

Konstruksi Sosial Jargon “Semua Burger Milik Allah” di Media Sosial: Kajian Living Hadis pada Generasi Z

***¹Ifrila Hidayatus Soffah, ²Nasrulloh**

^{1,2}Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Indonesia
email: *¹250106220002@student.uin-malang.ac.id, ²nasrulloh@syariah.uin-malang.ac.id

Abstract

This study aims to analyze the social construction of Aldi Taher’s viral jargon, "Semua Burger Milik Allah" (All Burgers Belong to Allah), on social media among Generation Z, alongside a living Hadith perspective. This research employs a descriptive-analytical qualitative method, utilizing both social construction theory and living Hadith approaches. Data were gathered from various social media contents discussing the jargon and through in-depth interviews with members of Generation Z. The findings indicate that this jargon embodies the essence of tawakkul (absolute reliance on God) and aligns with the Hadith of the Prophet PBUH. Generation Z collectively perceives the jargon as a contemporary spiritual reminder that everything ultimately belongs to Allah, thereby encouraging them to surrender all their affairs to Him.

Keywords: *Social Construction, Living Hadith, Tawakkul, Social Media, Generation Z*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hasil dari konstruksi sosial jargon Aldi Taher “Semua Burger Milik Allah” di media sosial pada generasi Z dan kajian living hadis. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif analitis dengan pendekatan konstruksi sosial dan kajian living hadis. Data diambil dari beberapa konten di media sosial yang membahas tentang jargon tersebut dan beberapa hasil wawancara beberapa generasi Z. Hasil penelitian menemukan bahwa jargon ini memiliki makna tawakal dan selaras dengan hadis Nabi SAW. Para generasi Z sepakat memaknai jargon tersebut sebagai pengingat bahwa segala sesuatu milik Allah dan harus menyerahkan apapun urusan yang dimiliki kepada-Nya.

Kata Kunci: *Konstruksi Sosial, Living Hadis, Tawakal, Media Sosial, Generasi Z*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi membuat interaksi sosial antara manusia beralih dari secara langsung menjadi tidak langsung. Kebutuhan masyarakat saat ini pun sebagian besar bergantung pada teknologi. Media sosial menjadi wadah bagi masyarakat untuk mengekspresikan kebebasan dalam berinteraksi dengan

sesamanya. Dengan demikian, proses konstruksi sosial bisa terjadi di media sosial. Realitas sosial pada dasarnya dikonstruksikan oleh individu melalui proses interaksi yang berkesinambungan. Dalam ruang interaksi tersebut, manusia saling bertukar pesan, mengamati, serta mengevaluasi situasi berdasarkan internalisasi nilai-nilai sosialnya, yang pada akhirnya berfungsi sebagai instrumen untuk memahami diri sendiri dan lingkungan sekitar (AL-Syam dkk., 2024).

Berbeda dengan generasi sebelumnya yang memahami narasi keagamaan secara langsung, saat ini informasi tentang religiusitas dapat diperoleh melalui media sosial. Salah satu fenomena unik di media sosial yang terjadi adalah viralnya celetukan Aldi Taher “Semua Burger Milik Allah”. Bermula dari ketidaksengajaan yang muncul dalam mengucapkan sebuah jawaban yang kemudian menjadi tren komedi, jargon ini merupakan hasil dari proses konstruksi sosial dalam ruang digital. Selain itu, jargon ini memiliki makna mendalam jika dilihat dari sudut pandang teologi dan religius.

Fenomena ini menarik jika dikaji lebih dalam dengan pendekatan living hadis. Alfatih Suryadilaga menyebut living hadis sebagai suatu penyandaran tradisi masyarakat kepada hadis (Sugiarto dkk., 2023). Hal ini berarti bahwa living hadis melihat bagaimana suatu hadis Nabi SAW tumbuh di tengah-tengah masyarakat sebagai sebuah kenyataan, yang mana hadis tersebut diterima di kalangan mereka dengan cara memahami dan mengimplementasikan dengan baik. Jargon “Semua Burger Milik Allah” memiliki makna yang relevan dengan hadis Nabi SAW yang berkaitan dengan konsep tawakkal serta anjuran untuk menyandarkan segala sesuatu kepada Sang Pencipta.

