

Konsep Personal Branding Dalam Al-Qur'an Perspektif Tafsir Al-Misbah Karya Quraish Shihab

Heni Puji Lestari, Miftara Ainul Mufid, Mukhid Mashuri, Ahmad Zainuddin

¹²³⁴Universitas Yudharta Pasuruan

Email: hbenipuji@gmail.com ainulmufid@yudharta.ac.id mukhid@yudharta.ac.id zainuddin@yudharta.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji konsep personal branding dalam Al-Qur'an melalui perspektif Tafsir Al-Misbah karya Quraish Shihab. Personal branding, yang umumnya dipahami sebagai upaya individu untuk membangun citra diri yang kuat dan konsisten di hadapan publik, dalam konteks Al-Qur'an dapat diartikan sebagai upaya seorang Muslim untuk menampilkan identitas diri yang selaras dengan nilai-nilai keislaman. Tafsir Al-Misbah, yang dikenal dengan pendekatan kontekstual dan relevan dengan kehidupan modern, menjadi sumber utama dalam penelitian ini untuk menggali bagaimana Al-Qur'an membimbing individu dalam membentuk identitas dan citra diri yang baik. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis teks, khususnya analisis tafsir. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Al-Qur'an mendorong pembentukan personal branding yang didasarkan pada nilai-nilai ketakwaan, kejujuran, dan integritas, serta pentingnya konsistensi antara ucapan dan perbuatan dalam menciptakan citra diri yang positif dan dihormati.

Kata Kunci: Personal Branding, Al-Qur'an, Tafsir, Al-Misbah

Abstract

This study aims to examine the concept of personal branding in the Qur'an through the perspective of Tafsir Al-Misbah by Quraish Shihab. Personal branding, which is generally understood as an individual's effort to build a strong and consistent self-image in front of the public, in the context of the Qur'an can be interpreted as an effort by a Muslim to display a self-identity that is in line with Islamic values. Tafsir Al-Misbah, which is known for its contextual approach and relevance to modern life, is the main source in this study to explore how the Qur'an guides individuals in forming a good identity and self-image. This study uses a qualitative method with a text analysis approach, especially interpretation analysis. The results of the study show that the Qur'an encourages the formation of personal branding based on the values of piety, honesty, and integrity, as well as the importance of consistency between words and deeds in creating a positive and respected self-image.

Keywords: Personal Branding, Al-Qur'an, Tafsir, Al-Misbah

Pendahuluan

Umat Islam menjadikan sebagai kitab suci dan menjadi pegangan dalam menjalankan aturan hidup bagi umat manusia. Nabi Muhammad SAW diberikan keistimewaan dan menjadi bukti kebenaran beliau adalah nabi dengan mukjizatnya Al-Qur'an telah dihadirkan kepada umat Islam dengan tujuan agar dapat menyelesaikan masalah, menjawab tantangan zaman, membenarkan akidah, membuka pengetahuan, dan menjadikannya sebagai acuan dasar ditetapkannya hukum. Kitab suci yang dikenal dengan nama Al-Qur'an, umat Islam menganggap Al-Qur'an sebagai wahyu yang sempurna, dan tidak dapat dipecahkan serta menjadi pedoman hidup. Selain merupakan wahyu terakhir yang diturunkan Allah SWT kepada Nabi Muhammad SAW, Al-Qur'an juga berfungsi sebagai pedoman sejumlah aspek kehidupan, termasuk adat istiadat masyarakat, hukum, dan

moralitas. Oleh karena itu, setiap umat Islam yang ingin menjalani kehidupan berpedoman pada prinsip-prinsip agama wajib memahami Al-Qur'an secara menyeluruh.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, terutama media sosial, telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk bagaimana individu membentuk citra diri mereka di hadapan publik. Personal branding memungkinkan seseorang untuk menciptakan identitas yang mencerminkan nilai-nilai, keterampilan, dan kualitas unik yang dimiliki. Dalam konteks ini, Al-Qur'an menawarkan panduan yang relevan melalui ajaran-ajaran yang berkaitan dengan kepribadian, moralitas, dan etika yang dapat diterapkan dalam proses personal branding. Di era saat ini manusia membutuhkan branding terhadap dirinya sendiri, sehingga orang lain dapat mengenali kita sesuai dengan branding yang dilakukan. Saat ini, personal branding mulai sering digaungkan oleh banyak kalangan. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi seseorang melakukan personal branding, baik untuk pekerjaan atau yang lain.

