

Resepsi Pengguna Instagram terhadap Ayat Al-Qur'an dalam Konten @barengquran: Kajian Living Qur'an Digital

Irnawati^{1*}, Yedi Kuswandi², Asep Abdul Muhyi³

¹ UIN Sunan Gunung Djati Bandung; irna28@gmail.com

² UIN Sunan Gunung Djati Bandung; yedikuswandi@gmail.com

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

* Correspondence

Abstract: The rise of digital technology has transformed how Muslims interact with the Qur'an, shifting engagement from formal religious spaces to social media platforms such as Instagram. This study investigates the @barengquran account, which has over one million followers and presents Qur'anic verses through a motivational-reflective approach tied to contemporary life issues, a distinctive character not yet specifically studied in the digital Living Qur'an literature that has predominantly examined the thematic-exegetical account @QuranReview. This study aims to (1) describe and analyze the forms of Qur'anic verse presentation in @barengquran's motivational content, and (2) describe and analyze the patterns of Instagram users' reception of those verses. Using a netnographic method with a qualitative descriptive-interpretive approach, data were collected through non-participant observation and digital documentation of ten selected carousel posts along with twenty-five user comments. Analysis employed the Living Qur'an framework, Rafiq's Qur'anic reception typology (exegetical, aesthetic, functional, lucrative, and mixed), and Al-Banna and Hilmi's three reception layers (cognitive, affective, behavioral). The study found that (1) Qur'anic verses are presented in a visual-affective manner through consistent carousel formats with dark backgrounds, contrasting typography, and poetic-reflective language linking verses to themes of relationships, spirituality, burnout, and overthinking; and (2) user reception is dominated by functional typology (64%) and the affective layer (52%), while exegetical reception and the cognitive layer increase significantly in content with provocative theological visuals, with audiences actively discussing and correcting one another's understanding, and lucrative

reception was entirely absent, unlike findings on @QuranReview. These findings affirm that the Qur'an in @barengquran's ecosystem functions both performatively and informatively in a balanced manner, depending on the thematic and visual character of the content, and that this character can moderate reception type even within a single account.

Keywords: *@barengquran; digital Living Qur'an; Instagram; netnography; Qur'anic reception.*

Abstrak: Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara umat Muslim berinteraksi dengan Al-Qur'an, dari ruang pengajian formal menuju platform media sosial seperti Instagram. Penelitian ini mengkaji akun @barengquran yang memiliki lebih dari satu juta pengikut dan menyajikan ayat Al-Qur'an melalui pendekatan motivasional-reflektif yang dikaitkan dengan persoalan hidup modern, karakter khas yang belum pernah dikaji secara spesifik dalam literatur Living Qur'an digital yang selama ini lebih banyak berfokus pada akun bertipe tematik-eksegetis seperti @QuranReview. Penelitian ini bertujuan untuk (1) mendeskripsikan dan menganalisis bentuk penyajian ayat Al-Qur'an dalam konten motivasi @barengquran, dan (2) mendeskripsikan dan menganalisis pola resepsi pengguna Instagram terhadap ayat-ayat tersebut. Menggunakan metode netnografi dengan pendekatan kualitatif deskriptif-interpretatif, data dikumpulkan melalui observasi non-partisipan dan dokumentasi digital terhadap sepuluh konten carousel terpilih beserta dua puluh lima komentar penggunanya. Analisis menggunakan kerangka Living Qur'an, tipologi resepsi Qur'ani Rafiq (eksegetis, estetis, fungsional, lukratif, campuran), dan tiga lapisan resepsi Al-Banna dan Hilmi (kognitif, afektif, behavioral). Penelitian menemukan bahwa (1) ayat Al-Qur'an disajikan secara visual-afektif melalui format carousel konsisten dengan latar gelap, tipografi kontras, dan bahasa puitis-reflektif yang mengaitkan ayat dengan tema relasi, spiritualitas, burnout, dan overthinking; dan (2) resepsi pengguna didominasi tipologi fungsional (64%) dan lapisan afektif (52%), sementara resepsi eksegetis dan lapisan kognitif meningkat signifikan pada konten bertema akidah yang divisualisasikan provokatif, dengan audiens aktif berdiskusi dan saling mengoreksi pemahaman, dan resepsi lukratif sama sekali tidak ditemukan, berbeda dari temuan pada @QuranReview. Temuan ini menegaskan bahwa Al-Qur'an dalam ekosistem @barengquran menjalankan fungsi performatif dan informatif secara berimbang

bergantung pada karakter tema dan visual kontennya, dan bahwa karakter ini dapat memoderasi jenis resepsi bahkan dalam satu akun yang sama.

Kata Kunci: *@barengquran; Instagram; living Qur'an digital; netnografi; resepsi Al-Qur'an.*

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi informasi dan meluasnya penggunaan internet telah mengubah cara masyarakat Muslim berinteraksi dengan Al-Qur'an secara mendasar. Jika satu generasi lalu interaksi umat dengan kitab suci terutama berlangsung di ruang pengajian, masjid, atau lingkaran keluarga, kini sebagian besar interaksi tersebut berpindah ke layar gawai dan platform media sosial. Kajian Living Qur'an kontemporer menunjukkan bahwa Al-Qur'an tidak lagi hadir semata sebagai teks yang dipelajari dalam konteks keagamaan formal, melainkan telah menjelma menjadi praktik yang dimediasi oleh algoritma, fitur platform, dan budaya partisipatif internet (Heriyanto, 2021; Lukman, 2018; Nisa, 2018; Richtig & Saifullah, 2022). Membaca, menghafal, berbagi kutipan ayat, bahkan mengonsumsi konten Qur'ani sebagai bagian dari rutinitas digital harian, semua ini merupakan bentuk-bentuk baru resepsi yang khas di era digital, yang tidak dapat dipahami secara memadai melalui kerangka tafsir konvensional semata.

Instagram menjadi salah satu ruang utama tempat ayat Al-Qur'an bertemu dengan audiens Muslim yang luas, khususnya generasi muda. Di platform ini, ayat tidak sekadar ditampilkan sebagai teks telanjang, melainkan direkontekstualisasi melalui desain grafis yang menarik, caption yang emosional, tema yang relevan dengan isu keseharian, dan bahasa populer yang mudah dicerna. Hasilnya, Al-Qur'an hadir sebagai pengalaman yang bersifat visual, afektif, dan partisipatif sekaligus (Marlina et al., 2025; Purnama, 2020; Rasidin, Nurfadliyat, Syam, Taufik, & Ilham, 2025; Rohim, Ardillah, Yamani, & Hosseinieskandian, 2025). Dalam konteks ini, resepsi audiens terhadap Al-Qur'an tidak dapat lagi dipahami hanya dari sudut pemaknaan tekstual, tetapi juga harus dibaca dari sudut daya tarik visual, kedekatan emosional, dan keterlibatan aktif di ruang komentar (Al-Banna & Hilmi, 2022; Fawaid & Amalia, 2025; Rusydiana, Rosyada, Sholiha, & Muadom, 2025). Pergeseran ini sejalan dengan apa yang oleh Highfield dan Leaver (2016) disebut sebagai *instagrammatics*,

yaitu cara kerja platform visual yang tidak netral, melainkan ikut membentuk bagaimana sebuah pesan, termasuk pesan keagamaan, diproduksi dan dimaknai oleh penggunanya.