Teori konstruksi sosial yang dikemukakan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann menyatakan jika realitas sosial tercipta atas dasar tiga proses, yaitu eksternalisasi, objektivikasi, dan internalisasi. Eksternalisasi terjadi saat jargon “Semua Burger Milik Allah” dilontarkan oleh Aldi Taher yang kemudian menyebar di media sosial dan terdengar oleh para generasi Z. Jargon tersebut kemudian mengalami proses objektivikasi di mana masyarakat terutama generasi Z menyetujui jargon tersebut sebagai sebuah lelucon yang terkenal di kalangan

umum. Setelah disepakati oleh banyak orang, proses internalisasi akhirnya terwujud, di mana masyarakat, terutama generasi Z, memaknai jargon tersebut sebagai sebuah kenyataan sosial dan sebagai wujud dari konsep tawakkal, baik dalam media sosial maupun kehidupan sehari-hari.

Penelitian yang menggunakan living hadis sebagai pendekatannya sudah banyak dilakukan, namun sebagian besar berfokus pada digitalisasi hadis formal, seperti penyebaran hadis *shahih*, penggunaan aplikasi digital hadis, dan analisis fenomena hijrah online. Sebelumnya, terdapat kajian living hadis yang memiliki kesamaan fokus dengan penelitian ini, yaitu mengamati lelucon dalam media sosial jika dipandang dalam kacamata hadis. Namun, yang membedakan dengan penelitian ini adalah penelitian sebelumnya menghubungkan lelucon tersebut dengan hadis yang melarang penggunaannya, sedangkan penelitian ini menghubungkan sebuah lelucon dengan hadis yang memiliki makna implisit yang sama, yaitu konsep tawakkal. Fokus penelitian ini bukan pada validitas tekstual hadisnya, tetapi untuk menganalisis esensi nilai yang selaras dengan sebuah hadis yang dihidupkan dalam sebuah realitas sosial.

Berdasarkan latar belakang tersebut, artikel ilmiah ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana konstruksi sosial jargon "Semua Burger Milik Allah" terbentuk di media sosial, serta bagaimana generasi Z memandang fenomena tersebut melalui kajian living hadis. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat terungkap dinamika baru dalam studi agama di era digital, di mana agama dan tren positif di media sosial tidak lagi dilihat sebagai dua kutub yang saling kontra, melainkan saling merangkul satu sama lain membentuk identitas keagamaan baru bagi generasi muda.

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif analitis. Data bersumber dari beberapa konten di media sosial yang membahas tentang jargon "Semua Burger Milik Allah" seperti video, unggahan kutipan, dan komentar. Data juga diambil dari hasil wawancara online beberapa informan dari generasi Z untuk melihat pandangan mereka terhadap jargon tersebut. Pendekatan yang digunakan

adalah pendekatan konstruksi sosial milik Peter L. Berger dan Thomas Luckmann, yang mana hubungan antara individu dengan realitas masyarakat dapat dijadikan dasar untuk mengetahui bagaimana manusia mempengaruhi dan dipengaruhi oleh Al-Quran dan Hadis sebagai bagian nyata dalam realitas keseharian (Sugiarto dkk., 2023). Penelitian ini merupakan penelitian kajian *living* hadis karena berasal dari dinamika hubungan antara individu dan realitas sosialnya yang otomatis menempatkannya sebagai objek kajian penting dalam ranah antropologi dan sosiologi (Sugiarto dkk., 2023).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Fenomena Jargon “Semua Burger Milik Allah” di Media Sosial

Aldi Taher, dikenal sebagai salah satu figur publik yang memiliki keunikan tersendiri. Berangkat dari debutnya di dunia peran, Aldi Taher kini sukses menjalani bisnis kuliner, salah satunya burger. Tidak hanya menyajikan kualitas produk yang mampu bersaing, Aldi Taher mempunyai siasat dan strategi tersendiri dalam memasarkan produknya.