Personal branding adalah siklus korespondensi yang memerlukan kapasitas, karakter, dan kualitas baru yang digabungkan dalam bidang kekuatan agar dapat menjadi ciri seorang individu di antara orang-orang pada umumnya dan pesaing yang berbeda.¹ Personal branding merupakan salah satu upaya seseorang dalam membangun citra diri yang baik, agar orang lain menilai dirinya memiliki integritas ataupun memiliki value dalam dirinya yang akan di tonjolkan kepada orang lain. Hal ini tentunya membuat diri seseorang mendapatkan penilaian yang bagus terhadap orang lain. Tentu dalam proses personal branding ini seseorang harus berkomitmen terhadap dirinya sendiri terhadap apa yang sudah ia tampilkan kepada orang banyak, sehingga penilaian orang lain terhadap dirinya akan tetap ada dan akan menjadikannya seseorang yang benar-benar memiliki value. Dalam membangun persepsi atau citra diri seseorang yang ingin ditampilkannya guna menarik dan membangun kepercayaan pada orang lain, merupakan upaya untuk menampilkan kemampuan, spesialisasi, keunikan dan citra diri.

Garis besarnya dalam personal branding yaitu agar seseorang dapat meyakini bahwa kesan yang tertanam pada pikiran orang lain benar-benar sesuai dengan kesan yang ingin diciptakan, maka dari itu, peran dari personal branding sangat penting dan tanpa disadari seseorang akan berusaha untuk mendapatkan reputasi yang sebaik-baiknya untuk mendapatkan penilaian baik terhadap orang lain.² Akan tetapi dalam membangun personal branding tentu seseorang tersebut memiliki tugas dalam reputasinya tersebut sehingga memiliki beban untuk terus melakukannya secara terus menenerus, sehingga personal branding yang sudah dibentuk dan dibangun oleh dirinya akan dapat mempengaruhi orang lain dan tentunya personal branding akan sangat memiliki berbagai manfaat untuk dirinya dan membangun persepsi orang lain terhadap dirinya. Seseorang perlu meyadari akan persepsi yang dibentuk dan yang akan mempengaruhi orang lain.

Dalam islam tentu personal branding sudah dijelaskan dalam Al-Qur'an dan tentunya personal branding juga sudah dicontohkan oleh nabi Muhammad SAW. Al-amin adalah nama yang diberikan kepada Nabi Muhammad SAW, gelar ini memiliki arti yakni orang yang dapat di percaya. Menurut surat Al-Ahzab ayat 21 dalam Al-Qur'an;

¹ Rista Purnamasari, *Personal Branding Dakwah Husain Basyaiban Melalui Tiktok @kadamsidiq00*,

² Nurul Wardah, (*Personal branding habib husein ja'far al hadar melalui media sosial Instagram*),

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أَشْهُدُ حَسَنَةً لَمْنَ كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ أَلْءَاجِزَ وَذِكْرَ اللَّهِ كَثِيرًا

“Sungguh, telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri tauladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan dia banyak mengingat Allah”³