Salah satu akun Instagram yang cukup berkembang dalam lanskap dakwah digital Indonesia adalah @barengquran. Akun ini memiliki lebih dari satu juta pengikut dengan lebih dari 4.800 konten yang telah diunggah, menjadikannya salah satu akun dakwah Qur'ani berpengaruh di kalangan Muslim muda Indonesia. Karakter utama @barengquran adalah pendekatan tadabbur Al-Qur'an yang dikaitkan langsung dengan persoalan-persoalan hidup modern seperti *overthinking*, *insecurity*, *burnout*, kesepian digital, hingga krisis makna. Bahasa yang digunakan sederhana, reflektif, dan tidak menggurui menjadikan kontennya mudah diterima oleh audiens muda yang akrab dengan budaya media sosial. Pada tahun 2026, akun ini bahkan menerbitkan buku berjudul Qur'an Underrated (@barengquran, 2026), sebuah langkah yang menunjukkan ekosistem dakwah digital yang terus berkembang di sekitar akun ini, dari ruang digital menuju medium cetak.

Kajian akademis tentang resepsi Al-Qur'an di Instagram telah berkembang cukup pesat dalam kurang lebih sepuluh tahun terakhir, namun hampir seluruhnya terpusat pada satu objek yang sama, yaitu akun @QuranReview. Fadoli dan Naziha (2022) mengidentifikasi tiga bentuk resepsi pada akun tersebut, yakni eksegetis, estetis, dan fungsional, dengan resepsi eksegetis sebagai yang paling dominan. Al-Banna dan Hilmi (2022) memperdalam temuan ini dengan menunjukkan bahwa respons netizen terhadap @QuranReview dapat dipetakan ke dalam tiga lapisan, yakni kognitif, afektif, dan behavioral, sehingga tipologi resepsi tidak hanya menjelaskan jenis respons, tetapi juga kedalamannya.

Richtig dan Saifullah (2022) memperluas temuan ini dengan mengidentifikasi adanya dimensi resepsi lukratif pada akun yang sama, yaitu kecenderungan audiens mengasosiasikan konten keagamaan dengan produk dan program berbayar, sebuah bentuk komodifikasi religius yang juga diidentifikasi Purnama (2020) melalui konsep resepsi estetis yang termediasi oleh integrasi fitur visual Instagram. Fawaid dan Amalia (2025) menambahkan dimensi gender dengan memetakan tiga pola respons audiens terhadap representasi perempuan Muslim di akun tersebut, yaitu progresif-afirmatif, konservatif-resistif, dan kritis-reflektif, sementara Rusydiana et al. (2025) menggunakan konsep figuring dan disfiguring untuk menunjukkan bahwa audiens dapat sekaligus meneguhkan dan menafsir ulang makna konten yang ditawarkan kreator.

Di luar fokus pada @QuranReview, sejumlah studi memperluas pemahaman tentang Living Qur'an digital secara lebih umum. Sihabussalam et al. (2024) memetakan periodisasi

tafsir digital Indonesia dan menegaskan bahwa produksi tafsir kini tunduk pada logika media dan algoritma platform, bukan lagi semata-mata logika keilmuan tafsir klasik. Rasidin et al. (2025) menunjukkan bahwa tafsir di Instagram bergerak menuju format dakwahtainment, yaitu perpaduan pesan keagamaan dengan unsur hiburan untuk menjangkau audiens muda yang terbiasa dengan konsumsi konten cepat dan visual. Heriyanto (2021) serta Nisa (2018) menunjukkan bahwa fenomena serupa juga terjadi pada praktik tahfiz online dan gerakan keagamaan berbasis komunitas digital seperti One Day One Juz, yang sama-sama menunjukkan bahwa relasi umat dengan Al-Qur'an semakin dimediasi oleh teknologi digital dan logika platform.

Akar konseptual dari seluruh perkembangan ini dapat dilacak pada gagasan Living Qur'an yang dirumuskan sejak satu dekade lebih awal oleh sejumlah sarjana Indonesia. Mansur (2007), dan Ahimsa-Putra (2012) memperkenalkan Living Qur'an sebagai paradigma yang menggeser fokus kajian dari teks Al-Qur'an semata kepada praktik sosial yang tumbuh di sekitarnya, sebuah pergeseran epistemologis dari pertanyaan apa makna ayat menuju pertanyaan bagaimana ayat dihayati dan diamalkan oleh komunitas penerimanya (Ahimsa-Putra, 2012; Mansur, 2007). Junaedi (2015) menunjukkan melalui studi etnografis di pesantren bahwa pendekatan ini sangat produktif untuk memahami praktik keagamaan yang tidak selalu tercermin dalam teks tafsir formal, semisal kebiasaan pembacaan ayat tertentu pada momen tertentu yang berkembang dalam komunitas.

Ketika ranah penghayatan tersebut berpindah dari pesantren dan majelis taklim menuju linimasa Instagram, pertanyaan metodologis yang sama, yaitu bagaimana ayat dihayati, tetap relevan namun menuntut instrumen analisis baru yang dapat menjangkau data digital, sebagaimana yang ditawarkan studi-studi netnografi pada akun @QuranReview dan yang diupayakan penelitian ini pada akun @barengquran. Sejauh yang dapat diidentifikasi dari penelusuran literatur, belum ada penelitian yang secara khusus mengkaji resepsi pengguna Instagram terhadap konten @barengquran, sebuah akun dengan karakter pendekatan yang berbeda secara signifikan dari @QuranReview, yakni lebih menekankan pada dimensi motivasional dan refleksi kehidupan modern daripada tafsir tematik yang terkait budaya populer.

Kesenjangan akademis ini menjadi celah penelitian yang penting untuk diisi, sebab generalisasi pola resepsi dari satu akun ke akun dakwah Qur'ani lain berisiko mengabaikan variasi karakter penyajian konten yang dapat menghasilkan pola resepsi yang berbeda secara mendasar. Risiko generalisasi semacam ini telah disinggung secara implisit oleh Wardani

dan Muntazori (2019) dalam kajian mereka tentang meme dakwah, yang menunjukkan bahwa setiap format visual keagamaan, sekecil meme sekalipun, membawa konvensi estetika dan harapan audiens yang khas, sehingga tidak dapat disamakan begitu saja antar satu produk dakwah digital dengan produk lainnya hanya karena keduanya sama-sama berbasis teks suci (Wardani & Muntazori, 2019). Ahmad Rafiq (2021) merumuskan Living Qur'an sebagai kajian atas relasi antara teks suci dan komunitas yang menerimanya, di mana Al-Qur'an berfungsi sekaligus secara informatif, yaitu sebagai sumber pengetahuan, dan performatif, yaitu sebagai penggerak sikap dan tindakan. Dari perspektif ini, konten-konten @barengquran yang menghadirkan ayat Al-Qur'an sebagai solusi atas persoalan hidup modern merupakan wujud nyata dari Living Qur'an di era digital yang patut dikaji secara tersendiri, bukan disamakan begitu saja dengan pola resepsi pada akun bertipe tafsir tematik.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini merumuskan dua pertanyaan penelitian, yaitu (1) bagaimana bentuk penyajian ayat Al-Qur'an dalam konten motivasi akun @barengquran di Instagram, dan (2) bagaimana pola resepsi pengguna Instagram terhadap ayat Al-Qur'an dalam konten motivasi @barengquran. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis kedua aspek tersebut secara mendalam. Signifikansi penelitian ini terletak pada dua aras. Secara akademis, penelitian ini memperkaya khazanah kajian Living Qur'an digital dengan menghadirkan kasus akun bertipe motivasional-reflektif yang berbeda dari kajian terdahulu yang selama ini terpusat pada akun bertipe tafsir tematik, sekaligus memperkaya metodologi Living Qur'an dengan pendekatan netnografi yang memadukan analisis konten visual dan eksplorasi pola respons audiens secara sistematis. Secara praktis, temuan penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi kreator konten dakwah digital dalam memahami implikasi pilihan visual dan tematik terhadap jenis keterlibatan audiens, bagi lembaga pendidikan Islam dalam memahami dinamika resepsi Qur'ani generasi muda, serta bagi pengguna aktif konten Qur'ani di media sosial dalam menyikapi secara kritis dinamika resepsi Al-Qur'an di ruang digital