Awal mula jargon “Semua Burger Milik Allah” yang dilontarkan oleh Aldi Taher berawal ketika sekelompok orang yang ingin membeli burger padanya, tetapi sayangnya stok produk tersebut telah habis. Sembari merekam dengan kamera ponsel, sekelompok orang tersebut, yang secara tidak sengaja bertemu dengan Aldi Taher, menanyakan alasan dibalik habisnya burger dengan cepat. Bukannya meminta untuk menunggu sampai stok burger tersedia, Aldi Taher justru memberi saran kepada mereka untuk membeli burger milik Denny Sumargo, yaitu Burger Bangor, dan mengatakan bahwa semua burger milik Allah. Cuitan Aldi Taher yang diabadikan dalam bentuk video tersebut dibagikan oleh sekelompok orang tersebut lewat salah satu *platform* media sosial. Video tersebut akhirnya viral karena dianggap lucu sehingga banyak yang menyukai dan membagikannya. Tidak sedikit pula yang bahkan memandang secuil kalimat ini dari perspektif filsafat dan religi.

“Semua Burger Milik Allah” Perspektif Living Hadis

Tawakal adalah manifestasi keyakinan batin yang berfungsi sebagai

motivator kuat bagi individu untuk menyandarkan segala harapan kepada Allah SWT. Dalam konteks spiritual, kualitas tawakal ini sekaligus menjadi indikator derajat keimanan seseorang terhadap Penciptanya (Naldi dkk., 2023). Jika dimaknai lebih dalam, jargon Aldi Taher yang berbunyi “Semua Burger Milik Allah” memiliki arti filosofi yang selaras dengan konsep tawakal. Walaupun terkesan aneh, jargon ini bisa menjadi pengingat bagi manusia agar selalu menyadari bahwa apapun di dunia ini hanyalah milik Allah. Jargon ini relevan dengan hadis Nabi SAW yang diriwayatkan oleh Imam Tirmidzi yang dihukum sahih oleh Imam Albani, yaitu:

حَدَّثَنَا أَحْمَدُ بْنُ مُحَمَّدٍ بْنُ مُوسَى قَالَ: أَخْبَرَنَا عَبْدُ اللَّهِ بْنُ الْمُبَارَكِ قَالَ: أَخْبَرَنَا لَيْثُ بْنُ سَعْدٍ، وَابْنُ لَهْيَعَةَ، عَنْ قَيْسِ بْنِ الْحَجَّاجِ، وَحَدَّثَنَا عَبْدُ اللَّهِ بْنُ عَبْدِ الرَّحْمَنِ قَالَ: أَخْبَرَنَا أَبُو الْوَلِيدِ قَالَ: حَدَّثَنَا لَيْثُ بْنُ سَعْدٍ قَالَ: حَدَّثَنِي قَيْسُ بْنُ الْحَجَّاجِ، الْمَعْنَى وَاحِدٌ، عَنْ حَنْشِ الصَّنْعَانِيِّ، عَنْ ابْنِ عَبَّاسٍ، قَالَ: كُنْتُ خَلْفَ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَوْمًا، فَقَالَ: «يَا غُلَامُ إِنِّي أَعْلَمُكَ كَلِمَاتٍ، احْفَظِ اللَّهَ يَحْفَظْكَ، احْفَظِ اللَّهَ تَجِدْهُ تُجَاهَكَ، إِذَا سَأَلْتَ فَاسْأَلِ اللَّهَ، وَإِذَا اسْتَعَنْتَ فَاسْتَعِنْ بِاللَّهِ، وَاعْلَمْ أَنَّ الْأُمَّةَ لَوِ اجْتَمَعَتْ عَلَى أَنْ يَنْفَعُوكَ بِشَيْءٍ لَمْ يَنْفَعُوكَ إِلَّا بِشَيْءٍ قَدْ كَتَبَهُ اللَّهُ لَكَ، وَلَوْ اجْتَمَعُوا عَلَى أَنْ يَضُرُّوكَ بِشَيْءٍ لَمْ يَضُرُّوكَ إِلَّا بِشَيْءٍ قَدْ كَتَبَهُ اللَّهُ عَلَيْكَ، رُفِعَتِ الْأَقْلَامُ وَجَفَّتِ الصُّحُفُ» هَذَا حَدِيثٌ حَسَنٌ صَحِيحٌ

