

Distribusi Pengetahuan Agama dalam Arus Informasi Digital pada Akun Instagram @quranreview

The Distribution of Religious Knowledge within the Flow of Digital Information on the Instagram Account @quranreview

Haikal Fikri Muztaba

Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, Indonesia
haikalfikrimujtaba@gmail.com

Muhamad Sulthon

Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, Indonesia
muhamadsulton1890@gmail.com

Dono Darsono

Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, Indonesia
donodarsono2727@gmail.com

Received: 19-07-2026

Revised: 10-08-2026

Accepted: 26-08-2026

Abstract

This study aims to analyze in-depth how the Instagram account @quranreview constructs religious knowledge as a digital information product while simultaneously creating a virtual religious learning space through the flow of information distribution on social media. The study employed a qualitative approach with qualitative content analysis methods. As a theoretical foundation, this study utilizes Manuel Castells' Network Society theory to understand patterns of information distribution, meaning formation, and the evolving communication network relationships within the digital da'wa ecosystem. Data collection was conducted through non-participatory digital observation of the @quranreview account as a whole. Next, the researchers documented and analyzed three pieces of content purposively selected based on the relevance of the religious theme, the characteristics of the distribution strategy, and the level of audience engagement displayed. The data analysis process was conducted using the interactive analysis model of Miles, Huberman, and Saldana, through the stages of data condensation, data presentation, and verification, which occurred cyclically and continuously. The results show that @quranreview consistently implements a content packaging strategy that combines dialogic and emotional narratives, the use of simple yet engaging visual design, and a distribution pattern that allows content to spread widely across user networks. Furthermore, this distribution process organically contributes to the formation of an active virtual religious learning space through horizontal interactions between users in the comments section. Thus, the function of digital da'wa is no longer limited to the conventional delivery of religious messages, but has evolved into a participatory and collective ecosystem for the production of religious knowledge. Theoretically, this research contributes to the development of digital Islamic

communication studies, particularly in the application of Network Society theory to interpret the dynamics of da'wa on social media. Furthermore, this study also opens up new discussion regarding how religious authority is renegotiated and how religious knowledge is reproduced in the context of a networked society in Indonesia.

Keywords: *Distribution of Religious Knowledge, Instagram, Network Society, Digital Da'wa.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam bagaimana akun Instagram @quranreview mengonstruksi pengetahuan agama sebagai produk informasi digital sekaligus membentuk ruang pembelajaran agama virtual melalui arus distribusi informasi di media sosial. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis isi kualitatif. Sebagai landasan teoritis, studi ini memanfaatkan teori *Network Society* dari Manuel Castells untuk memahami pola distribusi informasi, pembentukan makna, serta relasi jaringan komunikasi yang berkembang dalam ekosistem dakwah digital. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi digital non-partisipatif terhadap akun @quranreview secara menyeluruh. Selanjutnya, peneliti mendokumentasikan dan menganalisis tiga konten yang dipilih secara purposif berdasarkan relevansi tema keagamaan, karakteristik strategi distribusi, serta tingkat keterlibatan audiens yang ditampilkan. Adapun proses analisis data dilakukan menggunakan model analisis interaktif Miles, Huberman, dan Saldana melalui tahapan kondensasi data, penyajian data, serta verifikasi yang berlangsung secara siklikal dan berkesinambungan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa @quranreview secara konsisten menerapkan strategi pengemasan konten yang menggabungkan narasi dialogis dan emosional, penggunaan desain visual yang sederhana namun menarik, serta pola distribusi yang memungkinkan konten menyebar secara luas melintasi jaringan pengguna. Lebih jauh, proses distribusi tersebut secara organik turut membentuk ruang belajar agama virtual yang aktif melalui interaksi horizontal antarpengguna di kolom komentar. Dengan demikian, fungsi dakwah digital tidak lagi terbatas pada penyampaian pesan keagamaan secara konvensional, tetapi berkembang menjadi ekosistem produksi pengetahuan agama yang bersifat partisipatif dan kolektif. Secara teoretis, penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian komunikasi Islam digital, khususnya dalam penerapan teori *Network Society* untuk membaca dinamika dakwah di media sosial. Selain itu, studi ini juga membuka ruang diskusi baru mengenai bagaimana otoritas keagamaan dinegosiasikan kembali serta bagaimana pengetahuan agama direproduksi dalam konteks masyarakat jaringan di Indonesia.