Kebaruan (*novelty*) penelitian ini terletak pada tiga hal. Pertama, kehadiran objek kajian baru, yaitu @barengquran, yang merepresentasikan tipe akun dakwah Qur'ani digital yang berbeda dari objek yang selama ini dominan dikaji dalam literatur. Kedua, penggunaan kombinasi tipologi resepsi Rafiq (2014) dan lapisan resepsi Al-Banna dan Hilmi (2022) secara simultan untuk membaca data dari dua sumbu sekaligus, yaitu jenis resepsi dan kedalamannya, yang memungkinkan analisis yang lebih bernuansa dibandingkan penggunaan salah satu kerangka saja. Ketiga, identifikasi adanya pergeseran pola resepsi

yang terjadi bahkan dalam satu akun yang sama, bergantung pada karakter tematik dan visual konten tertentu, sebuah temuan yang memperkaya pemahaman tentang sifat kontekstual resepsi Qur'ani digital. Untuk menjawab kedua pertanyaan penelitian tersebut, penelitian ini menggunakan metode netnografi dengan pendekatan kualitatif deskriptif-interpretatif, yang akan dijelaskan lebih lanjut pada bagian berikutnya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode netnografi, yakni adaptasi metode etnografi untuk konteks komunitas yang terbentuk melalui komunikasi berbasis internet (Costello, McDermott, & Wallace, 2017; Kozinets, 2002). Pendekatan penelitian ini adalah kualitatif deskriptif-interpretatif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan memahami, mendeskripsikan, dan menginterpretasikan fenomena resepsi pengguna terhadap konten Qur'ani secara mendalam dan kontekstual, bukan untuk mengukur atau mengkuantifikasi variabel secara statistik (Creswell, 2017). Jenis penelitian ini bersifat deskriptif-interpretatif karena berupaya memaparkan secara rinci bentuk penyajian ayat dan pola resepsi pengguna, sekaligus menafsirkan makna di balik pola-pola tersebut dengan merujuk pada kerangka teoretis yang relevan.

Pemilihan netnografi sebagai metode didasarkan pada tiga pertimbangan utama. Pertama, objek kajian, yaitu konten visual @barengquran dan respons pengguna di kolom komentar, merupakan fenomena yang lahir, berkembang, dan dapat diamati secara langsung di ruang digital Instagram, sehingga metode etnografi konvensional yang berbasis interaksi tatap muka tidak sepenuhnya memadai (Fadoli & Naziha, 2022; Nascimento, Suarez, & Campos, 2022). Kedua, netnografi memungkinkan peneliti menangkap interaksi organik antara konten, kreator, dan audiens tanpa mengubah konteks alaminya, karena pengamatan dilakukan secara non-partisipan terhadap data yang sudah tersedia secara publik (Hine, 2020; Kozinets, 2010). Ketiga, netnografi selaras dengan orientasi epistemologis Living Qur'an yang menaruh perhatian utama pada relasi antara teks suci dan komunitas penerimanya, bukan semata-mata pada teks itu sendiri (Rafiq, 2021).

Kerangka teoretis yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas tiga lapis yang saling menopang. Lapis pertama adalah kerangka Living Qur'an (Rafiq, 2021) yang membedakan fungsi informatif dan performatif Al-Qur'an, digunakan sebagai fondasi untuk memahami karakter penyajian ayat dalam konten @barengquran. Lapis kedua adalah teori resepsi (Jauss, 2022) yang menempatkan audiens sebagai pihak aktif yang membawa horizon

harapannya sendiri ke dalam pertemuan dengan teks, dioperasionalkan melalui tipologi resepsi Rafiq (2014) yang membedakan resepsi eksegetis, estetis, fungsional, dan lukratif (Purnama, 2020). Lapis ketiga adalah tiga lapisan resepsi Al-Banna dan Hilmi (2022), yaitu kognitif, afektif, dan behavioral, yang digunakan untuk menelaah kedalaman setiap kategori resepsi yang telah diidentifikasi melalui tipologi pada lapis kedua. Kombinasi ketiga lapis teori ini memungkinkan data dibaca dari dua sumbu sekaligus, yaitu jenis resepsi dan kedalamannya.

Sumber data primer penelitian ini terdiri dari tiga jenis, yaitu konten visual akun Instagram @barengquran, komentar dan respons pengguna pada postingan terpilih, serta data dokumentasi tentang karakteristik akun. Sumber data sekunder meliputi literatur akademis tentang Living Qur'an digital, teori resepsi Al-Qur'an, metode netnografi, dan kajian dakwah digital. Data analitik akun dari platform pemantauan media sosial seperti HypeAuditor.com juga digunakan sebagai data sekunder pendukung untuk memverifikasi profil dan jangkauan akun.

Data dikumpulkan melalui tiga teknik yang saling melengkapi. Pertama, observasi non-partisipan terhadap konten dan komentar @barengquran, di mana peneliti mengamati interaksi platform tanpa terlibat aktif di dalamnya, sejalan dengan prinsip dasar netnografi (Kozinets, 2010; McCrow-Young, 2021). Kedua, dokumentasi digital melalui tangkapan layar yang diambil secara sistematis dengan memperhatikan prosedur aksesibilitas dan anonimisasi data (McCrow-Young, 2021). Ketiga, studi dokumentasi literatur terhadap dokumen publik yang berkaitan dengan akun, termasuk buku Qur'an Underrated yang diterbitkan pada 2026 (@barengquran, 2026), sebagai data pendukung untuk memahami konteks dan perkembangan ekosistem dakwah digital akun tersebut.

Instrumen penelitian ini berupa pedoman observasi dan dokumentasi yang dikembangkan peneliti, mencakup kategori format konten, cara pengontekstualisasian ayat, elemen visual, gaya bahasa caption, serta kategori tipologi dan lapisan resepsi sebagaimana dijelaskan pada bagian kerangka teoretis di atas. Pedoman ini digunakan secara konsisten untuk mengategorikan setiap unit data, baik konten maupun komentar, guna menjaga konsistensi analisis antar unit.

Opulasi penelitian ini adalah keseluruhan konten akun Instagram @barengquran yang berjumlah lebih dari 4.800 unggahan beserta komentar penggunanya. Sampel penelitian terdiri dari sepuluh unggahan terpilih, diberi kode BQ-001 hingga BQ-010, seluruhnya berformat carousel, dipilih menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria

keterwakilan tema, yaitu relasi, spiritualitas, burnout, dan overthinking, sebagai empat tema yang paling menonjol dalam konten @barengquran berdasarkan observasi awal. Dari sepuluh konten tersebut, dipilih dua puluh lima komentar audiens sebagai sampel data resepsi, dengan mempertimbangkan keragaman jenis respons serta jumlah keterlibatan (likes) sebagai indikator resonansi komentar tersebut dengan audiens yang lebih luas

Data dianalisis menggunakan teknik analisis konten kualitatif yang dikombinasikan dengan pembacaan pola resepsi berdasarkan kerangka teori yang telah dibangun, melalui empat tahap. Tahap pertama adalah reduksi data, yaitu memilih dan memfokuskan data yang paling representatif berdasarkan keragaman tema dan relevansinya dengan pertanyaan penelitian. Tahap kedua adalah kategorisasi dan deskripsi penyajian, yaitu mengategorikan data penyajian ayat berdasarkan format visual, cara pengontekstualisasian, pilihan tema, dan gaya bahasa, sebagaimana akan dipaparkan pada bagian hasil.