Artinya: “Telah menceritakan kepada kami Ahmad bin Muhammad bin Musa, ia berkata: Telah mengabarkan kepada kami Abdullah bin Al-Mubarak, ia berkata: Telah mengabarkan kepada kami Laits bin Sa'd dan Ibnu Lahi'ah, dari Qais bin Al-Hajjaj. (Jalur periwayatan lain) Dan telah menceritakan kepada kami Abdullah bin Abdurrahman, ia berkata: Telah mengabarkan kepada kami Abu Al-Walid, ia berkata: Telah menceritakan kepada kami Laits bin Sa'd, ia berkata: Telah menceritakan kepadaku Qais bin Al-Hajjaj – maknanya sama – dari Hanash Al-Shan'ani, dari Ibnu Abbas, ia berkata: "Pada suatu hari aku berada di belakang Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam, lalu beliau bersabda: 'Wahai anak muda, sesungguhnya aku akan mengajarkan kepadamu beberapa kalimat. Jagalah Allah, niscaya Allah akan menjagamu. Jagalah Allah, niscaya kamu akan mendapati-Nya di hadapanmu. Jika kamu meminta, mintalah kepada Allah, dan jika kamu memohon pertolongan, mohonlah pertolongan kepada Allah. Ketahuilah, ketahuilah, seandainya umat manusia bersatu untuk memberimu suatu manfaat, mereka tidak akan mampu memberimu manfaat kecuali dengan sesuatu yang telah Allah tetapkan untukmu. Dan seandainya mereka bersatu untuk mencelakakanmu, mereka tidak akan mampu mencelakakanmu kecuali dengan sesuatu yang telah Allah tetapkan atasmu. Pena-pena telah diangkat dan lembaran-lembaran telah kering"

(Al- Shameela, t.t.).

Datangnya hadis ini diceritakan langsung oleh Ibn Abbas pada teks hadis tersebut. Saat itu, Ibn Abbas merupakan seorang anak laki-laki yang belum baligh dan dibonceng di belakang Rasulullah SAW di atas punggung hewan tunggangan. Rasulullah SAW kemudian bersabda kepada Ibn Abbas dan mengawali hadis dengan sapaan *ghulam* (dalam riwayat lain: *bunayya*). Hadis tersebut berisi nasihat-nasihat tentang anjuran kuat untuk menjaga hak-hak Allah, salah satunya untuk tidak mengkhawatirkan apapun yang telah dan akan terjadi karena segala sesuatu telah ditetapkan oleh Allah SWT (Al-Sanee, t.t.).

Dalam hadis tersebut, terdapat kalimat:

أَنَّ الْأُمَّةَ لَوْ اجْتَمَعَتْ عَلَى أَنْ يَنْفَعُوكَ بِشَيْءٍ لَمْ يَنْفَعُوكَ إِلَّا بِشَيْءٍ قَدْ كَتَبَهُ اللَّهُ لَكَ

Petikan hadis Nabi SAW tersebut memiliki arti “Maka seandainya seluruh makhluk semuanya ingin memberikan suatu manfaat kepadamu yang tidak ditetapkan Allah untukmu, mereka tidak akan mampu melakukannya.” Kalimat ini memiliki makna bahwa tidak akan terjadi apapun kecuali jika telah ditakdirkan oleh Allah. Begitupun dengan manfaat yang tidak akan bisa diperoleh kecuali jika sudah dituliskan oleh Allah walaupun seluruh penduduk bumi telah berupaya untuk memberikan manfaat tersebut.

