

“QURANREVIEW”: INTERAKSI ANAK MUDA MUSLIM DENGAN AL-QURAN DI ERA DIGITAL

Muhammad Saifullah

Institut Ilmu Quran (IIQ) Annur Yogyakarta, Indonesia

✉ msaifullah@iiq-annur.ac.id

Iqomah Richtig

Pascasarjana Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta, Indonesia

✉ 18200010099@student.uin-suka.ac.id

Abstrak

“Quran Review” merupakan Start-up yang mempromosikan Al-Qur’an di ruang digital secara impresif dan lukratif. Ia diinisiasi oleh muslim milenial secara populer dan dikaitkan langsung pada isu-isu anak muda yang sedang viral. Sejak 2019, “Quran Review” telah mencapai 319.000 pengikut di Instagram dan menyediakan berbagai agenda daring. Selain mempromosikan Al-Qur’an secara virtual dengan menafsirkan ayat-ayat, ia juga mengusulkan beberapa program berbayar. Artikel ini hendak mengeksplorasi hal tersebut dan mengamati perkembangan terkini dari penerimaan Al-Quran di ruang virtual lewat “Quran Review” (QR). Melalui metode netnografi dan wawancara, kami berpendapat bahwa dalam platform digital, Al-Qur’an didekati secara milenial dan dinamis—melibatkan budaya pop dan isu-isu terkini—dibahas secara populer, dan menguntungkan. Hasil pembahasan artikel ini menunjukkan dua hal: pertama, bahwa untuk mendekatkan pengikutnya dengan Al-Qur’an, QR selalu menyajikan analogi yang mudah dipahami melalui konten-konten yang diproduksinya. Kedua, QR menawarkan buku-buku yang merangkum segenap kebutuhan anak muda terhadap Al-Quran.

Kata kunci

Al Qur’an, Platform Digital, Milenial, Lukratif, Quran Review.

“Quranic Review”: Interaction of the Young Muslim with the Quran in the Digital Era

Abstract

“Quran Review”, is a start-up that promotes Qur’an in the digital space in an impressive and lucrative way. It was initiated by a millennial Muslim and directly related to youth issue which is currently viral. Since 2019, “Quran Review” has reached 319k followers on Instagram, and it provides various online agendas. In addition to that, Quran Review is promoting Qur’an virtually by interpreting verses, it also offers several paid programs. This article aims to explore this unique phenomenon, and observes the latest developments in the comprehension and perceiving of Qur’an in virtual space through “Quran Review” (QR). By using netnography and interview methods, we argue, that in a digital platform, Qur’an is approached by many young people in a millennial and dynamic way —involving pop culture and current issues—being discussed in a popular, and profitable. This article shows two things: Firstly, to bring followers closer to the Qur’an, QR always presents an easy-to-understand analogies through the content it produces. Secondly, QR offers books that summarize all the needs of young people towards the Qur’an.

Keywords

Qur’an, digital platforms, millennials, lucrative, Quran Review.

“تفاعل الشباب المسلم مع القرآن في العصر الرقمي”: Qu’ran Review

المخلص

“Quran Review” هو شركة ناشئة تروج للقرآن في المنصات الرقمية بطريقة مرحة ومثيرة للإعجاب. تم إطلاقه من قبل مسلمي جيل الألفينيات وكان مرتبطاً بشكل مباشر بقضايا الشباب سريعة الانتشار. منذ عام ٢٠١٩، حصل برنامج “Qu’ran Review” على ٩١٣ ألف متابع على إنستغرام، حيث انه يقدم أجندات مختلفة عبر الإنترنت. بالإضافة إلى الترويج للقرآن فعلياً من خلال تفسير الآيات؛ فإنه يقترح أيضا العديد من البرامج المدفوعة. يهدف هذا المقال إلى استكشاف هذه الظاهرة الفريدة ومراقبة آخر التطورات في فهم وإدراك القرآن في الفضاء الافتراضي من خلال “Qu’ran Review”. باستخدام أساليب الناتوغرافيا والمقابلات، نرى أنه في المنصة الرقمية، يتم التعامل مع القرآن من قبل العديد من الشباب بطريقة ألفية وديناميكية - تشمل الثقافة الشعبية والقضايا الحالية - تتم مناقشتها بطريقة شعبية ومرحة. تظهر نتيجة هذه المقالة في أمرين؛ الأول: يقدم “Qu’ran Review” تشبيهات سهلة الفهم من خلال المحتوى الذي ينتجه، لتقريب المتابعين من القرآن. والثاني: يقدم كتاباً تلخص جميع احتياجات الشباب من خلال القرآن.

كلمات مفتاحية

القرآن، المنصات الرقمية، ميلينيات، مرحة، “Qu’ran Review”

Pendahuluan

Media baru melahirkan aktor-aktor baru dan di baliknya terdapat pula praktik baru (Larsson 2011: 86–92). Tidak lepas dari rentetan tersebut adalah praktik keberagamaan, khususnya bagaimana seorang muslim bersikap pada Al-Quran sebagai kitab sucinya. Seiring meningkatnya pengguna internet aktif di Indonesia,¹ pola relasi yang terjadi antara masyarakat dan Al-Quran tidak bisa tidak ikut terdampak. Mereka mengalami perkembangan yang cukup pesat. Jika sebelumnya—ketika jaringan internet dan perangkat masih terbatas—penerimaan mereka termanifestasikan dalam bentuk lukisan, nyanyian, pengobatan, dan pemenuhan asupan informasi,² maka belakangan ini wujud penerimaannya lebih simpel tapi mengena.

Pasalnya media untuk mengekspresikan perasaan mereka, khususnya para anak muda muslim, terhadap kitab suci Al-Quran berubah: dari piranti-piranti luar jaringan (luring) menjadi platform dalam jaringan (daring). Ini bisa dicermati dalam akun Instagram @quranreview (QR). Akun yang lahir dan dibidani langsung oleh seorang mahasiswa Yogyakarta pada 2019 tersebut berkomitmen untuk mendekatkan Al-Qur'an kepada siapa pun. Akun Instagram ini merupakan satu dari media sosial *start-up* (Perusahaan Rintisan) dengan nama yang sama, "Quran Review". Pada profil akun @quranreview terpampang tagar bertuliskan #StayCloseWithQuran.³

Untuk mencapai visi yang tertulis di bio akunnya tersebut, QR rutin membagi unggahan tentang kandungan suatu ayat. Hal yang membedakannya dari akun kutipan Al-Qur'an lainnya di media sosial adalah bahwa QR membungkus kontennya dengan semacam respons terhadap apa yang sedang populer di Indonesia. Contoh: ketika warganet ramai membahas Citayam Fashion Week (CFW), QR sigap dan langsung mengunggah konten dengan judul "Citayam Fashion Week dan Quran?" Untuk tema yang terakhir—terhitung sejak 31 Mei 2022—dalam satu unggahan terdapat 8 - 10 foto.

Di foto pertama biasanya tim kreatif QR menampilkan posisinya, apakah setuju dengan isu atau sebaliknya. Untuk kasus CFW, QR cenderung setuju dan menyampaikan pesan bahwa alangkah lebih baik jika siapa pun

¹ Per Januari 2022 pengguna internet aktif di Indonesia mencapai 202,6 juta orang atau setara 73,7% dari total populasi. Lihat riset dari We Are Social dan Hootsuite dengan tajuk "Digital 2022 Global Overview Report: The Essential Guide to the World's Connected Behaviours", <https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/> diakses pada 15 Agustus 2022.

² Sejumlah penelitian berhasil menemukan pola-pola ini. Lihat salah satunya Rafiq (2014).