Tentunya dalam surat tersebut nabi sudah memiliki gelar Al-Amin yang sudah dikatakan didalam Al-Qur'an sehingga memudahkan beliau dalam urusan dakwah dan mensiarkan agama islam. Dan akan sangat sulit jika nabi Muhammad SAW berdakwah dan menyebarkan agama islam tetapi beliau tidak memiliki branding atau gelar Al-Amin ini. Dengan itu Allah SWT sendiri yang memberi gelar kepada nabi sehingga dengan gelar yang diberikan memudahkan beliau dalam urusan agama. Dengan personal branding, seseorang tidak akan mengenali orang lain dengan tanpa alasan, melainkan dengan apa yang ada dalam diri seseorang tersebut sehingga memudahkan seseorang dapat mengingat seseorang. Dan hal ini tentunya yang menjadi titik tekan dari personal branding adalah upaya seseorang dalam melakukan kebiasaan-kebiasaan baik yang memang ada dalam diri seseorang, seperti keterampilan komunikasi, keterampilan menulis dan dapat menunjukkan salah satu keahlian yang dimiliki akan menjadi sebuah personal branding yang kuat, kemudian ditampilkan sehingga seseorang lain yang akan menilainya akan berasumsi bahwa seseorang tersebut memiliki integritas, kualitas maupun value. Penelitian ini berfokus pada analisis konsep personal branding dalam perspektif Islam, dengan merujuk pada Tafsir Al-Misbah oleh Quraish Shihab. Tafsir ini dipilih karena pendekatannya yang kontekstual dan relevan dengan perkembangan zaman. Penelitian ini menggunakan metode tafsir tematik, di mana penulis akan mengkaji ayat-ayat Al-Qur'an yang berkaitan dengan konsep personal branding, kemudian dianalisis dalam konteks kehidupan modern.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kepustakaan (*Library Research*), yang definisinya adalah “mencari teori-teori yang relevan dan dijadikan landasan untuk memberikan jawaban atau hipotesis sementara, dimana teori yang digunakan telah teruji kebenarannya”. Yang dimaksud dengan penelitian kepustakaan adalah “mencari teori-teori yang relevan”. Penggunaan teori pada dasarnya bergantung pada beberapa banyak variable yang akan digunakan dalam penelitian. Tinjauan pustaka memberikan gambaran komprehensif mengenai temuan penelitian sebelumnya, menjelaskan hubungan, dan mendukung temuan sebelumnya. Argumen yang konsisten disajikan dalam gambaran umum ini. Tinjauan pustaka mencakup uraian penelitian-penelitian terdahulu yang relevan dengan aspek penelitian yang direncanakan. Akuntabilitas argumen tersebut meningkat seiring dengan banyaknya argumen yang didasarkan pada temuan penelitian sebelumnya.

Agar tinjauan pustaka dapat mendukung diskusi mendalam dan pemecahan masalah, Anda harus mengkaji berbagai aspek dari setiap masalah penelitian. Hal ini mungkin terkait dengan penggunaan berbagai sumber perpustakaan terkait penelitian. Sumber penelitian ini antara lain buku, jurnal ilmiah, tesis, dan disertasi, serta sumber lain yang cukup relevan untuk diteliti. Metode penelitian perpustakaan membahas atau menyangkut sejumlah topik teoritis, konseptual, dan konseptual. Langkah-langkah penelitian ini meliputi: Pengumpulan data dengan mengambil data utama berasal dari Tafsir Al-Misbah oleh Quraish Shihab, dengan fokus pada ayat-ayat yang

³ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung: PT Syaamil Cipta Media)

berkaitan dengan personal branding. Data sekunder diperoleh dari buku-buku, artikel, dan jurnal yang membahas konsep personal branding dalam perspektif Islam. Kemudian pada tahapan analisis data, dengan menganalisis penelitian dengan menggunakan metode Deskripsi Analisis atau deskripsi analitis merupakan langkah selanjutnya setelah pengumpulan data. Konotasi kebahasaan dari kata deskripsi adalah penjelasan atau gambaran lisan yang jelas dan tepat. Oleh karena itu, penulis penelitian ini mencoba menjelaskan dan menganalisis isi dan struktur data gagasan yang diperoleh dari berbagai sumber data tertulis.

Upaya mengamati sesuatu secara rinci melalui metode tertentu disebut analisis. Kamus Besar Bahasa Indonesia mengartikan analisis sebagai pemeriksaan terhadap suatu peristiwa untuk mengetahui keadaan sebenarnya. Sehingga penulis mencari ayat-ayat yang berhubungan tentang personal branding di dalam Al-Qur'an kemudian menganalisisnya dan memaparkan pemikiran-pemikiran yang diperoleh dari berbagai sumber. Dan fokus pada salah satu dari ayat Al-Qur'an dan mengetahuinya melalui penafsiran kitab tafsir Al-Misbah karya M. Quraish Shihab. Dari analisis yang dilakukan, penulis menarik kesimpulan tentang bagaimana konsep personal branding dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari berdasarkan konsep yang dibawa Al-Qur'an.