Tahap ketiga adalah kategorisasi resepsi, yaitu mengategorikan respons pengguna menggunakan tipologi resepsi eksegetis, estetis, fungsional, dan lukratif (Purnama, 2020; Rafiq, 2012), yang dilengkapi kategori campuran untuk komentar yang menunjukkan lebih dari satu tipologi sekaligus, serta tiga lapisan Al-Banna dan Hilmi (2022), yaitu kognitif, afektif, dan behavioral. Tahap keempat adalah interpretasi dan pemaknaan, yaitu menginterpretasikan temuan yang telah dikategorisasi dengan merujuk pada kerangka teoretis Living Qur'an dan teori resepsi, serta mendialogkannya secara kritis dengan literatur yang relevan, khususnya temuan-temuan terdahulu pada akun @QuranReview.

Keabsahan data dalam penelitian ini dijaga melalui dua jenis triangulasi. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan data dari konten akun, komentar pengguna, dan informasi kontekstual tentang akun, termasuk data dari buku Qur'an Underrated dan platform analitik media sosial. Triangulasi teori dilakukan dengan menggunakan lebih dari satu kerangka teoretis sekaligus, yaitu tipologi Rafiq (2014), kategorisasi Fadoli dan Naziha (2022), lapisan resepsi Al-Banna dan Hilmi (2022), serta dimensi lukratif Purnama (2020), sehingga temuan tidak bergantung pada satu sudut pandang teoretis saja. Mengingat penelitian ini melibatkan data dari platform media sosial yang batas publik-privatnya sering kabur (Ravn et al., 2020), prosedur etis diterapkan secara konsisten sepanjang penelitian, meliputi anonimisasi identitas pengguna pada komentar yang dikutip, parafrasa komentar untuk mengurangi jejak pencarian balik, dan penyamaran tangkapan layar yang menampilkan identitas personal sebelum disertakan dalam analisis (Hewson & Buchanan, 2013; McCrow-Young, 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Akun @barengquran

Akun Instagram @barengquran telah membangun karakter dakwah yang khas dengan menghadirkan ayat-ayat Al-Qur'an bukan sebagai materi tafsir formal, melainkan sebagai "teman hidup" yang dikaitkan langsung dengan persoalan keseharian seperti overthinking, insecurity, burnout, kesepian digital, hingga krisis makna. Sampai saat ini, akun ini memiliki lebih dari satu juta pengikut dan lebih dari 4.800 konten yang telah diunggah. Pada tahun 2026, ekosistem digitalnya berkembang dengan terbitnya buku Qur'an Underrated oleh Elex Media Komputindo (@barengquran, 2026), yang menunjukkan perluasan medium dakwah dari ruang digital menuju media cetak, sebuah pola yang juga teramati pada akun-akun dakwah digital lain yang mulai menjajaki medium di luar media sosial untuk memperkuat basis audiensnya (Sihabussalam, Lailah, & Wijaya, 2024).

Karakter visual @barengquran sangat konsisten, dengan hampir seluruh konten disajikan dalam format carousel berpalet warna gelap, yaitu hitam, gradasi toska, oranye, atau abu-abu, dipadukan tipografi putih dan kuning, serta elemen visual simbolis yang dirancang untuk membangun resonansi emosional sebelum audiens membaca teks ayat. Gaya bahasa caption didominasi nada puitis-reflektif yang tidak menggurui, sebuah ciri yang membedakannya secara mencolok dari @QuranReview yang lebih berorientasi pada tafsir tematik dikaitkan budaya populer (Fadoli & Naziha, 2022). Perbedaan karakter ini menjadi penting untuk ditegaskan di awal, karena akan terbukti berimplikasi langsung pada perbedaan pola resepsi audiens kedua akun, sebagaimana akan dibahas lebih lanjut pada bagian berikutnya

Sampel penelitian terdiri dari sepuluh unggahan terpilih sebagaimana tercantum dalam Tabel 1.

Tabel 1. Profil Sepuluh Konten Sampel @barengquran

Kode	Surah & Ayat	Tema	Like	Komentar
BQ-001	QS At-Taghabun: 15	Relasi	15.700	188
BQ-002	QS Ar-Rum: 21	Relasi	16.100	202
BQ-003	QS Yusuf: 110	Spiritualitas	12.500	104
BQ-004	QS Al-Insyirah: 5-6	Spiritualitas	15.500	110

BQ-005	QS Al-Hasyr: 19	Burnout	58.500	254
BQ-006	QS Al-Qiyamah: 36	Overthinking	29.800	193
BQ-007	QS Al-Isra': 32	Relasi	15.100	128
BQ-008	QS Al-Baqarah: 268	Overthinking	21.300	105
BQ-009	QS Al-Ankabut: 2	Spiritualitas	13.100	84
BQ-010	QS Ar-Rahman: 13	Spiritualitas	47.400	435

Sumber: Dokumentasi peneliti, 2026

Tabel 1 menunjukkan bahwa tema spiritualitas (4 dari 10 konten) dan relasi (3 dari 10 konten) paling banyak diangkat, sejalan dengan karakter @barengquran yang menempatkan Al-Qur'an sebagai sumber jawaban atas pergumulan eksistensial generasi muda. Variasi jumlah like dan komentar yang cukup lebar, dari 84 hingga 435 komentar, juga mengindikasikan bahwa tingkat keterlibatan audiens tidak seragam di seluruh tema, sebuah pola yang akan ditelaah lebih lanjut pada bagian analisis mendalam.

Bentuk Penyajian Ayat Al-Qur'an dalam Konten @barengquran

Berdasarkan hasil dokumentasi terhadap sepuluh konten sampel, penyajian ayat dapat dikategorikan ke dalam lima aspek utama dengan format konten, cara pengontekstualisasian ayat, elemen visual, gaya bahasa *caption*, dan pola intertekstualitas dengan isu keseharian yang akan dijelaskan kemudian

Format dan cara pengontekstualisasian ayat

Dari sepuluh sampel konten, seluruhnya (100%) disajikan dalam format *carousel* unggahan multi-slide yang memungkinkan ayat, terjemahan, dan refleksi disampaikan secara bertahap melalui fitur swipe. Pola ini konsisten dengan temuan Purnama (2020) bahwa Instagram memodifikasi cara Al-Qur'an dihadirkan melalui integrasi fitur visual platform. Ayat umumnya dikutip dalam teks Arab disertai terjemahan Bahasa Indonesia, sebagaimana pada BQ-002 yang mengutip Q.S. Ar-Rum [30]: 21.

وَمِنْ آيَاتِهِ أَنْ خَلَقَ لَكُمْ مِنْ أَنْفُسِكُمْ أَزْوَاجًا لِتَسْكُنُوا إِلَيْهَا وَجَعَلَ بَيْنَكُمْ مَوَدَّةً وَرَحْمَةً إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ لِقَوْمٍ يَتَفَكَّرُونَ

“Dan di antara tanda-tanda kebesaran-Nya ialah bahwa Dia menciptakan pasangan-pasangan untukmu dari jenis dirimu sendiri agar kamu merasa tenteram kepadanya. Dia menjadikan di antaramu rasa cinta dan kasih sayang.” QS al-Rum [30]: 21.

Menghadirkan ayat sebagai teks yang berdiri sendiri, melainkan merangkainya dengan narasi caption yang menjembatani makna ayat dengan pengalaman hidup pembaca, sebuah strategi retorika yang oleh Rasidin et al. (2025) diasosiasikan dengan pendekatan dakwahtainment, yakni penyampaian pesan keagamaan yang dikemas agar terasa relevan dan menghibur secara emosional bagi audiens muda.