³ Informasi lebih lanjut lihat <https://www.instagram.com/quranreview/> diakses pada 28 Agustus 2022.

tidak terburu-buru untuk menghakimi anak-anak Sudirman, Citayam, Bojong Gede, Depok (SCBD) di CFW.⁴ Sebagai penjelasan, tim kreatif QR lantas mengaitkannya dengan pengalaman masing-masing ketika masa remaja dan level hasrat manusia versi Al-Qur'an. Di sini, tim kreatif memberi tawaran penafsiran atas surah al-Ḥadīd/57: 20 dan menarik kesimpulan bahwa apa yang dilakukan para remaja di CFW adalah wujud dari pelampiasan hasrat mereka sebagai anak-anak, sehingga mereka bisa dimaklumi. Yang lebih penting, lanjutnya, siapa saja tidak perlu menghakimi yang negatif, tapi cukup lihat bagian yang positif, seperti apakah QR dan segegap pengikutnya akan belajar surah al-Ḥadīd/57: 20 jika tidak ada CFW.

Soal penyajian konten, QR membungkusnya dengan desain yang simpel, berwarna, dan berganti-ganti, layaknya meme pada umumnya.⁵ Pada salindia awal, untuk tema terbaru, ditampilkan foto atau ilustrasi berkenaan isu yang sedang didiskusikan. Dalam salindia penjelasan, warna fonnya pun ganda. Dwiwarna digunakan untuk menandai adanya penekanan dalam satu kalimat. Ini berpotensi membantu pembaca untuk menangkap maksud tim kreatif. Cara menulis dan diksi yang digunakan cenderung populer. Diksinya campuran antara bahasa Indonesia dan Inggris. Dalam unggahan CFW, keduanya terwakili dalam susunan kata ini: “itung-itung buat hiburan lah, buat kita yang katanya udah gede, wkwkwk” dan “lebih *deep* lagi di *caption* bawah yaa.”

Lebih jauh, jika dilihat secara keseluruhan, setiap tema memiliki titik klimaksnya. Untuk tema mutakhir, klimaksnya adalah buku yang berisi penjelasan kata-kata tertentu dalam Al-Quran. Penjualan buku menggunakan model pra-pesan yang dibuka pada 17 Agustus 2022. Terhitung sampai 31 Agustus sudah ada 2.240 pemesan. Buku yang QR jual berukuran 13 x 19 cm, sedikit lebih kecil dari ukuran A5, dan dibanderol harga Rp99.000.⁶

Sampai di sini, jika dibandingkan antara pola penerimaan terhadap Al-Qur'an yang terjadi secara luring dan daring oleh anak-anak muda, perbedaannya cukup signifikan. Melalui media internet, beberapa model penerimaan masyarakat muslim terhadap Al-Qur'an—baik yang estetis, informatif, atau pun performatif—seolah bisa dilakukan secara bersamaan dan oleh aktor yang sama. Bahkan pada bagian alur klimaks, kami

4 Istilah ini adalah satire untuk SCBD dalam pengertian yang sebenarnya, yaitu Sudirman Central Business District. Satire ini berhubungan praktik organik CFW sendiri yang menyindir gaya hidup orang-orang di SCBD yang terbilang berlebihan.

5 Optimalisasi berbagai fitur dan konten kreatif seperti ini, khususnya meme, adalah pemandangan yang lumrah di Instagram. Lihat (Saifullah 2019).

6 Lih, <https://quranreview.id/youareloved/> diakses pada 31 Agustus 2022. Per 25 Agustus, jumlah pesanan berada di angka 2.056. Ada kenaikan seratus lebih dalam tempo satu minggu.

mendapati ada pola resepsi yang belum ditemukan dalam praktik luring, yaitu yang bersinggungan dengan kepentingan ekonomi kreatif.

Riset tentang bagaimana masyarakat muslim berinteraksi dengan Al-Qur'an sebagai kitab suci—di bawah payung studi agama-agama—masih jarang dilakukan. Upaya pertama untuk menjelaskan secara sistematis model respons masyarakat terhadap Al-Qur'an datang dari Frederick M Denny. Dalam artikel-artikelnya yang diterbitkan pada sekitar 1980, ia memetakan respons masyarakat Muslim atas Al-Qur'an menjadi dua: penafsiran (*exegesis*) dan bacaan (*recitation*) (Denny 1980: 91–123).⁷

Menurut Denny dua respons terhadap Al-Qur'an tersebut sudah muncul sejak awal. Sejak pertama Al-Qur'an diterima Nabi Muhammad sebagai wahyu, sejak itu pula, ada yang menafsirkannya dan ada yang membacanya. Respons terhadap Al-Qur'an selalu berupa penafsiran dan bacaan, tidak pernah hanya salah satu dari mereka. Namun demikian, kebanyakan peneliti tidak memberi perhatian pada diskusi seputar respons bacaan terhadap Al-Quran, sehingga riset tentang bagaimana Al-Qur'an dibaca susah ditemukan.

Tantangan Denny direspons cepat oleh Kristina Nelson. Sesuai saran Denny, pada 1985 Nelson menerbitkan hasil risetnya tentang bagaimana masyarakat Mesir membaca Al-Qur'an dengan nada-nada yang indah sebagai sebetuk respons atas kitab sucinya. Nelson (2001: 13) sampai pada kesimpulan—meski fokus dari aspek bacaan adalah bacaan atau musik itu sendiri—bahwa *recitation* berpotensi mengembangkan makna dari ayat-ayat Al-Qur'an yang dilantunkan.⁸

Jika Nelson cenderung pada aspek musik dari lantunan Al-Qur'an, pada 2004 Anna M. Gade dengan hasil kajiannya pada Al-Qur'an yang dikaji, dihafalkan, dan bahkan dilombakan. Sayangnya, diskusi Gade (2004: 1–3) tidak sampai pada elaborasi historis dan sosiokultural fenomena Al-Qur'an sebagai kitab suci. Celah ini kemudian ditutup oleh Ingrid Mattson. Pada 2013, ia menerbitkan buku tentang Al-Qur'an dan ilmu-ilmu yang lahir dari Al-Qur'an. Pendekatan yang ia gunakan berbeda dari peneliti kebanyakan. Ia mengulas aspek-aspek sosial kebudayaan masyarakat sepanjang sejarah Islam—dari masa Nabi hingga hari ini—dalam kaitannya dengan interaksi mereka terhadap Al-Qur'an (Mattson 2013, xi–xii). Mattson banyak menampilkan cerita dan data yang menarik terkait ragam respons masyarakat terhadap Al-Qur'an, namun tidak sampai pada upaya untuk menjahit semuanya menjadi satu baju atau kerangka teoretis yang representatif.

7 Bandingkan dengan Frederick M. Denny (1988). Lihat juga Frederick M. Denny (1989).

8 Naskah ini pertama kali diterbitkan oleh The University of Texas Press pada 1985.

Ahmad Rafiq menyadari keremangan ini dan lantas menawarkan satu riset sekaligus bingkai metodologis—meski masih kasar—tentang penerimaan masyarakat atas Al-Qur'an. Rafiq meminjam konsep-konsep dari William A. Graham, Frederick M. Denny, Harold Coward, dan khususnya Sam D. Gill tentang kelindan antara masyarakat dan kitab sucinya untuk kemudian ia pakai untuk membaca praktik penerimaan masyarakat muslim di Banjar, Kalimantan Selatan, Indonesia. Ia menemukan, penerimaan masyarakat muslim terhadap Al-Quran bisa dipecah menjadi dua model: informatif dan performatif. Dari segi kesejarahan, model pergeserannya mencakup pola transmisi dan transformasi (Rafiq 2014: 80).