Kata Kunci: Distribusi Pengetahuan Agama, Instagram, Network Society, Dakwah Digital.

PENDAHULUAN

Transformasi komunikasi yang dipicu oleh perkembangan teknologi digital telah mengubah secara mendasar cara masyarakat modern mengakses, memproduksi, dan mendistribusikan pengetahuan termasuk pengetahuan agama. Dalam konteks Indonesia sebagai negara dengan populasi muslim terbesar di dunia, pergeseran ini memiliki implikasi yang sangat signifikan, tidak hanya dalam aspek teknologis, tetapi juga dalam dimensi sosial, kultural, dan

keagamaan yang lebih dalam. Platform media sosial seperti Instagram, YouTube, TikTok, dan Twitter telah menjadi arena baru tempat ajaran Islam disampaikan, diinterpretasikan, dan diperdebatkan secara terbuka oleh beragam aktor dari ulama tradisional hingga konten kreator milenial tanpa latar belakang pesantren sekalipun. Fenomena ini menandai suatu perubahan epistemologis yang fundamental yakni pengetahuan agama tidak lagi sepenuhnya terkungkung dalam institusi formal seperti pesantren, madrasah, atau majelis taklim, melainkan mengalir bebas dalam arus informasi digital yang bersifat cair, cepat, dan lintas batas.

Di antara berbagai platform digital yang berkembang pesat, Instagram menempati posisi strategis sebagai salah satu medium utama penyebaran konten keagamaan, khususnya di kalangan generasi muda Indonesia. Data mencatat bahwa Indonesia memiliki lebih dari 100 juta pengguna aktif Instagram, dengan mayoritas berusia 18–34 tahun, kelompok yang paling aktif mengonsumsi konten keislaman di ruang digital.¹ Kondisi ini menghadirkan peluang sekaligus tantangan di satu sisi, Islam menjadi lebih demokratis dan aksesibel namun di sisi lain, muncul pertanyaan serius tentang kedalaman pemahaman, validitas sumber, dan siapa sesungguhnya yang memiliki otoritas untuk berbicara atas nama agama di ruang digital. Sebagaimana dicatat oleh Taufiqurrohmah, sistem komunikasi dakwah di era digital telah bergeser dari komunikasi satu arah berbasis institusi menuju komunikasi multiarah yang melibatkan partisipasi aktif audiens, sebuah dinamika yang secara struktural mengubah relasi antara produsen dan konsumen pengetahuan agama.²

Untuk memahami dinamika ini secara lebih sistematis dan teoritis, penelitian ini berpijak pada kerangka teori *Network Society* yang dikembangkan oleh sosiolog Manuel Castells. Dalam karya monumentalnya *The Rise of the Network Society*, Castells berargumen bahwa masyarakat informasi kontemporer diorganisasi bukan lagi oleh hierarki dan birokrasi vertikal, melainkan oleh jaringan-jaringan horizontal yang saling terhubung melalui teknologi komunikasi digital. Castells mendefinisikan jaringan sebagai seperangkat simpul (*nodes*) yang saling terhubung, di mana kekuatan tidak lagi berasal dari posisi individu atau institusi dalam hierarki, melainkan dari kapasitas untuk terhubung ke dalam arus informasi (*information flows*) yang mengalir di antara

¹ We Are Social & Meltwater. “Digital 2024: Indonesia.” *DataReportal*, 2024. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>.