Elemen visual

Elemen visual pada seluruh sampel menunjukkan pola yang sangat konsisten, yaitu latar gelap (hitam atau gradasi gelap-berwarna), tipografi putih dan kuning, serta penggunaan simbol-simbol yang sarat makna emosional. Pada BQ-004, misalnya, ayat tentang kemudahan setelah kesulitan (Q.S. al-Insyirah [94]: 5-6) divisualisasikan melalui close-up satu mata yang berair dengan riasan menyerupai prajurit, sebuah pilihan visual yang mengundang interpretasi personal mengenai ketahanan dalam kesulitan, bukan penjelasan tafsir yang eksplisit. Pola visual yang berulang ini sempat dikritik secara terbuka oleh pengguna sendiri, sebagaimana terekam pada komentar di BQ-006 yang mempertanyakan penggunaan simbol mata yang berulang dalam konten yang membahas Al-Qur'an. Komentar ini menunjukkan bahwa elemen visual bukan sekadar ornamen pasif, melainkan turut menjadi objek negosiasi makna antara kreator dan audiens, mengonfirmasi pandangan Highfield dan Leaver (2016) bahwa fitur dan estetika platform secara aktif membentuk cara pesan, termasuk pesan keagamaan, diterima dan dipertanyakan oleh penggunanya (Highfield & Leaver, 2016).

Gaya bahasa caption dan pola intertekstualitas

Sembilan dari sepuluh konten sampel menggunakan gaya bahasa puitis-reflektif yang tidak menggurui. Ayat-ayat dikaitkan secara konsisten dengan isu keseharian, misalnya Q.S. al-Hasyr [59]: 19 dikaitkan dengan tema burnout (BQ-005), Q.S. al-Qiyamah [75]: 36 dengan overthinking dan krisis identitas (BQ-006), serta Q.S. Yusuf [12]: 110 dengan harapan di titik terendah (BQ-003). Pola intertekstualitas ini, yaitu menghubungkan ayat klasik dengan kosakata psikologi populer seperti overthinking dan burnout, merupakan

wujud konkret dari proses transmisi dan transformasi yang menjadi inti Living Qur'an digital (Rafiq, 2021; Sihabussalam et al., 2024). Berikut pola penyajian disajikan pada tabel 2.

Tabel 2. Ringkasan Pola Penyajian Konten @barengquran

Elemen Penyajian	Pola Dominan	Persentase
Format Konten	Carousel	100%
Gaya Bahasa Caption	Puitis-reflektif	90%
Elemen Visual	Latar gelap + tipografi putih-kuning	100%
Cara Pengutipan Ayat	Arab + Terjemahan Indonesia	80%
Tema Dominan	Spiritualitas & Relasi	70%

Sumber: Dokumentasi peneliti, 2026

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa bentuk penyajian ayat Al-Qur'an dalam konten motivasi @barengquran bersifat visual-afektif, yaitu ayat tidak dipisahkan dari konteks hidup audiens, melainkan dijalin bersama elemen visual dan bahasa yang dirancang untuk menyentuh secara emosional sebelum dipahami secara kognitif. Pola ini menjawab pertanyaan penelitian pertama dan menjadi dasar untuk memahami pola resepsi yang akan dipaparkan pada bagian berikut.

Pola Resepsi Pengguna Instagram terhadap Konten @barengquran

Pada tahap ini, analisis dilakukan terhadap 25 komentar terpilih dari sepuluh konten sampel, dikategorikan menggunakan tipologi resepsi Rafiq (2014) serta tiga lapisan resepsi Al-Banna dan Hilmi (2022).

Analisis mendalam pada konten terpilih

Untuk memperdalam pemahaman terhadap pola resepsi secara umum, tiga konten dengan tingkat keterlibatan tertinggi dianalisis secara lebih rinci, yaitu BQ-005 (Q.S. al-Hasyr [59]: 19), BQ-010 (Q.S. al-Rahman [55]: 13), dan BQ-002 (Q.S. ar-Rum [30]: 21). Ketiganya dipilih karena memperoleh jumlah like dan komentar tertinggi di antara seluruh sampel, sehingga memungkinkan penelusuran keragaman resepsi audiens secara lebih kaya.

Konten BQ-005 menampilkan visual bertema gelap dengan ilustrasi tangan tenggelam di air biru senja, dipadukan tipografi putih-kuning serta ikon swipe yang mengarahkan

audiens membaca slide selanjutnya. Konten ini memperoleh 58.500 like, jumlah like tertinggi di antara seluruh sampel, dan 254 komentar. Ayat yang dikutip dikaitkan dengan tema *burnout* dan kehilangan arah diri, fenomena yang akrab dengan keseharian generasi muda perkotaan. Komentar yang paling banyak disukai pada konten ini, dengan 387 like, jumlah like tertinggi di antara seluruh sampel komentar, menyatakan keyakinan bahwa konten ini hadir tepat pada hari-hari yang terasa hampa, bukan sekadar lewat secara kebetulan, menandakan resonansi emosional yang sangat kuat dan diafirmasi secara luas oleh audiens lain. Komentar lain pada konten yang sama menunjukkan pola resepsi yang menarik, yaitu pengetahuan psikologi populer ditempatkan berdampingan dengan, namun pada akhirnya dikalahkan oleh, kembalinya audiens pada kerangka spiritual sebagai sumber penyembuhan yang lebih hakiki. Pola ini menegaskan fungsi performatif Al-Qur'an (Rafiq, 2021), yaitu ayat tidak sekadar memberi informasi, melainkan mendorong perubahan orientasi hidup audiens dari pendekatan sekuler-psikologis ke pendekatan spiritual.

Konten BQ-010 menampilkan visual gelap dengan ilustrasi jin bernuansa mistis, memperoleh 47.400 like dan 435 komentar, jumlah komentar tertinggi di antara seluruh sampel penelitian. Visual yang provokatif, dengan menampilkan sosok jin secara eksplisit, tampak berhasil memancing audiens untuk masuk lebih dalam ke ranah diskusi eksegetis, berbeda dari pola resepsi yang umum ditemukan pada konten-konten lain yang lebih didominasi resepsi afektif. Dari sepuluh komentar yang dianalisis secara mendalam pada konten ini, enam di antaranya tergolong eksegetis, dengan audiens aktif mengutip ayat lain, riwayat hadis, bahkan metode tilawah Yanbu'a untuk memperdalam atau mengoreksi pemahaman bersama. Pola diskusi pada kolom komentar ini menunjukkan ciri khas netnografi yang dirumuskan Kozinets (2010), yaitu audiens tidak hanya merespons kreator, melainkan saling berinteraksi secara horizontal, sebagaimana terlihat pada rangkaian balasan berantai antarpengguna yang membahas konsep ayat yang harus direspons saat dibaca. Komentar-komentar tersebut dirangkum dalam Tabel 3.