Belakangan, berawal dari keresahan lingkaran eksklusifnya, Rafiq mencoba mengembangkan kembali metodologi yang ia pakai dalam riset sebelumnya. Ia menawarkan suatu sub-kajian dalam rumpun Studi Al-Qur'an, yaitu *Living Qur'an* (Rafiq 2021: 471). Meski demikian, dari semua diskusi yang kami sebut tidak ada satu pun upaya yang ingin membawa kelindan masyarakat dan kitab suci ke ranah elektronik atau ruang virtual, padahal sejak media sosial mewabah di Indonesia—dan mendapatkan penetrasinya ketika Pandemi COVID-19—banyak sekali aktivitas keagamaan telah bergeser ke dan menetap di ruang virtual, tidak terkecuali soal respons masyarakat terhadap kitab sucinya.

Pada 2018, Sam D. Gill—tokoh yang cukup berpengaruh pada penelitian Rafiq—sebenarnya telah meluncurkan buku barunya tentang agama dan teknologi. Namun, di situ Gill tidak menyinggung banyak soal nasib kitab suci di internet. Gill lebih pada membuka pintu diskusi tentang bagaimana agama didefinisikan dan konsepkan ulang dalam ruang virtual (Gill 2018: xiv–xvi).

Barangkali yang paling dekat dengan upaya mendiskusikan kitab suci di dunia maya adalah studinya Phil Mullins. Pada 1990, dalam artikelnya "Sacred Text in an Electronic Age", Mullins meramalkan bahwa teknologi—mengetahui negara-negara di Eropa dan Amerika waktu itu sedang berada dalam peralihan menuju era digitalisasi—nantinya akan mengubah praktik keberagaman suatu masyarakat dalam kaitannya dengan kitab suci. Menurut Mullins (1990: 99–106), teks elektronik atau kitab suci yang sudah terdigitalkan akan menelurkan modifikasi dan menekankan pada aspek kontekstual dan dinamis dari sebuah kitab suci. Digitalisasi berpotensi merusak kesakralan kitab suci dan menjadikannya tidak lagi sebagai kitab yang sudah purna, tetapi justru sebagai kitab yang selalu terbuka untuk dipahami dan ditarik beragam makna darinya. Mullins pun menengarai bahwa era teknologi bisa menurunkan marwah kitab suci

sekadar sebagai teks biasa. Semua orang bisa mengaksesnya layaknya mengakses pada surat-surat kabar, majalah, hingga komik.

Sampai di sini, riset ini berupaya mendiskusikan kitab suci di era internet dalam hubungannya dengan beragam penerimaan masyarakat yang muncul atasnya secara optimis, bukan pesimis layaknya Mullins. Beberapa konsep dari diskusi di atas—seperti pola penerimaan informatif-performatif dan catatan-catatan Mullins terkait dampak teknologi bagi kitab suci—penulis akan mengoptimalkan sekaligus memikirkannya kembali. Penulis juga akan menjelaskan bagaimana model penerimaan anak-anak muda muslim pada kitab sucinya di internet, termasuk untuk menjawab pola relasi seperti apakah yang sedang mereka lakukan dengan antusiasme pemesanan buku yang bersifat *pre-order* (pemesanan buku sebelum resmi dirilis) sebagai alur klimaks dari rentetan penerimaan terhadap Al-Qur'an di unggahan-unggahan sebelumnya. Untuk mengetahui diskursus apa yang muncul di antara @quranreview dan segenap pengikutnya, kami juga akan melihat bagaimana interaksi tim kreatif dan khalayaknya sebagai pihak yang sama-sama ingin selalu dekat dengan Al-Qur'an melalui metode netnografi dan wawancara. Implementasi metode netnografi dengan mengumpulkan data dan informasi dari media sosial, yaitu: Instagram utama @quranreview, akun Instagram @qrfellow, Twitter @quranreview17, Grup Telegram @quranreview17a, dan kanal YouTube @quranreview yang berlangsung antara Mei 2022 sampai Agustus 2022. Selanjutnya, metode wawancara dilibatkan untuk memahami bagaimana resepsi pengikut @quranreview terhadap program dan produk yang ditawarkan. Wawancara dilakukan melalui media WhatsApp kepada tiga orang pengikut.

Kilas Balik Quran Review

QR adalah sebuah *start-up* (perusahaan rintisan) pendidikan Islam yang berfokus pada pembelajaran Al-Qur'an. QR didirikan pada tahun 2019 oleh Angga Ashari, alumni Institut Pertanian (INSTIPER) Yogyakarta. Disebutkan di awal, QR mulai dikenal publik melalui akun Instagram dengan nama @quranreview. Akun tersebut melakukan diseminasi penafsiran ayat-ayat Al-Qur'an dengan pendekatan yang unik dan menarik. Pasalnya, QR kerap mengangkat isu-isu yang sedang hangat dibahas oleh masyarakat. Tak hanya itu, QR juga memanfaatkan elemen-elemen anak muda dan budaya pop. Gaya bahasa yang digunakan juga sangat milenial.

Sebagai perusahaan rintisan, QR juga menawarkan beragam program dan produk. Hal tersebut membuat QR tidak mungkin tidak mendapatkan untung. Jika apa yang dipraktikkan QR adalah sebetulnya upaya untuk

menghidupkan dan mendekatkan Al-Qur'an sebagai kitab suci dengan masyarakat, maka ada yang perlu dilengkapi dari konsepsi Ahmad Rafiq tentang resepsi terhadap Al-Qur'an. Di ruang digital, pola penerimaan masyarakat atas kitab sucinya tidak terbatas pada model informatif dan performatif, tapi ada model lain yang cenderung lebih praktis-bisnis. Kami menyebutnya lukratif.

Betapa pun diskusi tentang lukratif bukan sesuatu yang baru. Menurut Nisa (2018: 75–78), anak muda muslim yang melek media, cukup kreatif dalam memanfaatkan teknologi untuk kepentingan agama dan bisnisnya. Dua hal tersebut dalam ruang publik nyaris tidak terpisahkan (Hasan 2009: 249). Melalui proses ini kemudian mereka berupaya menyeimbangkan urusan duniawi dan ukhrawi, meyakini bahwa sakralitas Al-Qur'an dapat dipahami dengan bahasa dan budaya anak muda masa kini yang selaras dengan habitus mereka.

Kehadiran QR dalam menyebarkan tafsiran ayat-ayat Al-Qur'an di media sosial berawal dari pengalaman Angga. Pada mulanya, Angga kerap mengunggah konten tafsir ayat-ayat Al-Qur'an pada akun Instagram pribadinya. Lambat laun, akun tersebut berhasil menggaet banyak pengikut. Hal ini membuatnya merasa resah lantaran tak ingin dikenal oleh publik secara luas. Ia pun memutuskan untuk menutup akun tersebut dan beralih membuat akun baru yang kemudian dikenal dengan 'Quran Review'. Angga kemudian memopulerkan dirinya kepada para pengikut dengan nama 'Ahza'.