² Taufikurrahman, and Endang Setyowati. “Sistem Komunikasi Dakwah Di Era Digital Melalui Instagram, Tiktok, Youtube.” *Al-Mada : Jurnal Sosial, Budaya Dan Agama* 7 (May 2024).

simpul-simpul tersebut ³⁴⁵⁶⁷. Konsep kunci yang relevan bagi penelitian ini adalah *space of flows* yakni ruang di mana praktik-praktik sosial yang dominan berlangsung bukan dalam kedekatan fisik, melainkan dalam aliran informasi yang terorganisasi secara digital dan melampaui batas-batas geografis. Dalam konteks ini, akun Instagram seperti @quranreview dapat dipahami sebagai sebuah simpul (*node*) dalam jaringan distribusi pengetahuan agama Islam di Indonesia sebuah titik penghubung yang menerima, mengolah, dan memancarkan kembali arus pengetahuan agama kepada ratusan ribu pengikutnya.

Relevansi teori Castells semakin kuat ketika dikaitkan dengan konsep *mass self-communication* yang ia kembangkan. Castells menggambarkan komunikasi di media sosial sebagai bentuk komunikasi yang dihasilkan sendiri, diarahkan sendiri, dan dipilih sendiri oleh individu, namun memiliki potensi jangkauan yang bersifat global. Melalui logika ini, aktor-aktor digital seperti pengelola @quranreview yang tidak berasal dari institusi keagamaan formal mampu memposisikan diri sebagai *programmers* dan *switchers* dalam jaringan pengetahuan agama, mereka yang memiliki kemampuan untuk memprogramkan konten, menentukan agenda diskursif, dan menghubungkan berbagai jaringan sosial keagamaan. Castells menegaskan bahwa kekuatan sesungguhnya di era informasi terletak pada kemampuan untuk membangun dan memprogram jaringan, bukan pada kepemilikan institusi. Perspektif ini membuka ruang analitik yang sangat produktif untuk memahami bagaimana @quranreview mendistribusikan pengetahuan agama, membangun legitimasi, dan membentuk komunitas dalam arus informasi digital.

Salah satu aktor digital yang paling mewakili kompleksitas distribusi pengetahuan agama dalam kerangka masyarakat jaringan ini adalah akun Instagram @quranreview. Akun ini lahir dari inisiatif muslim milenial yang memposisikan diri sebagai “*Quranic Start Up*” sebuah entitas yang menggunakan pendekatan kreatif dan estetis untuk mendekatkan generasi muda dengan Al-Qur'an. Sejak didirikan, @quranreview telah berhasil menjangkau ratusan ribu pengikut dan menawarkan berbagai konten interpretatif, program berbayar, dan interaksi komunitas yang melampaui fungsi dakwah konvensional ⁸. Sebagai sebuah simpul dalam jaringan pengetahuan Islam digital, @quranreview tidak hanya berperan sebagai penyampai pesan, melainkan sebagai agen pembentukan makna yang melalui pilihan visual, narasi, dan strategi konten tertentu, turut

³ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, 19th ed. (Penerbit Alfabeta, 2013).

⁴ L. J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (PT Remaja Rosdakarya., 2021).

⁵ Manuel Castells, “The Network Society Revisited,” *American Behavioral Scientist* 67, no. 7 (2023): 940–46, <https://doi.org/10.1177/00027642221092803>.

⁶ Manuel Castells, *The Rise of the Network Society* (Blackwell Publishing Ltd, 2010).

⁷ Castells, *The Rise of the Network Society*.

⁸ Iqomah Richtig and Muhammad Saifullah, “‘Quranreview’: Interaksi Anak Muda Muslim Dengan Al-Quran Di Era Digital,” *SUHUF* 15, no. 2 (2023), <https://doi.org/10.22548/shf.v15i2.765>.

mengkonstruksi pemahaman keagamaan jutaan pengikutnya, sebuah karakteristik yang dalam kerangka Castells disebut sebagai kapasitas untuk *reprogramming* makna dalam jaringan.