Tabel 3. Cuplikan Komentar pada Konten BQ-010 (Q.S. Ar-Rahman [55]: 13)

Kode User	Komentar (Parafrase)	Tipologi	Lapisan
User-001	Refleksi tentang nikmat bangun pagi yang sering dilupakan tanpa rasa syukur.	Fungsional	Afektif

bangjago3699	Berbagi pengetahuan tentang ayat-ayat yang harus direspons saat dibaca (metode Yanbu'a), menyertakan rujukan Q.S. At-Tin: 8.	Eksegetis	Kognitif
fadilsemsettin_	Mengaitkan ayat dengan riwayat Rasulullah membacakan Al-Qur'an kepada kelompok jin.	Eksegetis	Kognitif
romyraevan18	Memberikan rujukan tambahan pada Q.S. Al-Ahqaf: 29 sebagai ayat terkait pertemuan jin dengan Nabi.	Eksegetis	Kognitif
haninothani888	Mengungkapkan kegelisahan bahwa jin takut pada Allah, tapi manusia takut sama jin.	Fungsional	Afektif
lutfi_1972	Menyanggah generalisasi tentang manusia tidak takut Allah, mencontohkan para nabi dan sahabat.	Eksegetis	Kognitif

Sumber: Dokumentasi peneliti, 2026

Konten BQ-002 (Q.S. ar-Rum [30]: 21) memperoleh 16.100 like dan 202 komentar, dengan tema relasi dan pernikahan sebagai fokus utamanya. Pola resepsi pada konten ini didominasi oleh tipologi fungsional dengan lapisan afektif, yaitu audiens menerapkan pesan ayat secara langsung pada konteks personal hubungan pernikahan mereka, alih-alih membahasnya secara eksegetis. Salah satu komentar pada konten ini menunjukkan proses pemaknaan ulang yang reflektif, yaitu pernikahan tidak lagi dipahami melalui kerangka romantis konvensional, melainkan direkonstruksi sebagai bentuk ketaatan spiritual, sebuah pergeseran makna yang menjadi ciri khas resepsi fungsional dalam konteks Living Qur'an digital (Fadoli & Naziha, 2022). Komentar lain pada konten yang sama menunjukkan kekaguman terhadap kedalaman bahasa caption, sebuah bentuk resepsi estetis yang menyertai resepsi fungsional yang lebih dominan

Distribusi tipologi resepsi

Hasil kategorisasi menunjukkan bahwa resepsi fungsional mendominasi secara signifikan sebagaimana tercantum dalam Tabel 4.

Tabel 4. Distribusi Tipologi Resepsi

Tipologi Resepsi	Frekuensi	Persentase
Fungsional	16	64%
Eksegetis	5	20%
Estetis	2	8%
Campuran	2	8%
Lukratif	0	0%
Total	25	100%

Sumber: Dokumentasi peneliti, 2026

Dominasi resepsi fungsional tampak jelas pada komentar-komentar yang langsung menerapkan pesan ayat ke dalam pengalaman hidup nyata, sebagaimana terlihat pada komentar BQ-005 dan BQ-002 yang telah dipaparkan sebelumnya. Resepsi eksegetis, meskipun lebih sedikit secara keseluruhan, menunjukkan keterlibatan kritis audiens terhadap ketepatan tafsir, baik dalam bentuk koreksi rujukan ayat, seperti pada BQ-008 di mana seorang pengguna meluruskan kesalahan rujukan ayat dari Q.S. al-Hijr ke Q.S. al-Baqarah [2]: 268, maupun dalam bentuk perluasan rujukan, seperti pada BQ-010 yang telah dipaparkan pada Tabel 3. Temuan ini menegaskan bahwa audiens @barengquran bukan penerima pasif, melainkan ko-penafsir yang aktif menegosiasikan keakuratan dan makna konten, sejalan dengan konsep audiens aktif dalam teori resepsi Jauss (2022) dan temuan Rusydiana et al. (2025) tentang figuring dan disfiguring dalam resepsi digital, yaitu proses audiens secara simultan meneguhkan sebagian pesan konten sembari menafsir ulang atau mengkritisi bagian lainnya.

Tidak ditemukannya resepsi lukratif dalam sampel ini merupakan temuan yang menarik, karena berbeda dari pola yang diidentifikasi Purnama (2020) dan Richtig dan Saifullah (2022) pada akun @QuranReview, yang menunjukkan adanya komodifikasi religius melalui produk dan program berbayar. Ketidakmunculan pola ini pada @barengquran mengindikasikan bahwa, setidaknya pada sampel yang diteliti, audiens lebih berorientasi pada penerapan personal pesan ayat daripada pada aspek konsumsi produk turunan akun, meskipun akun ini sendiri telah menerbitkan buku Qur'an Underrated sebagai produk turunan ekosistem dakwahnya. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan produk turunan tidak secara otomatis menghasilkan resepsi lukratif pada level komentar audiens, melainkan

bergantung pada bagaimana produk tersebut dipromosikan dan diasosiasikan dengan konten utama. Pada lapisan resepsi, afektif tercatat sebagai yang paling dominan (Tabel 5).

Tabel 5. Distribusi Lapisan Resepsi

Lapisan Resepsi	Frekuensi	Persentase
Afektif	13	52%
Kognitif	8	32%
Behavioral	2	8%
Campuran (Kognitif+Afektif)	2	8%
Total	25	100%

Sumber: Dokumentasi peneliti, 2026

Lapisan afektif paling menonjol pada konten bertema burnout dan spiritualitas, sejalan dengan temuan pada BQ-005 yang telah dipaparkan sebelumnya, di mana komentar bernuansa emosional memperoleh jumlah like tertinggi di antara seluruh sampel komentar. Lapisan kognitif banyak muncul dalam bentuk diskusi tafsir kritis, terutama pada konten bertema relasi dan pernikahan, seperti BQ-001 dan BQ-007, di mana audiens memperdebatkan penerapan ayat tentang pernikahan dan larangan zina pada konteks kehidupan kontemporer, serta pada BQ-010 yang telah dipaparkan secara rinci pada Tabel 3. Lapisan behavioral, meskipun paling sedikit, muncul dalam bentuk niat konkret, seperti permohonan izin untuk membagikan ulang konten, menunjukkan bahwa resepsi tidak berhenti pada perasaan maupun pemahaman, tetapi juga mendorong tindakan nyata berbagi nilai keagamaan kepada orang lain.

Secara keseluruhan, pola resepsi pengguna terhadap @barengquran menunjukkan bahwa Al-Qur'an dalam ekosistem ini dihidupi terutama melalui jalur afektif-fungsional, yaitu ayat-ayat dipahami bukan pertama-tama sebagai materi tafsir, melainkan sebagai pemicu emosional yang segera diterjemahkan ke dalam makna hidup personal, dengan pengecualian penting pada konten bertema akidah yang divisualisasikan secara provokatif, seperti BQ-010, yang justru memicu jalur kognitif-eksegetis yang lebih intensif. Temuan ini menjawab pertanyaan penelitian kedua dan menjadi dasar bagi pembahasan tentang implikasi teoretisnya pada bagian berikut

Implikasi Temuan terhadap Living Qur'an dan Dakwah Digital

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa Al-Qur'an dalam konten @barengquran terutama menjalankan fungsi performatif, bukan informatif (Rafiq, 2012). Dominasi resepsi fungsional (64%) dan lapisan afektif (52%) mengindikasikan bahwa audiens tidak terutama mencari pengetahuan baru tentang makna ayat, melainkan mencari penguatan emosional dan pegangan praktis untuk menjalani persoalan hidup.

Pola ini konsisten dengan karakter motivasional dan orientasi penyelesaian masalah yang melekat pada @barengquran sejak level penyajian kontennya, sebagaimana telah dipaparkan pada bagian hasil mengenai bentuk penyajian ayat. Logika platform Instagram, yaitu algoritma, format carousel, dan fitur kolom komentar, turut membentuk pola ini secara nyata. Visual yang dirancang secara emosional, seperti latar gelap, simbolisme, dan tipografi kontras, bekerja sebagai mekanisme yang memediasi resepsi sebelum audiens membaca teks ayat secara saksama, sejalan dengan pandangan Purnama (2020) dan Highfield dan Leaver (2016) bahwa platform bukan sekadar saluran netral, melainkan turut menentukan cara pesan keagamaan dialami oleh penggunanya. Temuan pada BQ-010 memperkaya pandangan ini dengan menunjukkan bahwa visual yang provokatif secara teologis, bukan semata-mata yang menyentuh secara personal, juga dapat memediasi jenis resepsi tertentu, dalam hal ini resepsi eksegetis-kognitif, sehingga hubungan antara karakter visual dan jenis resepsi tidak bersifat tunggal, melainkan bergantung pada jenis rangsangan visual dan tematik yang disajikan