Hasil dan Pembahasan

A. Penafsiran Ayat-Ayat Personal Branding

1. Surah Yusuf ayat 55

قَالَ اجْعُلْنِي عَلَى خَرَابِ الْأَرْضِ إِنِّي حَفِظٌ عَلَيْهِ

"Dia (Yusuf) berkata, "jadikanlah aku perbendaharaan negeri (Mesir). Sesungguhnya aku adalah orang yang pandai menjaga (Amanah) lagi sangat berpengetahuan." Seseorang yang bisa menjaga Amanah lebih penting atau lebih utama daripada seseorang yang memiliki pengetahuan, karena seseorang yang memiliki Amanah akan tetapi tidak berpengetahuan akan ter dorong untuk meraih pengetahuan yang belum dimilikinya. Begitupun sebaliknya, jika seseorang tersebut tidak memiliki Amanah akan tetapi memiliki pengetahuan bisa saja dia akan menghianati Amanah yang sudah diberikan kepada orang tersebut. Dalam memperoleh jabatan seseorang sudah seharusnya memiliki karakter yang dapat dipercaya, sehingga dengan seseorang tersebut mempunyai karakter Amanah, akan sangat mudah Ketika seseorang tersebut diberi kepercayaan atas sebuah jabatan ataupun pekerjaan. Hal ini tentunya sebelum orang lain menilai seseorang tersebut. maka haruslah penting dalam membentuk personal branding yang ada didalam diri. Untuk itu dalam ayat tersebut permintaan jabatan yang diajukan oleh nabi Yusuf as kepada raja tentunya merupakan personal branding yang dilakukan nabi Yusuf agar dirinya diterima atas permintaan jabatan tersebut.

Tentunya, Tindakan yang dilakukan oleh nabi Yusuf as ini tidak bertentangan dengan moral agama, dikarenakan pengetahuan yang dimiliki oleh nabi Yusuf as dan bahwa tidak ada yang mampu dan tepat Ketika bukan dirinya yang menjadi perbendaharaan raja. Maka personal branding yang dilakukan nabi Yusuf kepada raja sangatlah tepat. Karena nabi Yusuf adalah seseorang yang pandai menjaga Amanah serta beliau juga berpengetahuan, sehingga beliau yakin jika tidak ada seseorang pun yang pantas untuk mendapatkan jabatan tersebut kecuali dirinya. Ayat ini jelas dapat menjadi dasar untuk membolehkan seseorang mencalonkan diri guna menempati suatu jabatan tertentu atau berkampanye untuk dirinya, selama motivasinya adalah untuk kepentingan Masyarakat dan selama dia merasa dirinya memiliki kemampuan untuk jabatan itu. Permintaan jabatan dalam kondisi dan

sifat seperti yang dialami Yusuf as itu menunjukkan kepercayaan diri yang bersangkutan (Yusuf as) serta keberanian moril yang disandangnya. Dengan pengusulan ini, yang bersangkutan juga berusaha bersaing dengan pihak lain yang boleh jadi tidak memiliki kemampuan yang sama sehingga jika dia berhasil menduduki jabatan tersebut pastilah akan merugikan masyarakat.⁴

2. Surah At-Taubah ayat 105

وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرِي اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَرُّكُونَ إِلَى عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فِيَّ بَلَكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ

“Katakanlah (Nabi Muhammad), Bekerjalah! Maka, Allah, Rasul-Nya dan orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu. Kamu akan dikembalikan kepada zat yang mengetahui yang gaib dan yang nyata. Lalu, dia akan memberitakan kepada kamu yang selama ini kamu kerjakan.”⁵

Dalam ayat tersebut jelas Allah mengatakan bahwa manusia dituntut untuk melakukan kebaikan-kebaikan Ketika berada di muka bumi dan Allah mengatakan bahwa “*akan melihat amal pekerjaanmu*” dari sini seseorang juga akan menarik Kesimpulan jika Allah akan melihat seseroang dari pekerjaannya.⁶ Maka sama halnya dengan personal branding, Ketika seseorang yang melakukan personal branding tentu yang harus ditonjolkan adalah kemampuannya ataupun hal-hal yang memang sudah menjadi kebiasaannya, maka seseorang dalam membangun reputasi yang baik akan dinilai baik oleh orang lain dan dengan itu seseorang akan dapat mudah menilai kita dari apa yang sudah dipersepsikan kepada orang lain.