Sejak unggahan perdana pada 21 Juni 2019 hingga artikel ini ditulis, akun tersebut telah memperoleh lebih dari 319k pengikut dengan 478 unggahan. Visi dan misi QR digambarkan pada logonya yang terdiri dari bentuk bulan sabit dan angka tujuh belas. Logo ini terinspirasi dari surah al-Qamar/54: 17 sebagaimana berikut:

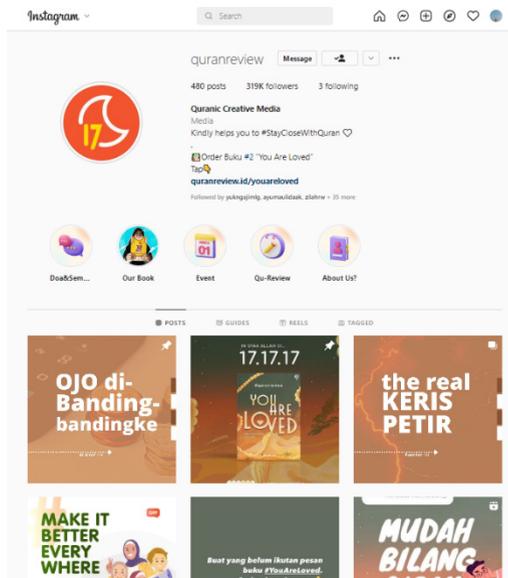
وَلَقَدْ يَمَنَّا الْقُرْآنَ لِلذِّكْرِ فَهَلْ مِنْ مُدَكِّرٍ

Dan sungguh, telah Kami mudahkan Al-Qur'an untuk peringatan, maka adakah orang yang mau mengambil pelajaran?



Gambar 1. Logo Quran Review. Sumber: Instagram @quranreview.

Ayat tersebut menggambarkan ikhtiar QR untuk memudahkan umat muslim terutama kalangan milenial mempelajari Al-Qur'an. Selain itu ayat ini merupakan pijakan utama QR dalam memproduksi produk-produknya yakni konten tafsir yang terunggah di akun-akun media sosial, pengadaan agenda, dan penerbitan buku. Seluruh program yang diberikan melalui pendekatan yang dapat dipahami kalangan awam non-santri. Oleh karenanya, konten-konten yang didesain lekat dengan kultur anak muda dari segi visual dan linguistiknya. Tidak hanya itu, pembahasan dalam konten bersifat tematik.



Gambar 2. Tampilan akun @quranreview. Sumber: Instagram @quranreview.

Setiap unggahan mengangkat tema-tema tertentu yang kerap kali berkaitan dengan fenomena yang ramai diperbincangkan oleh publik. Dari konteks yang terjadi, admin kemudian menariknya ke dalam teks dan membahasnya dengan menukil salah satu ayat Al-Qur'an yang menurutnya relevan. Lalu menafsirkannya ke dalam bahasa sehari-hari. Penjelasan dalam konten yang diunggahnya tidak selalu melampirkan referensi tafsir yang digunakan. Hal ini tidak lain untuk menghindari perdebatan yang dapat menghambat tujuan edukasi QR kepada pengikutnya. Meskipun terkesan 'memonopoli tafsir' lantaran menutup celah diskusi, kondisi ini juga tidak lepas dari karakter pengikut yang mayoritas lebih menyukai 'produk instan'. Nyaris tak ditemukan argumen yang berlawanan di kolom komentar. Bahkan pihak QR sempat merespons apabila ada yang tidak

sependapat dengan unggahannya, maka ia dapat *unfollow* atau memblokir akun tersebut. Begitu pula sebaliknya.

Ihwal referensi kitab tafsir yang digunakan, pada bagian sorotan di akun Instagramnya, Angga menjelaskan bahwa meskipun dirinya menggandrungi kitab tafsir karya Fakhruddin ar-Rāzī berjudul *“Mafātih al-Gaib”*. Namun ia juga mengaku bahwa tafsir yang ia gunakan untuk memproduksi konten-kontennya merujuk dari berbagai referensi tafsir.



Gambar 3 Tangkapan layar salah satu unggahan QR yang menampilkan sebuah referensi.

Sebagai sebuah perusahaan rintisan, QR juga menjalankan beberapa program yakni Mondate, Al-Kahfi Chat, Ramadhan Camp Online, mempublikasi buku, dan mengadakan kegiatan webinar berbayar dan gratis dengan tema-tema tertentu. Mondate merupakan gabungan dari kata ‘Monday’, yang berarti hari Senin dan ‘Date’, yang berarti berkenan. Penamaan ini dimaksudkan untuk mengakrabkan Al-Qur’an dengan kultur anak muda.

Mondate merupakan ajang diskusi yang diselenggarakan setiap Senin malam melalui platform Zoom dengan tema-tema yang ringan dan bahasa yang dapat dipahami. Beberapa di antaranya “Bukti Cinta Paling Indah”; “Night Traveler in the Quran”; “Udah, Yuk Balikin Aja”; “Time is Running Out” dan sebagainya. Dalam acara ini, Tim QR mengulas potongan beberapa ayat dari sebuah surah dan membedahnya dengan penjelasan analogi-analogi nyata yang mudah dipahami. Program ini diadakan selama kurang lebih 90 menit dan juga disiarkan secara langsung di kanal YouTube QR

sehingga peserta dapat mengulasnya kembali, termasuk peserta yang berhalangan hadir. Namun, rekaman acara yang diunggah tersebut diatur tidak untuk publik sehingga hanya mereka yang sudah mendaftar di situs web dan mendapat tautan bisa mengakses rekaman tersebut. Tautan tersebut dikirimkan pihak QR ke nomor WhatsApp pendaftar.

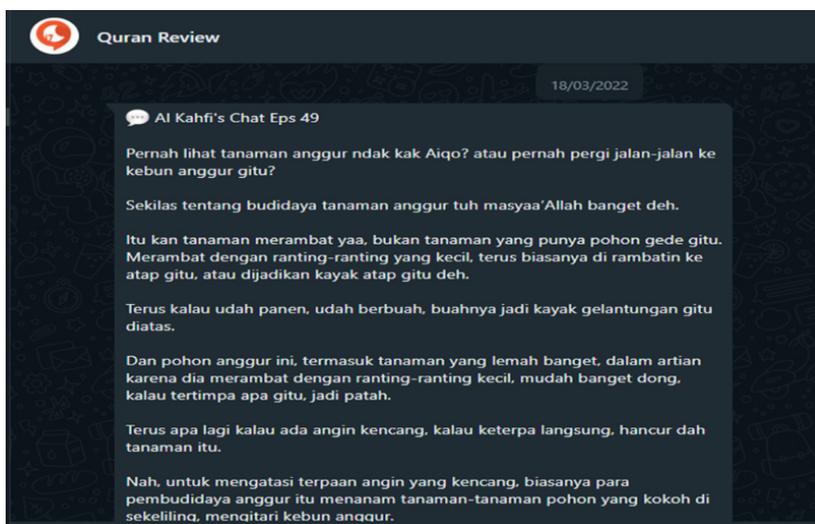
Hal yang menarik selama kelas Mondate berlangsung, pemateri tidak pernah menampilkan wajahnya di layar. Di akhir sesi, pemateri membuka ruang diskusi. Pada sesi ini, tidak jarang audiens melontarkan pertanyaan-pertanyaan yang berurusan dengan realitas hidup. Misalnya dalam “Mondate #22 Udah, Yuk Balikin Aja” yang membahas Surah as-Syams, salah seorang peserta meminta saran kepada pemateri mengenai “*Bagaimana memotivasi anak atau adik supaya belajar dengan cara tidak membanding-bandingkan dengan temannya?*” dan “*Kak, sharing gimana kakak belajar arti dari ayat-ayat Al Qur’an.*”



Gambar 4 Contoh unggahan tentang Mondate. Sumber: Instagram @quranreview.

