ān menyebutkan momen kemarahan Nabi Mūsā hanya dalam konteks terjadinya kesyirikan. Bagaimanapun, bila ditinjau dari penafsiran

⁸² Lihat penjelasan Kara Ronin dalam *Personal Branding for Leaders: Why Is a Personal Brand (or Leadership Brand) Important?* dalam www.youtube.com channel Kara Ronin.

⁸³ Hamka, Jilid 4, *op.cit.*, h. 2496-2497.

⁸⁴ Sāmiri diambil dari kata *samirah*, yaitu nama salah satu suku. Sāmiri mengarah kepada nama seseorang dari suku Sāmīrah. Al-Baiḍawī berpendapat bahwa Sāmīri adalah salah satu suku Banī Isrāīl. Sementara Ibnu 'Asyūr menyatakan bahwa suku tersebut tinggal di Palestina sejak masa Byzantium, lalu mereka berbaur dengan Banī Isrāīl dan mengikut ajaran Nabi Mūsā as. Mereka bukanlah berasal dari Sāmīrah yang berasal dari Neplus, karena kota itu baru dibangun pada 925 SM oleh Raja Ameri. Ia menamai daerah itu Syumirun karena raja itu membeli wilayah itu dari Syamir, yang kemudian disebut orang Arab sebagai Sāmīrah. Lihat Quraish Shihab, Vol. 8, *op.cit.*, h. 349-350.

Shihab dan Ibnu 'Asyūr tentang amarah ini, dipahami bahwa kemarahan Nabi Mūsā termasuk kategori kemarahan terpuji (*ghadhab mahmuūd*), karena ia marah dilatari sesuatu menyangkut tauhid, yang merupakan hal paling fundamental seluruh agama samawi.⁸⁵

Ketegesan Nabi Mūsā kian paripurna tatkala ia menampilkan jiwa optimisme yang tinggi. Dalam kondisi terdesak sekalipun Nabi Musa masih yakin akan selamat dari kejaran Fir'aun. Optimisme itu diabadikan al-Qur`ān dalam *qāla kallā inna ma'īya rabbi sayahdīn* (QS. al-Syu'ara': 62). Hamka menuturkan, kalimat itu mencerminkan optimisme nabi Mūsā yang luar biasa. Dalam kondisi genting, Nabi Mūsā berdiri gagah demi meyakinkan Banī Isrāīl bahwa Allāh Swt. akan memberikan petunjuk dan jalan keselamatan. Karena itu, Banī Isrāīl tidak perlu cemas atau khawatir sedikitpun. Pilihan diksi yang digunakan Nabi Mūsā itu-menurut Hamka- merupakan bentuk pembuktian iman yang sempurna. Optimisme Nabi Mūsā berbuah manis ketika Allāh Swt. menitah Nabi Mūsā memukulkan tongkatnya ke laut, yang mengakibatkan laut terbelah dua.⁸⁶

3.) Kepribadian

Cara paling mudah membangun *personal branding* adalah dengan menampilkan suatu kepribadian secara jujur. Pada satu titik, kepribadian itu dengan sendirinya akan melekat di benak orang lain. Dalam konteks itu, Nabi Mūsā dibranding al-Qur`ān dengan *al-Amīn*.⁸⁷ Secara historis, penilaian *al-Amīn* sendiri muncul dari perempuan Madyan. Momen ini terjadi saat setelah Nabi Mūsā membantu dua perempuan Madyan. Ia didatangi salah seorang dari mereka berdua. Nabi Mūsā yang awalnya berjalan di belakang si perempuan, meminta berjalan di depan agar ia terhindar dari fitnah mata. Permintaan itu

⁸⁵ Ibnu 'Asyūr, Juz 1, *op.cit.*, h. 198.

⁸⁶ Hamka, Jilid 7, *op.cit.*, h. 5109-5110.