3. Surah Al-Ahzab ayat 21

لَقَدْ كَانَ لَكُنْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لَكُنْ كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالنَّوْمَ الْأَخْرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا

“Sungguh, pada (diri) Rasulullah benar-benar ada suri teladan yang baik bagimu, (Yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat serta yang banyak mengingat Allah”⁷

Para pakar tafsir az-Zamksyari menafsirkan ayat diatas, mengemukakan dua kemungkinan tentang maksud keteladanan dalam diri Rasulullah. Pertama, mengemukakan dalam arti kepribadian Rasulullah secara totalitas dalam keteladanan. Kedua, dalam diri Rasulullah memiliki kepribadian yang patut diteladani. Pendapat yang kedua ini lebih kuat dan merupakan pilihan kebanyakan ulama.⁸ Para pakar tafsir dan hukum, al-Qurthubi bahwa dalam soal agama, keteladanan itu merupakan suatu kewajiban, akan tetapi dalam hal dunia maka termasuk dalam anjuran. . Selama belum ada dalil yang menganjurkan Nabi Muhammad SAW, maka wajib mengikuti jejaknya. Menurut imam al-Qarafi nabi Muhammad dapat berperan sebagai Rasul, Mufti atau hakim yang agung atau pemimpin Masyarakat dan dapat juga sebagai seorang manusia yang memiliki keistimewaan itulah yang membedakan antara manusia biasa dengan Rasulullah.

Dalam penganalisaan ini, peneliti akan membahas ayat-ayat tentang personal branding yang sudah dipilih sebagai bahan utama. Tentu manusia pastinya akan berharap bahwa dirinya diakui dan mendapatkan persepsi yang positif dari orang lain, hal ini tentunya sebelum

⁴ Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah, Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an*, (Jakarta: Lentera Hati, 2002), 484-485

⁵ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung: PT Syaamil Cipta Media), 202

⁶ Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah, Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an*, (Jakarta: Lentera Hati, 2002), 242-245

⁷ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung: PT Syaamil Cipta Media), 419

⁸ Quraish Shihab “*Tafsir Al-Misbah, Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an*”, (Jakarta: Lentera Hati, 2002), 242-245

mendapatkan persepsi yang baik dari orang lain, tentunya seseorang harus membangun personal branding dalam dirinya terlebih dahulu agar dapat mempengaruhi persepsi orang lain bahwa dirinya adalah pribadi yang mampu dan positif.

Tentunya dalam membangun personal branding harus didasari bahwa dirinya memang memiliki Amanah dan juga mampu dalam menjalankan Amanah tersebut dan memang benar-benar memiliki karakter yang sesuai dengan branding yang sudah ia bentuk. Pada kesempatan kali ini, peneliti akan mengulik satu per satu ayat Al-Qur'an yang membicarakan tentang personal branding. Manusia tentu harus membangun personal branding yang harus dibangun agar mendapatkan persepsi yang baik dari orang lain terhadap dirinya. Dalam hal ini, Quraish Shihab menjelaskan dalam penafsirannya dalam tafsir Al-Misbah pada surat Yusuf ayat 55 terkait personal branding seseorang seharusnya memang sudah menjadi kewajiban bagi setiap individu agar dalam mencapai tujuannya seseorang dapat mendapatkan dengan apa yang diharapkan, selain itu seseorang dalam membangun persepsinya terhadap orang lain perlu melakukan strategi-strategi yang harus dilakukan agar personal branding yang dilakukan dapat membawa hasil yang sesuai dengan yang diharapkan.

Dengan itu salah satu strategi personal branding yang harus dibangun oleh seseorang adalah dengan memiliki karakter yang dapat bertanggung jawab atas reputasi yang dibentuknya, dikarenakan dalam membangun personal branding seseorang tersebut harus konsisten terhadap apa yang ditonjolkan dalam melakukan personal branding. Karena akan gagal personal branding tersebut jika seseorang tidak melakukannya secara konsisten. Maka dalam hal ini perlu juga strategi bagi seseorang yang melakukan personal branding harus memiliki pengetahuan. Akan sangat rugi jika seseorang yang sudah memiliki personal branding yang baik akan tetapi dirinya tidak memiliki pengetahuan yang cukup dalam suatu hal dan orang lain pun akan sangat mempertimbangkan jika seseorang jika pengetahuan yang dimiliki sangat kurang oleh sebab itu pentingnya orang-orang dalam menuntut ilmu sehingga dengan ilmu tersebut seseorang akan dimuliakan. Itu artinya strategi dalam personal branding akan sangat dibutuhkan jika orang tersebut berpengetahuan.