Dibandingkan dengan kajian terdahulu pada akun @QuranReview, yang menunjukkan resepsi eksegetis sebagai yang paling dominan (Fadoli & Naziha, 2022) serta adanya resepsi lukratif yang signifikan (Purnama, 2020; Richtig & Saifullah, 2022), temuan pada @barengquran menunjukkan pola yang berbeda secara mendasar. Perbedaan ini kemungkinan besar berkaitan dengan karakter pendekatan kedua akun yang memang berbeda sejak awal, di mana @QuranReview lebih menekankan tafsir tematik terkait budaya populer, sementara @barengquran berfokus pada motivasi dan refleksi personal, dengan kapasitas untuk beralih ke mode diskusi eksegetis ketika tema yang diangkat menyentuh wilayah akidah, sebagaimana terlihat pada BQ-010. Temuan ini memperkuat argumen bahwa karakter penyajian konten secara langsung membentuk corak resepsi audiensnya, sekaligus menunjukkan bahwa generalisasi pola resepsi dari satu akun dakwah Qur'ani ke akun lain perlu dilakukan dengan kehati-hatian metodologis, mengingat variasi karakter penyajian konten dapat menghasilkan variasi pola resepsi yang signifikan, bahkan ketika

kedua akun sama-sama mengusung identitas sebagai akun dakwah Qur'ani di platform yang sama.

Meski demikian, resepsi audiens @barengquran tidak sepenuhnya seragam dan tidak dapat direduksi menjadi penerimaan pasif semata. Ditemukan pula kasus-kasus di mana pengguna menegosiasikan, mengkritik, bahkan membantah pemaknaan yang ditawarkan konten, misalnya perdebatan tentang konsep keluarga sakinah pada BQ-001 dan kritik terhadap pemilihan simbol visual pada BQ-006. Hal ini menunjukkan bahwa audiens @barengquran adalah ko-penafsir yang aktif bernegosiasi dengan teks dan kemasan konten, sejalan dengan konsep figuring dan disfiguring (Rusydiana et al., 2025) dan horizon of expectation Jauss (2022), yang menegaskan bahwa setiap pertemuan antara audiens dan teks selalu dimediasi oleh kerangka harapan, pengetahuan, dan nilai yang dibawa audiens, bukan semata-mata ditentukan secara sepihak oleh kreator konten.

Temuan tentang pergeseran pola resepsi pada konten BQ-010, dari afektif-fungsional yang dominan secara umum menjadi eksegetis-kognitif yang lebih intensif, memberikan kontribusi tambahan bagi pemahaman tentang bagaimana karakter visual dan tematik konten dapat memoderasi jenis resepsi yang muncul, bahkan dalam satu akun yang sama. Implikasi praktisnya, kreator konten dakwah digital perlu menyadari bahwa pilihan visual dan tema tidak hanya memengaruhi daya tarik dan jangkauan konten, tetapi juga jenis keterlibatan intelektual dan emosional yang dihasilkannya pada audiens, sehingga pertimbangan etis dan edukatif perlu disertakan dalam setiap keputusan desain konten, khususnya pada konten yang menyentuh wilayah akidah dan hal-hal gaib yang berpotensi memicu spekulasi tanpa landasan keilmuan yang memadai.

Temuan ini juga mengundang refleksi epistemologis yang lebih mendasar tentang watak Living Qur'an digital sebagai bidang kajian. Jika Mansur (2007) dan Ahimsa-Putra (2012) merumuskan Living Qur'an sebagai pergeseran fokus dari teks menuju praktik sosial yang menghidupinya, maka temuan penelitian ini menunjukkan bahwa praktik tersebut, dalam konteks digital, tidak bersifat homogen bahkan dalam satu ruang produksi yang sama. Satu akun yang sama dapat menghasilkan dua mode penghayatan yang berbeda, yaitu penghayatan afektif-personal pada satu konten dan penghayatan kognitif-kolektif pada konten lain, bergantung pada rangsangan tematik dan visual yang disodorkan. Hal ini menunjukkan bahwa unit analisis yang tepat dalam kajian Living Qur'an digital barangkali bukan akun secara keseluruhan, melainkan konten per konten sebagai peristiwa resepsi yang berdiri sendiri, sebuah implikasi metodologis yang relevan bagi penelitian-penelitian Living

Qur'an digital selanjutnya, termasuk yang mengambil objek kajian akun-akun dakwah Qur'ani lain di luar @barengquran dan @QuranReview.

Implikasi lain dari temuan ini berkaitan dengan posisi audiens dalam ekosistem dakwah digital secara lebih luas. Jika pada kajian-kajian awal tentang resepsi Al-Qur'an di media sosial audiens sering diposisikan sebagai penerima pesan yang relatif pasif, temuan pada BQ-010 menunjukkan bahwa sebagian audiens @barengquran justru berperan sebagai penjaga gawang keilmuan secara informal, mengoreksi rujukan yang kurang tepat dan memperkaya diskusi dengan rujukan tambahan dari hadis dan metode tilawah. Peran semacam ini, yang dalam konteks media sosial umum dikenal sebagai crowd-sourced fact-checking, menunjukkan bahwa kolom komentar pada akun dakwah digital dapat berfungsi sebagai mekanisme koreksi kolektif yang melengkapi, meski tidak dapat menggantikan, otoritas keilmuan formal dalam tradisi tafsir.

Sebagai catatan keterbatasan, temuan ini bersifat deskriptif terhadap sampel terbatas, yaitu sepuluh konten dan dua puluh lima komentar. Pola yang terlihat menggambarkan tendensi pada sampel tersebut, bukan generalisasi mutlak atas keseluruhan ekosistem @barengquran yang memiliki lebih dari 4.800 konten. Kesenjangan antara idealitas tafsir formal dan kesederhanaan pendekatan @barengquran, yang mungkin dikritik dari sudut pandang keilmuan tafsir tertentu, dipahami di sini bukan sebagai kekurangan yang harus dinilai benar atau salah secara syar'i, melainkan sebagai bagian dari dinamika Living Qur'an digital itu sendiri, yaitu cara umat menghidupi Al-Qur'an di ruang yang baru, dengan logikanya sendiri, yang tetap perlu dikaji secara kritis dan berimbang.

Sebagai catatan keterbatasan, temuan ini bersifat deskriptif terhadap sampel terbatas: sepuluh konten dan dua puluh lima komentar. Pola yang terlihat menggambarkan tendensi pada sampel tersebut, bukan generalisasi mutlak atas keseluruhan ekosistem @barengquran yang memiliki lebih dari 4.800 konten.

KESIMPULAN

Penelitian ini menemukan dua hal pokok. Pertama, bentuk penyajian ayat Al-Qur'an dalam konten motivasi @barengquran bersifat visual-afektif: ayat disajikan secara konsisten melalui format *carousel* dengan elemen visual bernuansa gelap dan tipografi kontras yang membangun resonansi emosional, serta gaya bahasa puitis-reflektif yang menghubungkan teks suci dengan isu keseharian seperti relasi, spiritualitas, *burnout*, dan *overthinking*.

Penyajian ini menjadikan Al-Qur'an hadir bukan sebagai materi tafsir formal, melainkan sebagai pendamping reflektif bagi audiens muda dalam menghadapi persoalan hidup.

Kedua, resepsi pengguna Instagram didominasi oleh tipologi fungsional (64%) dan lapisan afektif (52%) dimana audiens menerima ayat terutama sebagai pegangan praktis dan sumber penguatan emosional, meskipun resepsi eksegetis-kritis tetap muncul dalam bentuk koreksi dan perdebatan makna khususnya pada konten bertema akidah yang divisualisasikan secara provokatif. Resepsi lukratif sama sekali tidak ditemukan dalam sampel. Kedua temuan ini menegaskan bahwa Al-Qur'an dalam ekosistem @barengquran menjalankan fungsi performatif sebagai penggerak refleksi dan pemaknaan diri audiens, sekaligus membuktikan bahwa karakter penyajian konten secara konsisten membentuk corak resepsinya.