⁸⁷ Al-Qur`ān menyebutkan *al-Amīn* Nabi Mūsā as berbarengan dengan *al-Qawiy*. Ini menandakan bahwa Nabi Mūsā as tidak hanya memiliki keahlian atau spesialisasi di bidang tertentu, bahkan juga berintegritas. Sebetulnya al-Qur`ān juga menyebutkan tokoh lain yang bersifat *al-Qawiy al-Amīn*. Di antaranya Jibril as, jin 'Ifrit, Nabi Yūsuf as serta Nabi Mūsā as sendiri.

menjadi catatan penting bagi si perempuan, ketika sampai di rumah ia menyampaikan kepada ayahnya bahwa Nabi Mūsā berkepribadian *al-Amīn*.

Penilaian *al-Amīn* dari perempuan itu kian dibuktikan oleh Nabi Mūsā setelah menikahi salah seorang dari mereka (QS. al-Qaṣaṣ:27-29). Nabi Mūsā menepati janji mahar pernikahan dengan menggembalakan ternak selama sepuluh tahun. Nabi Mūsā menunjukkan khidmat yang penuh rasa tanggungjawab. Berkat pernikahan itu, Nabi Mūsā mendapat pasangan, tempat tinggal, dan pekerjaan sebagai pengembala. Nabi Mūsā akhirnya bisa berpisah dengan mertua secara baik-baik karena Nabi Mūsā telah menyelesaikan kewajibannya sebagai seorang menantu.⁸⁸

Bukti *al-Amīn* yang paling penting disorot adalah integritas Nabi Mūsā melaksanakan risalah kenabian. Risalah itu sendiri-menurut Sayyid Quṭub merupakan tugas terbesar yang pernah diterima oleh manusia karena diutus kepada seorang raja diktator, menyimpang, paling absolut kekuasaannya, serta paling tinggi peradabannya.⁸⁹ Disebutkan bahwa Nabi Mūsā diperintah menemui Fir'aun sebanyak tiga kali (QS. Ṭāhā:24; 42; QS. al-Nāzi'āt:17). Dalam pertemuan itu, Nabi Mūsā berdiplomasi dengan Fir'aun agar mengizinkan Banī Isrāīl keluar dari Mesir. Setelah melewati berbagai kondisi pelik di Mesir, Nabi Mūsā berhasil melaksanakan tugasnya dan memimpin kaumnya menuju Palestin. Nabi Mūsā ditugasi mengembalikan bangunan umat, bahkan mendirikan dari dasarnya. Maka, saat pertama kali Banī Isrāīl menjadi bangsa yang independen, mereka mempunyai kehidupan sendiri yang diatur oleh risalah agama.⁹⁰ Tugas semacam ini jelas merupakan tugas yang besar, berat, dan sulit, tetapi Nabi Mūsā berhasil menuntas pekerjaan mulia itu.

Kepribadian lain yang dibranding al-Qur`ān ialah *mukhlaṣ*. Pemaknaan kata ini dipahami dalam konteks bahwa Nabi Mūsā merupakan manusia bertauhid. Shihab menduga bahwa Nabi Mūsā tidak pernah menganut

⁸⁸ Hamka, Jilid 7, *op.cit.*, h. 5325. Quraish Shihab, Vol. 10, *op.cit.*, h. 338.

⁸⁹ Sayyid Quṭub, Juz 28, *op.cit.*, h. 44.

⁹⁰ Sayyid Quṭub, Juz 28, *op.cit.*, h. 44.

kepercayaan Fir'aun. Meskipun tinggal di istana bersama pemuka-pemuka agama, Nabi Mūsā tidak terpengaruh. Ibunda Nabi Mūsā sedari kecil menanamkan ajaran tauhid kepadanya, sehingga ketauhidan mendarah daging di tubuh Nabi Mūsā.⁹¹ Meski hidup di lingkungan yang mengandalkan kekuatan sihir, ia tidak terkontaminasi. Karena kepribadian *mukhlaṣ* ini, Nabi Mūsā tidak sungkan mengatakan Banī Isrāīl bodoh ketika mereka meminta dibuatkan berhala. Ketegasannya dalam persoalan ini nampaknya dipengaruhi oleh fakta empiris Nabi Mūsā sendiri yang menyaksikan masyarakat Mesir banyak yang berbuat kesyirikan dengan menuhankan Fir'aun. Hal ini tidak diinginkan oleh Nabi Mūsā terjadi pada kaumnya sendiri.