Selain dalam personal branding yang dilakukan seseorang adalah pandai menjaga Amanah atau bertanggung jawab, seseorang diharuskan memiliki sifat keteladanan yang seharusnya dimiliki bagi individu tersebut. karena dalam surat Al-Ahzab ayat 33 di contohkan oleh nabi Muhammad SAW terkait keteladanan beliau. Sifat keteladanan yang dicontohkan nabi adalah salah satu dari strategi yang dibuat nabi Muhammad. Dalam kitab Tafsir Al-Misbah karya Quraish Shihab, Al-Qurthubi menyatakan bahwa dalam urusan agama, mengikuti teladan Nabi adalah sebuah kewajiban, sedangkan dalam urusan duniawi, hal tersebut bersifat anjuran. Dalam hal keagamaan, beliau harus diikuti kecuali ada bukti yang menunjukkan bahwa hal tersebut hanyalah anjuran. Beberapa ulama berpendapat bahwa dalam urusan duniawi, Rasulullah saw. telah menyerahkan sepenuhnya kepada para ahli di bidangnya masing-masing, sehingga keteladanan terhadap beliau yang dimaksud dalam ayat ini tidak mencakup urusan duniawi. Sebagai contoh, ketika Nabi menyampaikan bahwa pohon kurma tidak perlu "dikawinkan" untuk berbuah dan ternyata informasi tersebut tidak terbukti di kalangan para sahabat, Nabi menjelaskan:

"Apa yang kusampaikan terkait ajaran agama, terimalah, sedangkan dalam urusan dunia, kamu lebih mengetahuinya." Akan tetapi dalam urusan dunia seseorang harus memiliki sifat-sifat keteladan dalam melakukan hubungannya dengan dunia. Selain melakukan personal branding seseorang sudah seharusnya muhasabah diri, apakah dirinya mampu dan juga cukup percaya dengan branding yang sudah dibuatnya. Oleh sebab itu, menurut Thabathaba'I dalam tafsir Al-Mibah surat At-Taubah ayat 105 mengatakan bahwa ayat ini bertujuan untuk mengingatkan masyarakat bahwa setiap perbuatan baik dan buruk mempunyai sifat yang tidak dapat disembunyikan, mendorong mereka untuk merenungkan dan mencermati perbuatannya. Perbuatan-perbuatan ini memiliki saksi yang mengetahui dan menyaksikan hakikatnya, yaitu Rasul saw. dan para saksi amal dari kalangan kaum mukminin, setelah Allah swt.

Kesimpulan

Setelah menganalisis dari beberapa ayat Al-Qur'an tersebut, mengenai konsep personal branding dalam Al-Qur'an perspektif tafsir Al-Misbah yang menggunakan pendekatan tafsir maudhu'i. Maka dapat disimpulkan sebagai solusi atas permasalahan yang terdapat dalam ayat Al-Qur'an dan penafsiran yang ditemukan dalam membicarakan personal branding adalah terdiri dari surat surah yusuf ayat 55, At-Taubah ayat 105, Al-Ahzab ayat 21. Penelitian ini menemukan bahwa meskipun istilah "personal branding" tidak secara eksplisit disebutkan dalam Al-Qur'an, prinsip-prinsip dasar yang relevan dengan konsep tersebut dapat ditemukan dalam ajaran-ajaran Al-Qur'an. Personal branding memiliki peran yang signifikan dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap individu, terutama dalam konteks profesional dan sosial. Personal branding yang efektif memungkinkan individu untuk menonjol di tengah persaingan, meningkatkan kredibilitas, dan memperluas peluang karier atau bisnis. Beberapa elemen penting dalam personal branding, seperti keunikan, relevansi, dan konsistensi, terbukti menjadi kunci dalam membangun citra diri yang kuat dan berkesinambungan. Kesimpulan dari penelitian ini dapat dirangkum sebagai berikut:

1. Pentingnya personal branding dalam perspektif Al-Qur'an

Personal branding adalah proses yang penting untuk membangun citra positif di mata orang lain. Sebelum mendapatkan persepsi yang baik dari masyarakat, individu harus terlebih dahulu membangun personal branding yang kuat, yang mencerminkan karakter dan kompetensi mereka secara konsisten.