Dalam hadis tersebut, terdapat kalimat:

وَلَوْ اجْتَمَعُوا عَلَى أَنْ يَضُرُّوكَ بِشَيْءٍ لَمْ يَضُرُّوكَ إِلَّا بِشَيْءٍ قَدْ كَتَبَهُ اللَّهُ عَلَيْكَ

Kalimat tersebut memiliki arti “Dan jika mereka ingin mencelakakanmu dengan sesuatu yang tidak ditetapkan Allah untukmu, mereka tidak akan mampu melakukannya.” Maknanya, walaupun seluruh penduduk bumi telah berusaha untuk memberi bahaya, jika Allah tidak menghendaki, maka bahaya tersebut tidak akan datang dan terjadi.

Kedua petikan hadis Nabi SAW tersebut relevan dengan konsep tawakal

yang tentunya selaras dengan jargon “Semua Burger Milik Allah”. Jika manusia menyerahkan segala sesuatu kepada Allah, maka Allah akan memberikan yang terbaik untuknya. Ini merupakan sebuah anjuran untuk menyandarkan segala kepemilikan kepada Allah, bahkan sebuah burger sekalipun. Manusia hanya perantara dan pemegang sementara, Allah-lah Dzat yang memiliki segalanya.

Berdasarkan hasil wawancara, fenomena ini dapat membuat mendiskusikan atau mengingat nilai-nilai agama seperti hadis tidak harus selalu formal atau media ceramah, tetapi bisa lewat humor dan media sosial seperti ini. Jargon ini berhasil mendekatkan esensi nilai berserah diri kepada Tuhan ke dalam realitas kehidupan anak muda zaman sekarang.

Konstruksi Sosial Gen Z atas Jargon “Semua Burger Milik Allah”

Menurut Peter L. Berger, konstruksi sosial merupakan pemaknaan individu terhadap suatu hal yang lahir dari proses interaksi komunikatif dengan sesamanya. Realitas sosial sejatinya merupakan hasil dari yang dikonstruksikan secara sosial melalui ruang-ruang komunikasi tertentu (AL-Syam dkk., 2024). Pelaku dari konstruksi sosial itu sendiri adalah orang yang terlibat dalam sebuah hubungan sosial dan pembentukan konsep dan jati diri. Saat individu mampu mengartikan suatu pengalaman dari dimensi objektif sekaligus subjektif, maka berbagai pengalaman yang mereka punya dengan fenomena yang beragam akan diakui kebenarannya sebagai sebuah realitas (Nugroho & Efendi, 2024).

Eksternalisasi merupakan upaya manusia dalam mengaktualisasikan diri ke dunia luar, baik lewat gagasan pikiran maupun tindakan fisik. Proses menciptakan dunia baru ini pada akhirnya menjadi cermin bagi manusia untuk menemukan dan meneguhkan identitas mereka sendiri (Nugroho & Efendi, 2024). Artinya, eksternalisasi adalah suatu proses di mana individu mengutarakan suatu hal di lingkup sosial. Aldi Taher melakukan eksternalisasi pemikirannya secara spontan ketika dilontarkan pertanyaan secara tiba-tiba oleh sekelompok orang sehingga terciptalah jargon tersebut. Menurut hasil penelitian, sebagian besar generasi Z mengetahui bahwa jargon ini banyak yang membagikannya di media sosial karena

dianggap lucu dan unik. Hal ini dilakukan oleh salah satu akun *Instagram* @celebrithink yang membagikan video awal mula jargon tersebut. Postingan ini mendapat 359 ribu *likes*, 2 ribu komentar, dan dibagikan 27 ribu kali (@celebrithink, t.t.). Hal ini menunjukkan bahwa jargon ini telah diketahui oleh banyak orang, termasuk gen Z. Mereka menganggap jargon ini lucu dan unik karena mengaitkan makanan dengan hal yang bersifat religius, yang mungkin tidak semua orang memiliki pemikiran dan kreativitas seperti itu. Bahkan, ada beberapa informan wawancara yang sering memakai jargon tersebut di dunia nyata dan media sosial.