4.) Difrensiasi

Setiap Nabi dan Rasul memiliki gelar yang bervariasi. Perbedaan gelar ini jelas menjadi benang merah pembeda antara satu Nabi dengan selainnya. Nabi Mūsā merupakan satu-satunya manusia yang diberi kesempatan berbicara langsung dengan Allāh Swt. di dunia tanpa perantara Malaikat Jibril as, bahkan menerima suhuf taurat juga tanpa wasilah (QS. al-Nisā': 164; QS. al-A'rāf: 144). Hal inilah yang mendasari para ulama menyematkan *kalīmullah* kepada Nabi Mūsā. Shihab menyebutkan bahwa (كليم) berarti pembicaraan langsung tanpa perantara.⁹² Al-Qur`ān mengabadikan tiga momen Nabi Mūsā berbincang langsung dengan Allāh Swt.

Pertama, ketika perjalanan pulang dari Madyan menuju Mesir. Momen ini secara ringkas disinggung dalam QS. al-Naml:7-13 dan disempurnakan oleh QS. Tāhā:10-37. Saat itu, Nabi Mūsā sempat tersesat karena ketiadaan penerangan dalam perjalanan. Nabi Mūsā melihat cahaya api dari kejauhan. Ketika mendekat terjadilah percakapan. Momen ini menjadi titik awal pengangkatannya sebagai seorang rasul yang dititah membebaskan Bani Isrāīl serta memperingatkan Fir'aun.

⁹¹ Quraish Shihab, Vol. 10, *op.cit.*, h. 320.

⁹² Quraish Shihab, Vol. 2, *op.cit.*, h. 664-665.

Kedua, ketika Nabi Mūsā pergi menjemput taurat ke bukit Thursina (QS. Tāhā: 83-98; QS. al-A'rāf: 142-154). Saat itu, Nabi Mūsā menitipkan Banī Isrāīl kepada Nabi Hārūn. Kejadian ini berlangsung dalam perjalanan dari Mesir menuju Baitul Maqdis. Ketidadaan Nabi Mūsā dimanfaatkan sebahagian Banī Isrāīl berbuat kesyirikan, sehingga Nabi Mūsā murka dengan melempar *al-Alwāh* Taurat, dan bahkan menarik jenggot saudaranya. Pada pertemuan kedua ini, Nabi Mūsā sempat meminta izin agar melihat zat Allāh Swt. secara langsung, namun permintaan itu tidak dikabulkan. Menurut Sulaiman Hilmi Tunahan, makna dibalik (قال لن ترني قبل حبيبي محمد) adalah (قال لن ترني), bahwa Nabi Mūsā tidak akan pernah melihat zat Allāh Swt. sebelum Nabi Muhammad Saw.⁹³

Ketiga, Ketika taubat atas dosa kesyirikan kaumnya (QS. al-A'rāf: 155). Pasca Banī Isrāīl melakukan kesyirikan, Nabi Mūsā memilih tujuh puluh orang pemuka agama untuk bertemu dan berbincang langsung dengan Allāh Swt. Informasi tentang ini hanya sebatas permohonan agar Banī Isrāīl diberi pengampunan.

Atas dasar kemuliaan tersebut Nabi Mūsā mendapat gelar *kalīmullah*, atau orang yang berbicara langsung dengan Allāh Swt. Al-Zuhailī menyebutnya dengan *taklīman ṣahīhan haqīqīyyan bi-lā wasītah* (perbincangan yang benar-benar terjadi tanpa adanya perantara).⁹⁴ Hebatnya lagi, Nabi Mūsā pada momen kedua meminta agar durasi pertemuannya dengan Allāh Swt. ditambah sepuluh hari, sehingga menjadi empat puluh hari. Keistimewaan ini nampaknya menjadi dasar bagi Shihab untuk menyatakan bahwa Nabi Mūsā merupakan utusan paling mulia dari garis keturunan Ishāq bin Ya'qūb. Gelar *kalīmullah* ini pun menjadi *personal branding* yang paling membedakan antara dirinya dengan figur-figur lain dalam al-Qur'ān. Wajar bila tatkala nama Nabi Mūsā disebutkan, *kalīmullah* menjadi persepsi pertama yang akan muncul. Pakar