Dalam lima tahun terakhir, perhatian akademis terhadap fenomena distribusi pengetahuan agama di media sosial mengalami peningkatan signifikan. Saumantri menunjukkan bahwa fenomena hiper religiusitas di media sosial di mana ekspresi keagamaan melampaui konteks tradisional merupakan produk dari dinamika postmodern yang mendorong komodifikasi simbol-simbol agama dalam ruang digital.⁹ Istiqomah *et al* lebih lanjut mengemukakan bahwa tafsir digital berada dalam zona antara adaptasi dan krisis otoritas keagamaan di mana kemudahan akses terhadap teks suci tidak serta merta diimbangi oleh kedalaman metodologi penafsiran, sehingga memunculkan fragmentasi otoritas yang belum pernah terjadi sebelumnya dalam sejarah Islam Indonesia.¹⁰ Dalam dimensi yang lebih luas, Hjarvard berargumen bahwa proses mediatisasi agama bukan sekadar pemanfaatan media sebagai alat, melainkan proses di mana logika media secara aktif membentuk ulang isi, bentuk, dan otoritas agama itu sendiri.¹¹

Secara khusus, kajian-kajian terdahulu tentang akun @quranreview telah dilakukan dari sejumlah perspektif yang penting untuk diidentifikasi. Richtig dan Saifullah melakukan pemetaan komprehensif terhadap berbagai program dan konten yang dikembangkan @quranreview, menunjukkan bagaimana akun ini berhasil menjembatani antara teks suci dan kebutuhan ekspresif generasi muda muslim Indonesia melalui pendekatan inovatif dan inklusif.¹² Al-Banna dan Hilmi menganalisis respons netizen pada postingan @quranreview, menemukan pola-pola keterlibatan audiens yang menunjukkan adanya proses internalisasi pesan keagamaan melalui interaksi di kolom komentar.¹³ Saudah *et al.* mengkaji pengaruh @quranreview terhadap minat pengikutnya belajar bahasa Arab menggunakan pendekatan kuantitatif, menemukan korelasi positif antara keterpaparan konten akun ini dengan motivasi belajar bahasa Al-Qur'an.¹⁴

⁹ Saumantri, Theguh. "Hyper Religiusitas Di Era Digital: Analisis Paradigma Postmodernisme Jean Baudrillard Terhadap Fenomena Keberagamaan Di Media Sosial." *Al-Mutharahab: Jurnal Penelitian Dan Kajian Sosial Keagamaan* 20, no. 1 (2023): 107–23. <https://doi.org/10.46781/al-mutharahab.v20i1.646>

¹⁰ Istiqomah, Dina, Muhammad Rusidi, and Opi Yensi. "Tafsir Digital: Antara Adaptasi Dan Krisis Otoritas Keagamaan." *Lathaif: Literasi Tafsir, Hadis Dan Filologi* 4, no. 1 (2025): 41. <https://doi.org/10.31958/lathaif.v4i1.15416>

¹¹ Hjarvard, Stig. "Mediatization and the Changing Authority of Religion." *Media, Culture & Society* 38, no. 1 (2016): 8–17. <https://doi.org/10.1177/0163443715615412>

¹² Richtig, Iqomah, and Muhammad Saifullah. "'Quranreview': Interaksi Anak Muda Muslim Dengan Al-Quran Di Era Digital." *SUHUF* 15, no. 2 (2023). <https://doi.org/10.22548/shf.v15i2.765>

¹³ Al-Banna, Muhammad Rifat, and Moch. Ihsan Hilmi. "Analisis Atas Respon Netizen Pada Postingan Akun @Quranreview Di Instagram." *Jurnal Iman Dan Spiritualitas* 2, no. 1 (2022): 17–24. <https://doi.org/10.15575/jis.v2i1.15770>

¹⁴ Ulfa Azkia et al., "Studi Netnografi Akun Instagram @Quranreview Dalam Menyampaikan Dakwah Kepada Gen Z," *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting* 5 (July 2025).

menggunakan pendekatan netnografi untuk menganalisis strategi dakwah @quranreview terhadap Generasi Z, menemukan bahwa akun ini membangun ekosistem keterlibatan keagamaan yang unik di kalangan anak muda digital.