Selanjutnya, Al Kahfi Chat adalah penyiaran pesan teks berisi pembahasan surah al-Kahf/18 yang dikirim melalui WhatsApp. Pesan tersebut dikirimkan setiap hari Jumat kepada pengikut yang telah mendaftarkan nomor mereka ke situs web QR. Praktik semacam ini pernah dilakukan Angga sebelum hadirnya QR. Dalam sebuah unggahan, Angga menceritakan bahwa sebelum masifnya penggunaan media sosial, ia kerap mengirimkan SMS kepada kontak teman-temannya. Pesan tersebut berisi tafsiran potongan ayat Al-Qur’an disertai dengan refleksi cerita pengalaman dirinya atau fenomena sekitar yang sedang terjadi. Ia mengaku hal ini kerap

dilakukannya selepas mengaji kepada gurunya. Secara model mirip dengan konten-konten yang terunggah dalam akun tersebut. Menggunakan bahasa keseharian yang mudah dimengerti dengan gaya yang milenial. Pada unggahan yang sama, ia juga menuliskan bahwa tujuan dirinya mengadakan Al Kahfi Chat tidak lain untuk lebih mendekatkan pengikutnya kepada Al-Qur'an. Hal ini karena platform WhatsApp yang dirancang sebagai pesan instan cenderung dianggap lebih sering diakses daripada Instagram. Oleh karenanya, dalam setiap pesan yang dikirimkan ke kontak yang dituju, QR mengatur awalan pesan dengan menyapa nama penerima. Layanan semacam ini menyisakan kesan psikologis penerima sehingga seakan-akan terjadi obrolan privat.⁹ Obrolan yang mengajak untuk merefleksikan diri dengan tafsiran ayat Al-Qur'an yang dibahas.



Gambar 5 Tangkapan layar Al Kahfi Chat. Foto: Pribadi

Berikutnya adalah kegiatan Ramadhan Online Camp. Ramadhan Online Camp (ROC) merupakan kelas daring berbayar yang dilaksanakan selama 20 hari di bulan Ramadhan. Kelas ini mematok harga sebesar Rp299.000 dengan bonus buku berjudul “30 Days Make it Closer”. Buku ini semacam buku harian, tetapi berisi kutipan-kutipan ayat Al-Qur'an yang dilengkapi dengan ilustrasi yang menarik. Di beberapa halaman, pihak QR sengaja memberikan ruang kosong yang tujuannya pemilik buku dapat

⁹ Model seperti ini kerap digunakan oleh aktivis dakwah masa kini yang memanfaatkan media baru. Mereka berusaha menyentuh hati target dakwahnya sebagai trik untuk mendekatkan mereka kepada Islam dan sumber syariatnya seperti Al-Qur'an dan hadis agar semakin termotivasi menjadi pribadi yang lebih baik. Lihat Richtig (2020: 45-46).

menuliskan progres kehidupannya. Merefleksikan kejadian sehari-hari dengan harapan dapat menjadi pribadi yang lebih baik hari demi hari dengan mendekatkan diri pada Al-Qur'an. Selain buku itu, pendaftar juga mendapatkan fasilitas 'Sahur Chat' yang membahas *Asmaul Husna*. Modelnya mirip dengan Al Kahfi Chat hanya saja pembahasannya mengenai nama-nama indah Allah.

Secara terpisah dari fasilitas ROC, QR juga menawarkan Sahur Chat Ramadhan secara berbayar. Bagi pengikut yang menginginkannya dikenakan biaya sebesar Rp20.000. Sama seperti peserta ROC, durasi pengiriman pesan tersebut berlangsung 20 hari pertama Ramadhan. Meskipun 'sekadar' program *chat*, peminatnya pun mencapai kurang lebih 456 orang.

Sejak QR didirikan hingga hari ini telah mengadakan kelas webinar berbayar dan tidak berbayar sebanyak 92 kegiatan. Kelas-kelas ini tidak selalu menjadikan Angga sebagai pematari. Namun, di beberapa kesempatan QR mengundang ustazah lokal dan internasional bahkan *influencer* dan selebriti muslim juga tak luput dilibatkan. Beberapa nama berikut yang terlibat dalam kegiatan Quran Review yaitu Oki Setiana Dewi (aktris dan ustazah selebriti), Dewi Sandra (aktris), Sherly Annavita (*influencer*), Dodi Hidayatullah (anggota grup musik Islami), Ustazah Fatin Afika (pendakwah Singapura), Liyana Musfirah (pendakwah Singapura), Muzammil Hasballah (qari'¹⁰) dan Fathur (mantan ketua BEM UGM)¹¹.

Selain mengadakan kegiatan daring, mengunggah konten dan mengirimkan Al Kahfi Chat, QR juga menawarkan "Mushaf Quran Review". Mushaf tersebut adalah hasil kolaborasi QR dengan penerbit Syamil Quran¹². QR mengklaim bahwa mushaf tersebut lebih unik lantaran dirancang secara eksklusif dengan desain yang penuh warna serta menyediakan fitur spesial yang tidak dijumpai pada mushaf-mushaf

10 Muzammil merupakan seorang arsitek asal Aceh. Semasa berkuliah di ITB, ia cukup aktif mengikuti kegiatan keagamaan di Masjid Salman ITB dan masjid Al Lathif Bandung. Selain itu, ia juga dekat dengan gerakan dakwah "Shift Pemuda Hijrah", sebuah gerakan dakwah yang dikelola oleh ustaz muda kekinian bernama Ust. Hanan Attaki. Ia meraih popularitasnya sebagai Qari Selebriti sejak videonya membaca Al-Qur'an viral di dunia maya. Lihat Jannah (2021: 59-60).

11 Fathur atau Atiatul Muqtadir merupakan alumni UGM yang namanya mulai dikenal publik pasca dirinya memimpin demonstrasi soal RKUHP tahun 2019. Selain dikenal sebagai aktivis, ia juga diketahui mahir melantunkan ayat-ayat Al-Qur'an dengan muratal. Hal tersebut diketahui publik lantaran ia gemar mengunggah video muratalnya di kanal YouTube pribadinya "Muhammad Muqtadir" yang saat ini telah berhasil menggaet 314 pelanggan (25/9/2022).

12 Syaamil Quran ialah satu dari sekian penerbit Mushaf Quran yang muncul di era awal 2000-an berkat teknologi komputer yang semakin maju. Sejauh ini penerbit Syaamil Quran telah cukup banyak menerbitkan berbagai model desain yang modern, unik, praktis dan *stylish*. Misalnya: My First Qur'an yang dirancang untuk anak-anak; Mushaf Haji dan Umroh; Mushaf Tulis; Al-Qur'an Wanita dan lain sebagainya. Lihat Shalihah (2021).

umumnya. Mushaf tersebut dirilis pertama kali pada bulan Ramadhan 2022 dengan harga promo Rp109.000.

Selain memiliki akun @quranreview sebagai akun inti, QR juga memiliki akun Instagram lain yang bernama @qrfellow. Akun tersebut lebih memfokuskan pada pembahasan produk buku yang mereka terbitkan. Di samping itu, QR juga memiliki grup Telegram yang berfungsi sebagai ruang diskusi. Per tanggal 30 Agustus, grup tersebut telah berisi 3.216 anggota, termasuk beberapa staf QR. Selama kami bergabung dalam grup tersebut, kami mendapati diskusi yang cukup interaktif. Tidak hanya pihak QR kepada anggota, tetapi juga antar anggota. Diskusi berlangsung natural. Tidak ada tema tertentu dan jadwal tertentu. Terkadang konten yang diunggah ke Instagram juga dikirimkan ke grup tersebut. Tidak jarang pula anggota grup memberikan respons yang beragam. Mulai dari menanyakan perihal kosa kata Arab, pandangan lain, dan mengaitkannya dengan cerita atau fenomena tertentu.