⁹³ Ziyā` Sungor Oglu, *Odemislyi Marhum Ziya Sungor Oglu Notlari*, (Istanbul: Fazilet Nesriyat ve Ticaret, 2015), h. 54.

⁹⁴ Wahbah al-Zuhailī, Jilid 3, *op.cit.*, h. 383.

branding menyebut ini dengan istilah *branding top of mind*. Hal ini membuktikan bahwa *kalimullah* merupakan *personal branding* yang paling khas Nabi Mūsā as yang tidak dimiliki oleh selainnya.

KESIMPULAN

Ternyata, dibalik kompleksitas kisah Nabi Musa, al-Qur`an memperkenalkan figur Nabi Musa melalui delapan frasa unik. Delapan frasa tersebut menciptakan suatu persepsi bahwa Nabi Musa memiliki *personal branding* yang khas, kuat, dan positif. Ditemukan bahwa spesialisasi, kepemimpinan, kepribadian, dan difrensiasi merupakan empat aspek yang membentuk *personal branding* Nabi Musa. Keempat aspek ini diperkuat dengan berbagai bukti yang dinarasikan secara acak di berbagai surah dan ayat. Semua aspek ini tergambar pada frasa *al-Qawiy*, *al-Amin*, *Mukhlash*, *Nabiyyan*, *Rasulan*, *Kalimullah*, *al-A'la*, dan *Ghadhban*. Temuan ini menegaskan bahwa al-Qur`an punya perhatian khusus terhadap tokoh utama dalam kisah. Dengan membangun sebuah *brand positioning*, Nabi Musa memiliki karakteristiknya sendiri. Bagi audiens al-Qur`an hal ini kian menarik karena ia tidak saja mendapat *insight* dari kisah semata, bahkan juga dapat melihat sisi terjauh *personality* tokoh yang sedang dikisahkan.

RUJUKAN/ REFERENCES

- [1] Al-Quran al-Karim.
- [2] 'Abd al-Jalīl, Manqur. 2001. *Ilm al-Dilālah Uṣūluhū wa Mabaḥiṣuh fī al-Turās al-'Arabi*. Damaskus: Ittihad al-Kuttāb al-'Arab.
- [3] Abd al-Baqi, Muhammad Fuad. tt. *al-Mu'jam al-Mufahras li Alfaz al-Qur`ān al-Karīm*. Qahirah: Maktabah Dar al-Kutub al-Misriyyah.
- [4] Abd. Haris. Kajian Kisah-Kisah Dalam Al-Qur'an (Tinjauan Historis Dalam Memahami al-Qur'an) | Al-Ulum Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ke Islaman'. Accessed 29 February 2024. <https://journal.uim.ac.id/index.php/alulum/article/view/362>.