Gambar 1. Tangkapan Layar *Reels Instagram* Aldi Taher Melontarkan Kalimat “Semua Burger Milik Allah” untuk Pertama Kali

Objektivikasi merupakan proses interaksi antar-manusia dalam realitas bersama yang kemudian mengalami pelembagaan, sehingga membentuk pola perilaku yang terstruktur dan diakui secara kolektif (Fatmawati, 2021). Ini memiliki makna bahwa hasil dari eksternalisasi tersebut ulai diterima oleh masyarakat dan menjadi sebuah realitas. Menurut hasil penelitian, generasi Z menerima jargon Aldi Taher tersebut sebagai bentuk pengingat bahwa semua hal milik Tuhan yang dibalut dengan lelucon. Sebagian yang lain memaknai jargon tersebut sebagai ungkapan pasrah ketika mengalami suatu kegagalan dengan gaya santai. Selain itu, mereka tidak menyetujui pada kritik yang menyebut jargon tersebut sebagai penistaan agama. Mereka beranggapan bahwa jargon ini adalah hal positif yang mana membawa konsep ketuhanan ke dalam ruang obrolan sehari-hari, termasuk media sosial.

Internalisasi adalah dunia sosial yang tadinya berada di luar diri manusia

dan telah mapan (terobjektivasi) kini diadopsi dan diintegrasikan kembali ke dalam alam pikiran individu melalui proses sosialisasi (Fatmawati, 2021). Maknanya, hasil dari interaksi sosial dipahami dan diberi makna oleh masyarakat dan menjadi bagian dari kehidupannya. Menurut hasil penelitian, beberapa informan menggunakan jargon ini di ruang obrolan sehari-hari, baik di dunia nyata maupun media sosial. Sebagian besar informan setuju bahwa jargon ini secara tidak sadar membuat mereka mudah merasa lebih *ikhlas* ketika menghadapi sesuatu yang hilang atau gagal. Jargon ini membuat para generasi Z memahami bahwa semua hal adalah milik Tuhan dan apapun yang dimiliki hanya titipan dari-Nya. Selain itu, mereka memberi makna bahwa tidak perlu terlalu ambisius untuk mengejar sesuatu karena takdir, dan rezeki sudah ditetapkan oleh Tuhan.

Segala Sesuatu Milik Allah

Setiap muslim diwajibkan untuk menanamkan dalam diri mereka jika segala sesuatu yang ada di dunia termasuk diri mereka sendiri adalah milik Allah. Hal ini sesuai dengan firman Allah pada QS. Al-Baqarah ayat 284:

لِلّٰهِ مَا فِي السَّمٰوٰتِ وَمَا فِي الْاَرْضِؕ وَاِنْ تُبْدُوْا مَا فِيْ اَنْفُسِكُمْ اَوْ تُخْفُوْهُ يُحَاسِبْكُمْ بِهٖ ۗ اللّٰهُ فَیَغْفِرُ لِمَنْ یَّشَآءُ وَیُعَذِّبُ مَنْ یَّشَآءُ ۗ وَاللّٰهُ عَلٰی كُلِّ شَیْءٍ قَدِیْرٌ ﴿٢٨٤﴾

Artinya: “Milik Allahlah apa yang ada di langit dan apa yang ada di bumi. Jika kamu menyatakan apa yang ada di dalam hatimu atau kamu menyembunyikannya, niscaya Allah memperhitungkannya bagimu. Dia mengampuni siapa saja yang Dia kehendaki dan mengazab siapa pun yang Dia kehendaki. Allah Mahakuasa atas segala sesuatu.” (QS. Al-Baqarah: 284) (NU Online, t.t.-a).



Gambar 2. Hasil Tangkapan Layar dari Postingan Akun Instagram @ikhbarcom yang berjudul “Semua Burger Milik Allah? Bener Gak Tuh?!”