Penelitian ini memberikan kontribusi bagi kajian Living Qur'an digital dengan menghadirkan kasus akun bertipe motivasional-reflektif yang berbeda dari kajian terdahulu yang lebih banyak berfokus pada akun bertipe tafsir-tematik, sekaligus menunjukkan pentingnya kehati-hatian dalam menggeneralisasi pola resepsi antar akun dakwah Qur'ani digital. Penelitian lanjutan disarankan untuk memperluas jumlah sampel konten dan komentar, memperpanjang periode pengamatan, dan mempertimbangkan studi komparatif lintas akun dakwah digital guna memperkaya pemahaman tentang variasi resepsi Al-Qur'an di ruang digital Indonesia, termasuk menelusuri lebih jauh bagaimana karakter tematik dan visual konten dapat memoderasi jenis resepsi audiens secara lebih sistematis.

Konflik Kepentingan:

Tidak ada konflik kepentingan

Pernyataan Ketersediaan Data:

Data dalam penelitian ini tersedia atas permintaan kepada penulis korespondensi. Data tidak dipublikasikan karena pertimbangan privasi pengguna platform media sosial yang menjadi subjek amatan.

DAFTAR PUSTAKA

- @barengquran. (2026). *Qur'an Underrated* (Hediansyah, Ed.). Jakarta: PT ElexMedia Komputindo978623.
- Ahimsa-Putra, H. S. (2012). The Living Al-Qur'an: Beberapa Perspektif Antropologi. *Walisono: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 20(1), 235–260.
- Al-Banna, M. R., & Hilmi, M. I. (2022). Analisis atas Respon Netizen pada Postingan Akun@ Quranreview di Instagram. *Jurnal Iman Dan Spiritualitas*, 2(1), 17–24.
- Costello, L., McDermott, M.-L., & Wallace, R. (2017). Netnography: Range of practices, misperceptions, and missed opportunities. *International Journal of Qualitative Methods*, 16(1), 1609406917700647.
- Creswell, J. W. (2017). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage publications.
- Fadoli, A., & Naziha, S. (2022). Reception of the Qur'an on Social Media: Case Study of Qur'an Interpretation on the Instagram Account@ quranreview. *WARAQAT: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman*, 7(2), 150–159.
- Fawaid, A., & Amalia, N. (2025). The Representation of Muslim Women on Digital Platforms: Contestation and Fragmented Reception on Instagram's QuranReview Account. *Jurnal Ilmiah Al-Mu'ashirah: Media Kajian Al-Qur'an Dan Al-Hadits Multi Perspektif*, 22(1), 144–160.
- Heriyanto, H. (2021). Potret Fenomena Tahfiz Online Di Indonesia. *SUHUF*, 14(1), 153–177.
- Hewson, C., & Buchanan, T. (2013). *Ethics guidelines for internet-mediated research*. The British Psychological Society.
- Highfield, T., & Leaver, T. (2016). Instagrammatics and digital methods: Studying visual social media, from selfies and GIFs to memes and emoji. *Communication Research and Practice*, 2(1), 47–62.
- Hine, C. (2020). *Ethnography for the internet: Embedded, embodied and everyday*. Routledge.
- Jauss, H. R. (2022). Literary history as a challenge to literary theory. In *New directions in*

literary history (pp. 11–41). Routledge.

- Kozinets, R. V. (2002). The field behind the screen: Using netnography for marketing research in online communities. *Journal of Marketing Research*, 39(1), 61–72.
- Kozinets, R. V. (2010). Doing ethnographic research online. *Kozinets, Netnography: The Essential Guide to Qualitative Social Media Research*.
- Lukman, F. (2018). Digital Hermeneutics and A New Face of The Quran Commentary: The Quran in Indonesians Facebook. *Al-Jami'ah: Journal of Islamic Studies*, 56(1), 95–120.
- Mansur, M. (2007). Living Qur'an dalam Lintasan sejarah studi Al-Qur'an. *Metode Penelitian Living Qur'an Dan Hadis*. Yogyakarta: Teras.
- Marlina, E. H., Zakiyah, S., Izzah, I. N., Rohim, M. S., Ilahiya, N. F., & Dian, D. (2025). Strategic Financing Management in an Islamic Educational Institution: A SWOT-Based Case Study of Rumah Tahfidz Qur'an Al Harun. *Tadbir : Jurnal Studi Manajemen Pendidikan*, 9(1), 139–164. <https://doi.org/10.29240/jsmp.v9i1.13173>
- McCrow-Young, A. (2021). Approaching Instagram data: reflections on accessing, archiving and anonymising visual social media. *Communication Research and Practice*, 7(1), 21–34.
- Nascimento, T., Suarez, M. C., & Campos, R. D. (2022). An integrative review on online ethnography methods: differentiating theoretical bases, potentialities and limitations. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 25(4), 492–510.
- Nisa, E. F. (2018). Social media and the birth of an Islamic social movement: ODOJ (One Day One Juz) in contemporary Indonesia. *Indonesia and the Malay World*, 46(134), 24–43.
- Purnama, R. (2020). THE AESTHETIC RECEPTION OF THE QURAN IN INSTAGRAM: Variations, Factors, and Religious Commodification. *ULUL ALBAB Jurnal Studi Islam*, 21, 237–268. <https://doi.org/10.18860/ua.v21i2.9528>
- Rafiq, A. (2012). *Sejarah al-Quran dari Pewahyuan ke Resepsi (Sebuah Pencarian Awal Metodologis)*.
- Rafiq, A. (2021). The Living Qur'an: Its Text and Practice in the Function of the Scripture. *Jurnal Studi Ilmu-Ilmu Al-Qur'an Dan Hadis*, 22(2), 469–484.

- Rasidin, Nurfadliyat, Syam, M. M., Taufik, & Ilham, M. (2025). QUR'ANIC INTERPRETATION ON INSTAGRAM: The Shift from Traditional to Digital Platforms in Indonesia. *TAJDID: Jurnal Ilmu Ushuluddin*, 24(1), 376–406.
- Ravn, S., Barnwell, A., & Barbosa Neves, B. (2020). What is “publicly available data”? Exploring blurred public–private boundaries and ethical practices through a case study on Instagram. *Journal of Empirical Research on Human Research Ethics*, 15(1–2), 40–45.
- Richtig, I., & Saifullah, M. (2022). “Quranreview.” *Suhuf*, 15(2), 267–287.
- Rohim, A. M., Ardillah, M. F. F., Yamani, A. B., & Hosseinieskandian, A. (2025). RECONTEXTUALIZING QUR'ANIC NARRATIVES:@ Quranreview's Digital Tafsir as Symbolic Resistance to State Hegemony in Indonesia. *TAJDID: Jurnal Ilmu Ushuluddin*, 24(2), 765–800.
- Rusydiana, N. R. U., Rosyada, M., Sholiha, M. M., & Muadom, M. A. (2025). Figuring And Disfiguring: Audience Participation In Qur'anic Exegesis on Instagram. *Journal of Asian Wisdom and Islamic Behavior*, 3(2), 102–115.
- Sihabussalam, Lailah, S., & Wijaya, R. (2024). Digital Era Qur'anic Interpretation in Indonesia. *SUHUF*, 17(1), 87–114.
- Wardani, W. G. W., & Muntazori, A. F. (2019). Islamic memes as media of da'wah for millennials generations: Analysis of visual language on Islamic memes with illustration style. *Cultural Syndrome*, 1(1), 61–78.



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