- [5] Abu Hanifah. 2014. *Al-Maqsud*. Istanbul: Fazilet Nesiriyat ve Ticaret.
- [6] Al-Aṣfahānī, Raghīb. tt. *Mufradat li Alfāz al-Qur`ān*. ttp:tp.
- [7] Al-Baghawī. 2000. *Tafsir Al-Baghawī Ma`ālim al-Tanzīl*. Riyadh, Dār al-Thayyibah.
- [8] Al-Baiḍāwī. tt. *Tafsir Al-Baiḍāwī*. Beirut: Dār Ihyā al-Turās al-‘Arabiyy.
- [9] Al-Qurṭubī. 2006. *Al-Jāmi’ li Ahkām al-Qur`ān*. Beirut: al-Risālah
- [10] Al-Suyūṭī. 2008. *Al-Itqān fi ‘Ulūm al-Qur`ān*. Beirut: Risalah Publisher.
- [11] Al-Zamakhsyari. 2009. *Tafsir Al-Kasysyāf*. Beirut: Dār al-Ma`rifah.
- [12] -----, tt. *Al-Mufaṣṣal fi Ilm al-Lughah*. Beirut: Dār Ihyā` al-‘Ulūm.
- [13] Al-Zuhailī, Wahbah. 2009. *Al-Tafsir Al-Munir*. Damaskus: Dār al-Fikr.
- [14] Akbar, D. W., & Liza, F. Komparasi Gaya Kepemimpinan Nabi Musa Dan Fir’aun Dalam Pendidikan Karakter | Wahidul Akbar | Al Amin: Jurnal Kajian Ilmu Dan Budaya Islam’. Accessed 29 February 2024. <http://www.stitalamin.ac.id/jurnal/index.php/alamin/article/view/214>.
- [15] Anwar, Rosihon. 2001. *Samudera Al-Qur`ān*. Bandung: Pustaka Setia.
- [16] Asnawi, Yerina. ‘Tipe Kepemimpinan Nabi Musa dalam Tafsir Al-Mishbah’. Masters, Institut PTIQ Jakarta, 2020. <https://repository.ptiq.ac.id/id/eprint/39/>.
- [17] Asykur, Muamar, Abustani Ilyas, H. M. Hasibuddin Mahmud, Nashiruddin Pilo, and St Habibah. ‘Nilai-Nilai Perencanaan Pendidikan Islam (Kisah Nabi Musa As Bersama Nabi Khidir As) Dalam Surah Al Kahfi Ayat 60-82’. *Edukasi Islami: Jurnal Pendidikan Islam* 11, no. 02 (28 June 2022). <https://doi.org/10.30868/ei.v11i02.2237>.
- [18] Asykur, M., Tang, M., & Ismail, I. (2022). Prophetic Education Management Paradigm; Construction of Planning Narratives in the Story of Prophet Musa and Prophet Khidr. *Al-Tanzim: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 6(1), 105-117.
- [19] Chaer, Abdul. 2002. *Pengantar Semantik Bahasa Indonesia*. Jakarta: RIneka Cipta.
- [20] -----, 2012. *Linguistik Umum*. Jakarta: RIneka Cipta.

- [21] Fitrah, Andi Noor, 'Implementasi Gaya Kepemimpinan Nabi Musa A.S Dalam Pendidikan Karakter | Tawazun: Jurnal Pendidikan Islam'. Accessed 29 February 2024. <https://ejournal.uika-bogor.ac.id/index.php/TAWAZUN/article/view/1671>.
- [22] Hadi, Syofyan. 2021. *Tafsir Qaṣaṣī Jilid II*. Serang: A-Empat.
- [23] Hamka. tt. *Tafsir al-Azhar*. Singapura: Pustaka Nasional PTE LTD.
- [24] Ibad, Yuli Irsyadul. 'Uslub dialogis kisah Nabi Musa As. dalam Al-Qur'an: Studi analisis Balaghah Ijaz dan Ithnab dalam dialog pada kisah Nabi Musa As. dalam Al-Qur'an serta implikasinya terhadap pembelajaran Bahasa Arab'. Masters, UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2020. <https://doi.org/10/DAFTAR%20PUSTAKA.pdf>.
- [25] Ibn Kaṣīr. Terj. Umar Mujtahid. 2013. *Qiṣaṣ al-Anbiyā`*. Jakarta: Ummul Qurā.
- [26] -----, 2010. *Al-Bidāyah wa al-Nihāyah*. Damaskus: Dār Ibnu Kaṣīr.
- [27] Ibnu 'Asyūr, Muhammad Ṭāhir. 1984. *Tafsīr al-Taḥrīr wa al-Tanwīr*. Tunisia: Dār Tunīsiyah.
- [28] Ibnu Manẓūr. tt. *Lisān al-'Arab*. Beirut: Dār Ṣadr.
- [29] Moh. Matsna. 2016. *Kajian Semantik Arab Klasik dan Kontemporer*. Jakarta: Kencana.
- [30] Montoya, Peter. 2009. *The Brand Called You Create a Personal Brand That Wins Attention and Grows Your Business*. United State: The McGraw-Hill Companies.
- [31] -----, *The Personal Branding Phenomenon*. Amerika: Personal Branding Press Publishing, 2002.
- [32] Khatib, A. Implementasi Nilai-Nilai Profetik Pada Kisah Nabi Musa Dalam Al-Quran | 'Anil Islam: Jurnal Kebudayaan Dan Ilmu Keislaman'. Accessed 29 February 2024. <https://jurnal.instika.ac.id/index.php/AnilIslam/article/view/132>
- [33] Muhammad Adib Sanaya. 'Kisah Nabi Musa Dan Nabi Khidir Dalam Surat Al-Kahfi Ayat 60-82 Menurut Tafsir Al-Sha'rāwiy (Studi Analisis Hermeneutika Jorge J. E. Gracia)'. Diploma, Iain Syekh Nurjati. S1 IAT, 2022. <https://repository.syekhnurjati.ac.id/8158/>.