Menuju Komunitas Interpretatif Baru

Per 25 Agustus 2022, QR memiliki 319 ribu pengikut. Dari jumlah ini, untuk tempo 1 Juni – 10 Agustus 2022, jumlah suka terbanyak yang QR raih berada di angka 371.751 dengan total komentar terbanyak 3.491. Adapun rata-rata capaian yang didapat berkisar di jumlah 18.000 untuk suka dan 300 untuk komentar.

Keberagama(a)n komentar

Untuk ukuran anggota aktif dalam suatu komunitas daring, jumlah tersebut dihitung cukup atau bahkan banyak bila digunakan untuk membangun satu ruang diskusi dan komunikasi yang diskursif. Di kolom-kolom komentar QR, sekitar 300 orang terlibat diskusi setiap minggunya terkait kedekatan dan penerimaan mereka terhadap kitab sucinya. Sebagian mengomentari tafsiran ayatnya, sebagian menyoroti isu yang sedang direspons, sebagian mencoba kritis untuk menilai sejauh mana upaya QR mengaitkan isu dan ayat Al-Qur'an masuk akal, dan sebagian lainnya sekadar mengutarakan perasaannya selepas membaca unggahan.

Perbedaan komentar ini muncul sebab setiap pengomentaran atau interlokutor datang dari latar belakang yang berbeda-beda.¹³ Ada yang dari

¹³ Yang penulis maksud dengan interlokutor di sini adalah konsepsi *interlocutor* Paul Ricoeur. Istilah ini tidak saja merujuk pada rekan bicara atau komunikasi, tapi juga mencakup dunianya baik sebagai pembaca/pendengar dan penafsir atau yang memiliki peran penting dalam suatu proses komunikasi. *Lih*, Paul Ricoeur, "The Model of the Text: Meaningful Action Considered as a Text," *New Literary History*, Vol. 5, No. 1 (1973): 91-117.

perkotaan, ada yang dari pedesaan, dan ada juga yang sub-urban. Setiap lapisan ini memiliki model komunikasinya masing-masing sehingga ketika seseorang mencermati kolom komentar QR, ia akan mendapatkan nuansa yang cukup berwarna.

Meski demikian, keragaman ini hanya terjadi di tingkat penggunaan istilah, seperti "aku", "gue", "saya", atau penggunaan bahasa Arab, Inggris, dan campuran Arab-Indonesia atau Inggris-Indonesia. Di tingkat yang lebih luas, yang menyeruak adalah keseragaman. Nyaris semua komentar mendukung unggahan QR, baik di sisi logika yang dibangun, pilihan isu, hingga tafsir yang ditawarkan.

Para interlokutor berbeda-beda dalam memberi dukungan. Ada yang dengan menambahkan hadis, dengan menceritakan pengalaman, dengan mengutip kembali bagian dari ayat dan lantas menambahkan penafsirannya sendiri berdasarkan pengalaman, dan ada juga yang sebatas bilang, "Emang selalu *deep* tafsiran tim QR. *Barakallah*," atau "*Ma sya Allah*." Maksud mereka sama, yakni mengungkapkan rasa terima kasih terhadap informasi yang tim kreatif unggah, tapi cara penyampaiannya beragam.

Mayoritas interlokutor datang dari pengikut QR sendiri. Mereka menjadi pengikut karena mereka suka pada atau merasa mendapatkan informasi yang baik dari QR, bukan sebab benci. Akibatnya, setiap komentar yang mereka tuliskan dikirimkan berpijak pada hati yang senang. Jadi, cukup beralasan mengapa komentar-komentarnya cenderung homogen.

Di sisi lain, ini berhubungan pula dengan cara kerja algoritma. Algoritma di media sosial, termasuk Instagram, salah satunya bekerja berdasarkan pola "yang disukai". Apa yang seseorang sukai di YouTube misalnya, konten yang sama akan ia jumpai di Instagram. Sekali ia menyukai konten tentang Al-Qur'an dan anak muda, konten apa pun yang terkait akan secara intens muncul di berandanya.

Pola seperti ini berpeluang menjadikan orang dengan selera tertentu—baik selera ideologi, musik, bacaan buku, atau warna politik—akan terjebak dalam lingkaran yang disukainya tersebut. Apa yang ia konsumsi di media sosial dan teman-teman yang ia ajak diskusi tidak akan beranjak dari apa yang ia suka. Dalam mode *default*, ia kesulitan mencari narasi pembanding dari narasi yang ia suka di beranda Instagramnya. Di celah ini, keragaman dalam hal apa pun akan sulit ditemukan, termasuk heterogenitas pola interaksi anak-anak muda dengan kitab suci Al-Qur'an di QR.

Pemandangan yang berbeda bisa muncul dari Twitter. Twitter memiliki infrastruktur yang distingtif. Dalam mode *default* pun, pengguna bisa tetap menjumpai keragaman komentar di akun-akun populer tertentu—kendati

algoritma masih memapar. Adanya beberapa fitur seperti “retweet”, pembaruan yang super cepat, dan fitur “follow topic” dan “unfollow topic” yang konsekuen—dalam arti ketika pengguna sudah mengeklik *unfollow*, topik itu sulit untuk muncul kembali ke berandanya—merupakan alasan mengapa demikian.

Di penghujung tahun 2020, QR membuat akun Twitter, @quranreview17. Per 24 Agustus, ada 67 cuitan terunggah. Dari 1.867 pengikut, komentar paling banyak berada di angka tujuh. Ada banyak kemungkinan kenapa ia kesulitan membangun keramaian di Twitter. Salah satunya, pengguna Twitter memiliki kecenderungan yang berbeda dari pengguna Instagram. Terlepas dari ini, jika QR berhasil di Twitter, besar kemungkinan diskusi tentang bagaimana anak-anak muda berinteraksi dengan kitab suci Al-Qur’an di kolom komentarnya akan lebih berwarna secara substansi.¹⁴

“Army” dan pengkaji Al-Quran

Infrastruktur digital yang khas membuka peluang lahirnya banyak model penerimaan masyarakat muslim terhadap Al-Qur’an. Di aras penerimaan informatif misalnya, mereka tidak saja bisa mendapatkan sesuatu yang dibutuhkan dari Al-Qur’an tapi juga mendiskusikannya secara cepat dengan banyak orang yang datang dari latar belakang yang beragam.

Meski tadi disinggung bahwa para interlocutor yang berbagi pemahaman dan sikapnya terhadap Al-Qur’an condong ke arah homogen, bukan berarti tidak ada diskusi di dalamnya. Obrolan tetap ada, meski ketersinggungannya tipis. Dalam unggahan tentang BTS dan surah Āli ‘Imrān/3: 185, seseorang bisa dengan mudah menemukan diskusi antara para *fans* (penggemar) grup musik asal Korea Selatan BTS (Army) dan yang bukan Army.

Semua berawal dari unggahan tertanggal 20 Juni 2022 tentang Hikmah BTS hiatus. QR merespons isu yang sedang ramai tersebut dengan menafsirkan surah Āli ‘Imrān/3: 185 dan al-Balad/90: 4. Ia menjelaskan, kekayaan dan jabatan di dunia—sembari menjadikan pimpinan BTS Kim Nam-joon atau RM contoh yang selalu dirundung kegelisahan padahal sudah berada di puncak karier—sama sekali tidak menjamin ketenangan dan kebahagiaan seseorang. Sebab, lanjutnya, dalam surah Āli ‘Imrān/3: 185 tertulis tegas bahwa apa pun yang ada di dunia adalah tipuan.