Berdasarkan hasil observasi pada postingan @ikhbarcom di *Instagram*, jargon ini mengajarkan tentang hakikat kepemilikan. Islam memiliki prinsip dasar *al-mulku lillah*, yaitu segala sesuatu milik Allah. Hal ini memiliki arti bahwa manusia secara mutlak tidak memiliki apapun di dunia ini karena semua hanyalah titipan. Manusia hanyalah sebagai perantara belaka (@ikhbarcom, 2026). Sejatinya, kita hanya ditugaskan untuk menjaganya saja.

Menyerahkan Segala Sesuatu Kepada Allah

Hamba yang beriman akan selalu percaya dengan apa yang diputuskan oleh Allah. Oleh karena itu, mereka akan menyerahkan segala urusan kepada Allah. Ini disebut *tawakal*, yaitu berpasrah kepada Allah atas segala sesuatu yang terjadi setelah melakukan usaha yang terbaik.



Gambar 3. Hasil Tangkapan Layar dari Postingan Akun Instagram @wahdahinspirasizakat yang berjudul “Siapa sangka celetukan "Semua Burger Milik Allah" ternyata punya makna filosofis yang sangat dalam?”

Berdasarkan hasil observasi pada salah satu postingan akun *Instagram* @wahdahinspirasizakat, jargon “Semua Burger Milik Allah” mengajarkan untuk yakin sepenuhnya kepada Allah setelah melakukan *ikhtiar*. Sikap *tawakal* akan memberikan ketenangan hati karena sudah tertanam pada diri sendiri jika semua yang terjadi nyatanya sudah diatur oleh Yang Maha Kuasa (@wahdahinspirasizakat, 2026). Dengan demikian, tidak perlu untuk khawatir dengan apapun, termasuk masa depan.

Menghindari Sifat Sombong

Allah sangat melarang hambanya untuk sombong. Banyak sekali ayat al-Qur'an yang berisi tentang larangan sombong dan kisah-kisah orang terdahulu

yang menghadapi kehancuran karena kesombongannya. Salah satu firman Allah tentang larangan sombong adalah QS. Luqman ayat 18:

وَلَا تُصَعِّرْ خَدَّكَ لِلنَّاسِ وَلَا تَمْشِ فِي الْأَرْضِ مَرَحًا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ كُلَّ مُخْتَالٍ فَخُورٍ

Artinya: “Janganlah memalingkan wajahmu dari manusia (karena sombong) dan janganlah berjalan di bumi ini dengan angkuh. Sesungguhnya Allah tidak menyukai setiap orang yang sombong lagi sangat memanggakan diri.” (QS. Luqman: 18) (NU Online, t.t.-b).



Gambar 4. Hasil Tangkapan Layar dari Postingan Akun Instagram @hajiculture yang berjudul “Dari Burger ke Hati”

Berdasarkan observasi pada akun *Instagram* @hajiculture, terdapat salah satu postingan yang menyebutkan bahwa jargon “Semua Burger Milik Allah” memiliki makna bahwa manusia harus bersikap rendah hati. Apapun yang dimiliki, baik itu jabatan maupun harta, adalah milik Allah. Jargon ini menjadi pengingat agar manusia tidak berlebihan dalam berbangga diri karena pada dasarnya manusia tidak memiliki apa-apa.

KESIMPULAN

Esensi dari nilai agama dapat berkembang dalam media sosial, terlebih generasi Z yang sebagian besar menghabiskan waktunya untuk mengakses salah satu teknologi tersebut. Salah satu fenomena jargon Aldi Taher “Semua Burger Milik Allah” memiliki makna filosofis yang mendalam. Jargon ini selaras dengan hadis nabi tentang konsep tawakal. Nyatanya, media sosial dapat menjadi wadah untuk berkembangnya esensi dari nilai agama yang dapat dipahami oleh generasi Z. Hasil konstruksi sosial jargon ini menemukan bahwa para generasi Z sepakat memaknai jargon tersebut sebagai pengingat bahwa segala sesuatu milik Allah dan harus