- [34] Muzakki, Zubairi, Nur Illahi, and Asep Muljawan. 'Etika Belajar Dalam Al-Quran: (Studi Analisis Surat Al-Kahfi Ayat 66-78)'. *JIQTA: Jurnal Ilmu Al-Qur'an Dan Tafsir* 1, no. 1 (16 March 2022): 72–84. <https://doi.org/10.36769/jiqta.v1i1.216>.
- [35] Nahar, Muhammad Hasnan. 'Tokoh Antagonis dalam Kisah Al-Qur'an'. *Afkaruna: Indonesian Interdisciplinary Journal of Islamic Studies* 15, no. 2 (15 December 2019): 254–80.
- [36] Nawawi al-Bantani, *Marah Labīd li Kasyf Ma'na Qur'ān Majid*, (tkd: al-Usmāniyyah, 1884.
- [37] Nurhasanah, N., Suriadi, S., & Rathomi, A. 'Nilai-Nilai Pendidikan Akhlak Pada Kisah Nabi Musa A.S. Dan Nabi Khidir A.S. | Cross-Border'. Accessed 29 February 2024. <http://www.journal.iaisambas.ac.id/index.php/Cross-Border/article/view/827>.
- [38] Pateda, Mansoer. 2001. *Semantik Leksikal*. Jakarta: Rineka Cipta.
Ridwan, Muhammad. 'Dakwah Persuasif Nabi Musa Dalam Perspektif Komunikasi Dakwah Kontemporer'. *Ad-DA'WAH* 21, no. 2 (1 September 2023): 112–30.
- [39] Romadhoni, M. W. 'Integrasi Ilmu Kisah Nabi Musa Dan Nabi Khidir Dalam Q.S. Al-Kahfī [18]: 60-82 | Jurnal Ilmiah Ilmu Ushuluddin'. Accessed 29 February 2024. <https://jurnal.uin-antasari.ac.id/index.php/ushuluddin/article/view/6673>.
- [40] Oglu, Ziyā` Sungor. 2015. *Odemislyli Marhum Ziya Sungor Oglu Notlari*. Istanbul: Fazilet Nesriyat ve Ticaret.
- [41] Sarnoto, Ahmad Zain, and Hidayatullah Hidayatullah. 'Karakter Kepemimpinan Nabi Musa AS Dalam Al-Qur'an'. *Jurnal Alim: Journal of Islamic Education*, 2019. <https://repository.ptiq.ac.id/id/eprint/538/>.
- [42] Sayyid Quṭub. 2000. *Fi Zilāl al-Qur`ān*. Jakarta: Gema Insan. Terj. Shihab, Quraish. 2002. *Tafsir Al-Misbah*. Jakarta: Lentera Hati.
- [43] Umar, Ahmad Mukhtar. 1982. *Ilm al-Dilalah*. Qahirah: 'Ilm al-Kutub.