Di kolom komentar, keduanya membagikan perspektif mereka masing-masing terkait tafsiran ayat dan isu BTS akan hiatus. Dari lingkaran

¹⁴ Diskusi tentang infrastruktur media sosial yang berbeda satu dari lainnya, termasuk Twitter, dan dampaknya pada tafsir Al-Quran digital, lihat Saifullah (2019).

Army, beberapa interlokutor mengungkapkan kelegaan dan rasa syukur telah memiliki Al-Qur'an karena telah menghapus kesedihannya akibat BTS mau hiatus dan lantas bisa mengambil hikmah atasnya, sedangkan beberapa lainnya memilih untuk mengungkapkan pandangan mereka bahwa banyak lagu BTS terhubung dengan Al-Qur'an. Cukup berbekal kesadaran bahwa mereka adalah anak muda muslim yang memiliki kitab suci, para Army sekaligus pengkaji Al-Qur'an ini bisa melawan rasa sedih yang membelenggu.

Jika dalam praktik luring fungsi performatif Al-Qur'an biasanya mengharuskan aktivitas mendengarkan lantunan ayat Al-Qur'an, membaca, atau semacamnya, maka di media sosial anak-anak muda tersebut sudah bisa mendapatkan suatu manfaat hanya dari menyadari bahwa mereka memiliki Al-Qur'an. Pola penerimaan yang simpel—dalam arti tidak ingin ribet—layaknya kecenderungan mereka sendiri sebagai anak muda, yang hal ini tidak mungkin terjadi ketika mereka tidak meyakini bahwa Al-Qur'an adalah jelmaan kekuatan tak terbatas yang berada di luar jangkauan (Levering 1989: 1).

Adapun dari pihak yang bukan Army lebih pada komentar bahwa BTS dari luarnya sangat memukau dan menakjubkan, tapi di dalamnya hampa. Salah satu interlokutor bahkan menegaskan, anggota-anggota BTS tidak bahagia dengan segala capaiannya, sehingga mereka memutuskan untuk lari ke alkohol. Di akhir komentar, ia secara tidak langsung melengkapi tafsiran QR terhadap Āli 'Imrān/3:185 dan menulis bahwa jika ingin bahagia, siapa saja tidak perlu mengejar dunia, tapi Tuhan.

Antara komentar Army dan non-Army di atas terselip gesekan satu sama lain, tapi tidak secara langsung. Jarang di antara mereka yang mengarahkan komentarnya ke komentar interlokutor lainnya lewat fitur komentari komentar melainkan sekadar menyindir di kolom utama komentar Instagram.

Menurut Faradina, interlokutor sekaligus pengikut akun QR dari non-Army, kepentingannya mengikuti QR adalah untuk belajar secara mudah konten-konten Al-Qur'an, bukan untuk berkomentar, apalagi pada komentar orang lain. Dari keterangan interlokutor lain, Siti Munawaroh, bahkan disampaikan bahwa berkomentar tidaklah terlalu penting dibanding bagaimana bisa belajar memperbaiki diri melalui Al-Qur'an.¹⁵

Dengan ungkapan lain, mengapa ketersinggungan yang intens antar interlokutor dalam membahas tafsiran QR atas Al-Qur'an tidak terbangun adalah karena hal itu bukan menjadi prioritas para pengikut QR. Bagi mereka makna dari Al-Qur'an yang lebih masuk akal atau bahkan otoritatif

15 Wawancara dengan Faradina dan Siti Munawaroh via WhatsApp pada 27 Agustus 2022.

untuk diambil adalah yang dari tim kreatif QR, bukan dari hasil pergumulan multipihak di kolom komentar. Anak-anak muda identik dengan elan untuk mencoba apa pun yang baru, kutip sana kutip sini, tapi ketika berbenturan dengan kitab suci yang bagi mereka adalah kalam Tuhan, rupanya semangat tersebut menyusut dan lantas lebih memilih pada sumber yang menurut mereka sudah jelas kredibilitasnya.

Komunitas interpretatif daring

Beberapa dekade silam, Asma Barlas menyangkan tidak adanya lagi komunitas interpretatif seperti yang dulu pernah ada di masa pertengahan Islam. Di masa itu, komunitas interpretatif berperan penting untuk menentukan bagaimana arah suatu tafsir Al-Qur'an. Ketika ada tafsir Al-Qur'an yang tidak sesuai atau digunakan untuk kepentingan yang menyalahi aturan bersama, komunitas ini bisa mengatasinya. Komunitas tafsir berperan penting mencegah terjadinya monopoli makna Al-Qur'an oleh orang atau kelompok tertentu, meskipun dalam praktiknya—karena kebanyakan yang ada di dalamnya, jika tidak semuanya, adalah laki-laki—tafsir-tafsir yang ditelurkan cenderung menguntungkan posisi laki-laki secara sosial dan kebudayaan (Barlas 2010: 106).

Semakin ke sini, komunitas interpretatif semakin memudar. Ini bisa disebabkan banyak hal, seperti lebih rendahnya publikasi karya tafsir dewasa ini dibanding di masa pertengahan atau ketertinggalan masyarakat muslim dari Barat. Meski demikian, seiring dengan meningkatnya praktik-praktik keberagaman yang dilakukan secara virtual (*online religion*),¹⁶ termasuk penerimaan terhadap kitab suci Al-Qur'an, dan pupusnya batas jarak dan waktu akibat percepatan teknologi yang memungkinkan muslim di Surabaya untuk berdebat dengan muslim di Papua dalam satu waktu, komunitas interpretatif berpeluang besar untuk dibangun dari tidur panjangnya atau boleh jadi sekarang ia sedang gosok gigi di kamar mandi, bersiap-siap menghadapi dunia yang baru: internet.

Adanya nuansa komunitas interpretatif baru ini bisa diamati dari diskusi yang muncul di kolom komentar QR di atas. Dengan latar belakangnya masing-masing, para interlokutor membahas makna ayat tertentu dalam Al-Qur'an dan bagaimana itu dipakai untuk merespons isu yang sedang populer di Indonesia. Namun, seperti ditegaskan di awal bahwa media baru identik dengan aktor baru, maka yang terlibat di

¹⁶ Istilah *online religion* berbeda dari *religion online*. Istilah pertama merujuk pada agama yang dipraktikkan di ruang virtual, sedangkan kedua pada menyangkan secara daring praktik agama yang dilakukan luring. Lihat Bowen (2018).

dalamnya berbeda dari model komunitas interpretatif yang lama.

Jika dulu digawangi oleh para pakar atau setidaknya sudah memiliki basis keilmuan Al-Qur'an, sekarang yang aktif dalam komunitas tersebut adalah para anak muda yang justru ingin belajar dengan berbagi pengalamannya terhadap Al-Qur'an. Untuk konteks Instagram yang membersil adalah diskusi-diskusi populer khas pemuda yang ditopang oleh secul informasi tentang ayat dan segudang pengalamannya sebagai seorang muslim yang ingin mengambil suatu manfaat dari kitab sucinya. Kendati begitu, pola diskusi ini berbeda dari ketika itu terjadi di Twitter, Telegram, atau situs web (Saifullah 2019: 140–146).

Lebih jauh, di persimpangan antara komunitas interpretatif dan monopoli tafsir Al-Qur'an, komunitas interpretatif di Instagram justru lebih rentan terjebak monopoli. Sebab hampir semua interlokutor setuju dan mendukung penuh tafsiran QR atas Al-Qur'an.¹⁷ Tidak adanya kritik dalam suatu komunitas memicu hilangnya penundaan dalam proses penggalian kebenaran dan kebenaran tanpa penundaan bukanlah apa pun kecuali kekuasaan.