2. Personal branding dalam perspektif tafsir Al-Misbah

Personal branding yang efektif harus didasarkan pada prinsip amanah (kepercayaan) dan integritas. Individu harus menunjukkan bahwa mereka mampu menjalankan amanah dengan baik dan memiliki karakter yang sesuai dengan brand yang mereka bangun. Konsistensi dalam menjaga dan menampilkan personal brand adalah kunci untuk mencapai keberhasilan dalam membangun persepsi positif. Serta memiliki pengetahuan adalah elemen penting dalam personal branding. Memiliki pengetahuan yang memadai meningkatkan kredibilitas dan mempengaruhi persepsi orang lain. Oleh karena itu, penuntut ilmu merupakan strategi penting dalam membangun personal branding yang solid. Sehingga Keteladanannya akan muncul dalam diri seseorang, seperti yang dicontohkan oleh Nabi Muhammad SAW, merupakan aspek penting dari personal branding. Dalam konteks Al-Qur'an dan tafsir Al-Misbah, keteladanannya dalam sikap dan tindakan berfungsi sebagai strategi yang efektif dalam membangun personal brand. Ini mencerminkan bagaimana seseorang

seharusnya bertindak dalam kehidupan duniawi dan spiritual. Sehingga memerlukan Introspeksi atau muhasabah diri adalah bagian integral dari personal branding. Menurut tafsir Al-Misbah dan pandangan Thabathaba'i, introspeksi membantu individu menilai apakah mereka benar-benar mampu dan konsisten dengan branding yang telah mereka bangun. Ini penting untuk memastikan bahwa perbuatan dan niat selaras dengan citra yang diproyeksikan.

Daftar Pustaka

- Althof, S. V. F. (2022). *... of Social Media Usage and Islamic Human Value Towards Personal Branding for Career Success of Millennial Muslim Generation.*
- Kamila, T. H. (2023). Analisis Strategi Personal Branding KH Amin Noer dalam Mensyiaran Islam di Yayasan Attaqwa Bekasi. *Bayyin: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*,
- Wardah, N. (2021). *Personal Branding Habib Husein Ja'far Al Hadar Melalui Media Sosial Instagram.*
- Wicaksono, W. (2021). Strategi Dakwah Kang Ucay Dalam Membangun Personal Branding. *Repository.Uinjkt.Ac.Id.*
- Soraya, I. (2017). Personal branding Laudya Cynthia Bella melalui Instagram (Studi deskriptif kualitatif pada akun @Bandungmakuta). *Jurnal Komunikasi*,
- Haroen, D. (n.d.). Personal branding. Jakarta: PT. Gramedia Utama.
- Tim Wesfix. (2017). *Branding itu "Dipraktekin"*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Tamimy, M. F. (2017). *Sharing-mu, Personal Branding-mu (Menampilkan Image Diri dan Karakter di Media Sosial)*. Jakarta: Visimedia
- Bambang, & Nufian. (2020). *Strategi Branding: Teori dan Perspektif Komunikasi Dalam Bisnis*. Malang: UB Press.
- Montoya, P. (2002). *The Personal Branding Phenomenon: Realize Greater Influence, Explosive Income Growth and Rapid Career Advancement by Applying the Branding Techniques of Michael, Martha & Oprah*. USA: Peter Montoya Incorporated
- Raharjo, F. S. (2019). *The Master Book of Personal Branding (Seni Membangun Merek Diri Dengan Teknik Berbicara)*. Yogyakarta: Quadrat
- Rahtikawati, Y., & Rusmana, D. (2013). *Metodologi Tafsir Alquran*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Anwar, R., & Muharom, A. (2005). *Ilmu Tafsir*. Bandung: Pustaka Setia
- Al-Qattan, M. K. (2001). *Studi ilmu-ilmu Quran* (Mudzakir AS, Penerjemah). Bogor: Pustaka Litera Antar Nusa
- Shihab, M. Q. (2013). *Kaidah Tafsir* (Cetakan II). Tanggerang: Lentera Hati
- Baidan, N. (2005). *Metodologi Penafsiran Al-Qur'an*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Mazduki, M. (2012). *Tafsir Al-Misbah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Shihab, M. Q. (2002). *Tafsir Al-Misbah*. Jakarta: Lentera Hati