menyerahkan apapun urusan yang dimiliki kepada-Nya. Penelitian ini tentunya memiliki banyak kekurangan sehingga diharapkan penelitian selanjutnya akan mengambil dari perspektif yang lebih luas, baik dari hadis rujukan maupun informan dari berbagai kalangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Al- Shameela, A.-M. (t.t.). *Kitab Sunan al-Tirmidzi Bab Shifat al-Qiyamah wa al-Raqaa'iq wa al-Wara'*. Al-Maktabah Al-Shameela. Diambil 7 Juni 2026, dari <https://shameela.ws/book/1435/4331#p1>
- Al-Sanee'a, A.-D. (t.t.). *Al-Ahkam Al-Shar'iyah Al-Kubro*. Al-Dorar Al-Sanee'a. Diambil 7 Juni 2026, dari <https://dorar.net/h/1oJ5XG4s?osoul=1>
- AL-Syam, R., S, A., & Majid, A. (2024). Konstruksi Sosial Instagram Pengguna Akun @Mubadalah.Id Sebagai Media Komunikasi Virtual Dalam Konten Seksualitas Berbasis Islami (Studi Netnografi). *Respon: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Komunikasi*, 4(3), 21–32. <https://doi.org/https://doi.org/10.33096/respon.v4i3.239>
- @celebrithink, celebrithink. com. (t.t.). *Lucu Banget! Netizen Gagal Beli Burger Aldi Taher, Disuruh Beli di Tempat Lain: "Semua Milik Allah."* Diambil 6 Juni 2026, dari <https://www.instagram.com/reel/DWX9gQ4kbEp/?igsh=NGU2aXg3bWFveno%3D>
- Fatmawati, F. (2021). Gerakan Indonesia Tanpa Pacaran (ITP): Dari Resepsi Qur'an dan Hadis Hingga Konstruksi Sosial. *Satya Widya: Jurnal Studi Agama*, 4(2), 66–94. <https://doi.org/10.33363/swjsa.v4i2.767>
- @ikhbarcom, ikhbar. com. (2026, April 1). *Semua Burger Milik Allah? Bener Gak Tuh?!* Instagram. <https://www.instagram.com/ikhbarcom/p/DWIRvJbkxDh/>
- Naldi, A., Cahaya, C., & Damanik, M. Z. (2023). Konsep Tawakal dalam Kajian Akhlak Tasawuf Berdasarkan Dalil pada Al-Qur'an. *Atthiflah: Journal of Early Childhood Islamci Education*, 10(2).
- NU Online, Q. (t.t.-a). *Surat Al-Baqarah Ayat 284: Arab, Latin, Terjemah dan Tafsir Lengkap | Quran NU Online*. NU Online. Diambil 6 Juni 2026, dari <https://quran.nu.or.id/al-baqarah/284>
- NU Online, Q. (t.t.-b). *Tafsir Surat Luqman Ayat 18: Larangan Sombong dalam Islam*. Diambil 6 Juni 2026, dari <https://nu.or.id/tafsir/tafsir-surat-luqman-ayat-18-larangan-sombong-dalam-islam-FUuxQ>
- Nugroho, I., & Efendi, E. (2024). Konstruksi Realitas Sosial Tafsir Al-Qur'an pada Unggahan @peachyfraise dalam Media Sosial X. *Tapis: Jurnal Penelitian Ilmiah*, 8(2), 215. <https://doi.org/10.32332/tapis.v8i2.9439>
- Sugiarto, F., Ahlan, A., & Janhari, M. N. (2023). *Metodologi Penelitian Living Qur'an dan Hadis* (1 ed.). UIN Mataram Press.
- @wahdahinspirasizakat, W. I. Z. (2026). *Siapa Sangka Celetukan "Semua Burger Milik Allah" Ternyata Punya Makna Filosofis yang Sangat Dalam?* Instagram. https://www.instagram.com/p/DW79y23DHLX/?img_index=3&igsh=MWIwcHoybndyaTJ4Yw%3D%3D