Kesimpulan

Maraknya praktik keberagaman yang ditampilkan di ruang virtual (*online religion*), infrastruktur media sosial, dan aktor yang didominasi oleh anak-anak muda berhasil menggeser model penerimaan terhadap Al-Qur'an. Bila di aras luring, fungsi penerimaan yang muncul adalah informatif dan performatif, di aras daring terdapat pula fungsi lukratif, semacam performatif tapi penampakannya lebih sederhana—untuk tidak menyebut dangkal—dan praktis.

Di ruang digital, Al-Qur'an didekati secara populer-kontekstual, dikaitkan langsung pada isu-isu anak muda yang sedang viral, dibingkai dalam meme yang mengena, disampaikan melalui bahasa percakapan sehari-hari ala media sosial, dan dibumbui emotikan yang ekspresif sekaligus fon yang indah. Ini semua tidak lain untuk dua hal. *Pertama*, guna memudahkan para pengikutnya biar dekat dengan Al-Qur'an, sehingga mereka merasa haus akan konten-konten Al-Qur'an. *Kedua*, untuk kemudian menawarkan pada mereka buku-buku yang merangkum segenap kebutuhan mereka terhadap Al-Qur'an.

¹⁷ Hasil wawancara dengan Faradina, Siti Munawaroh, dan Atikah Mutiara melalui WhatsApp pada 27 Agustus 2022. Mereka adalah pengikut aktif akun @quranreview yang merasa mendapatkan banyak manfaat dari unggahan-unggahannya tentang Al-Quran. Alasan utama mengapa mereka suka adalah cara penyampaian tim kreatif @quranreview dan cara membungkus—desain meme, pilihan fon, dan emotikan—ayat-ayat Al-Quran yang asyik, kekinian (responsi terhadap isu-isu khas anak muda yang sedang viral), mengena, dan mudah dipahami.

Karena pola yang dimainkan begitu, berbagai respons muncul. Ini membuktikan metode tim kreatif sukses mencapai tujuannya sekaligus menunjukkan bahwa tesis Mullins—terkait kitab suci akan terancam kehilangan sakralitasnya seiring munculnya internet—perlu dipertimbangkan lagi. Banyak unggahan QR dibahas dan didiskusikan, meski nuansanya seragam dan ketersinggungan antara tim kreatif dan para interlokutor tipis.

Betapa pun tipisnya, ini adalah potret munculnya kembali komunitas interpretatif. Namun, sebab agen dan arenanya distingtif, komunitas interpretatif daring tersebut belum bisa dikatakan memiliki fungsi untuk mengontrol diskursus tafsir Al-Qur'an di Indonesia. Alih-alih demikian, ia justru condong mendukung terbentuknya kekuasaan baru di ruang penafsiran Al-Qur'an daring.

Daftar Pustaka

- Barlas, Asma. 2010. "Amina Wadud's Hermeneutics of the Qur'an: Woman Rereading Sacred Texts." Dalam *Modern Muslim Intellectuals and the Qur'an*, Qur'anic studies series, ed. Suha Taji-Farouki. Oxford: Oxford Univ. Press [u.a.].
- Bowen, John R. *Religions in Practice: An Approach to the Anthropology of Religion*. New York: Routledge, 2018.
- Denny, Frederick. 1980. "Exegesis and Recitation: Their Development as Classical Forms of Qur'anic Piety." Dalam *Transitions and Transformations in the History of Religions*, ed. Reynolds dan Th.M. Ludwig. BRILL, 91-123. https://brill.com/view/book/edcoll/9789004378575/B9789004378575_s008.xml (September 27, 2022).
- _____. "Quran Recitation Training in Indonesia: A Survey of Context and Handbooks," dalam *Approaches to the History of Interpretation of the Quran*, ed. Andrew Rippin. Oxford: Clarendon Press, 1988. h. 288 – 306.
- _____. "Quran Recitation: A Tradition of Oral Performance and Transmission," *Oral Tradition*, 4/1-2 (1989): 5-26.
- Gade, Anna M. 2004. *Perfection Makes Practice: Learning, Emotion, and the Recited Qur'an in Indonesia*. Honolulu: University of Hawai'i Press.
- Gill, Sam D. 2018. *Religion and Technology into the Future: from Adam to Tomorrow's Eve*. Lanham: Lexington Books.
- Hasan, Noorhaidi. 2009. "The Making of Public Islam: Piety, Agency, and Commodification on the Landscape of the Indonesian Public Sphere." *Contemporary Islam* 3(3): 229-50.
- Jannah, Imas Luul. 2021. "Resitasi Alquran dan Anak Muda Muslim Indonesia di Era Media Sosial". Yogyakarta: Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Press, 2021.
- Larsson, Göran. 2011. *Muslims and the New Media: Historical and Contemporary*

- Debates*. Farnham, Surrey ; Burlington, Vt: Ashgate.
- Levering, Miriam, ed. 1989. *Rethinking Scripture: Essays from a Comparative Perspective*. Albany: State University of New York Press.
- Mattson, Ingrid. 2013. *The Story of the Qur'an: its History and Place in Muslim Life*. Second Edition. Chichester, West Sussex, UK: Wiley-Blackwell.
- Mullins, Phil. 1990. "Sacred Text in an Electronic Age." *Biblical Theology Bulletin: Journal of Bible and Culture* 20(3): 99–106.
- Nelson, Kristina. 2001. *The Art of Reciting the Qur'an*. New ed. Cairo ; New York: American University in Cairo Press.
- Nisa, Eva F. 2018. "Creative and Lucrative Da'wa: The Visual Culture of Instagram amongst Female Muslim Youth in Indonesia." *Asiascape: Digital Asia* 5(1–2): 68–99.
- Rafiq, Ahmad. 2014. "The Reception of the Qur'an in Indonesia: A Case Study of the Place of the Qur'an in a Non-Arabic Speaking Community." Temple University.
- . 2021. "The Living Qur'an: Its Text and Practice in the Function of the Scripture." *Jurnal Studi Ilmu-ilmu al-Qur'an Hadis* 22(2): 469–84.
- Richtig, Iqomah. 2020. "Healthy Inside and Syar'i Outside: Practising Da'wa through Religious Commodities." Dalam *Commerce, Knowledge, and Faith: Islamization of the Modern Indonesian and Han-speaking Muslim Ummahs*, disunting oleh Nabil Chang-kuan Lin. Tainan: for Multi-cultural Studies NCKU.
- Ricoeur, Paul. "The Model of the Text: Meaningful Action Considered as a Text," *New Literary History*, Vol. 5, No. 1 (1973): 91–117.
- Saifullah, Muhammad. 2019. "Hermeneutika Alquran Virtual: Kajian atas Penafsiran Alquran Nadirsyah Hosen di Facebook, Twitter, Telegram, dan Website." UIN Sunan Kalijaga.
- . "Wajah Alquran dan Hadis dalam Bingkai Meme: dari Estetis Menjadi Lukratif," *Riwayah: Jurnal Studi Hadis*, Vol. 5, No. 1, (2019): 13–30.
- Shalihah, Fitriatus. 2021. "Media Islam dan Kesalehan Publik: Kajian terhadap Ragam Cetakan Al-Qur'an Kontemporer di Indonesia", *Jurnal Nun* 7 (2): 313–20.
- <https://quranreview.id/youareloved/> diakses pada 31 Agustus 2022.
- <https://www.instagram.com/quranreview/> diakses pada 28 Agustus 2022.
- We Are Social dan Hootsuite dengan tajuk "Digital 2022 Global Overview Report: The Essential Guide to the World's Connected Behaviours", <https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/> diakses pada 15 Agustus 2022.