Meskipun kajian-kajian di atas telah memberikan kontribusi yang berharga, terdapat beberapa kekosongan literatur yang mencolok. Pertama, seluruh kajian terdahulu tentang @quranreview baik yang menggunakan analisis konten, netnografi, kuantitatif, maupun kajian epistemologi belum satu pun yang secara eksplisit mengkaji strategi pengemasan konten keagamaan dan pembangunan ruang belajar agama virtual sebagai dua fokus persoalan yang saling berkaitan dalam bingkai teori *Network Society*. Kajian-kajian tersebut cenderung melihat @quranreview sebagai medium penyampaian pesan (studi konten), sebagai agen pengaruh (studi kuantitatif), atau sebagai entitas epistemis (studi tafsir) namun belum ada yang secara mendalam mengkaji bagaimana akun ini sebagai simpul jaringan membingkai pesan keagamaannya secara visual naratif sekaligus membangun ekosistem belajar agama virtual yang terstruktur. Kedua, kajian yang ada masih kering dari dimensi *pola distribusi informasi digital* dan *relasi jaringan komunikasi* yang terbentuk antara akun dan pengikutnya dimensi yang justru menjadi jantung dari perspektif teoritis Castells. Ketiga, belum ada studi yang secara bersamaan menghubungkan persoalan bentuk penyajian pesan keagamaan, pola distribusi informasi digital, dan relasi jaringan komunikasi ke dalam satu kerangka analisis yang kohesif, padahal ketiganya saling mengandaikan satu sama lain dalam membentuk ruang dakwah kontemporer di Instagram.

Berangkat dari kekosongan literatur tersebut, penelitian ini memusatkan perhatian pada dua persoalan utama. Pertama, bagaimana strategi pengemasan konten keagamaan pada akun @quranreview sebagai produk informasi digital mencakup pilihan visual, narasi, dan format penyajian yang digunakan untuk mengemas pengetahuan agama agar dapat mengalir secara efektif dalam arus informasi Instagram. Kedua, bagaimana akun @quranreview membangun ruang belajar agama virtual melalui arus informasi di Instagram termasuk bagaimana interaksi antara konten, pengikut, dan platform membentuk ekosistem distribusi pengetahuan agama yang menyerupai ruang pembelajaran terstruktur di luar institusi formal.¹⁵ Dua fokus persoalan ini diarahkan untuk memahami secara menyeluruh bentuk penyajian pesan keagamaan yang membedakan @quranreview dari akun dakwah konvensional, pola distribusi informasi digital yang bekerja di balik jangkauan massalnya,¹⁶ serta relasi jaringan komunikasi yang terbentuk

¹⁵ Henry Jenkins, Sam Ford, and Joshua Green, *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture* (New York: New York University Press, 2013), 1–30.

¹⁶ José van Dijck, Thomas Poell, and Martijn de Waal, *The Platform Society: Public Values in a Connective World* (New York: Oxford University Press, 2018), 11–34.

melalui media sosial Instagram sebagai ruang dakwah kontemporer. Dalam kerangka Castells, kedua persoalan ini sesungguhnya merupakan dua sisi dari satu koin yang sama strategi pengemasan konten adalah cara akun ini memprogram arus informasi dalam jaringan, sementara pembangunan ruang belajar virtual adalah cara akun ini memperluas dan mempertebal jaringan tersebut hingga membentuk komunitas pengetahuan agama yang dinamis.¹⁷

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam proses distribusi pengetahuan agama dalam arus informasi digital pada akun Instagram @quranreview dengan menggunakan kerangka teori *Network Society* Castells sebagai lensa analitik utama. Secara spesifik, fokus kajian mencakup analisis terhadap strategi pengemasan konten keagamaan @quranreview sebagai produk informasi digital, dinamika pembangunan ruang belajar agama virtual melalui arus informasi Instagram, serta relasi jaringan komunikasi yang terbentuk di dalamnya. Secara teoritis, studi ini diharapkan dapat memperkaya penerapan teori *Network Society* Castells dalam konteks kajian keagamaan digital. Secara praktis, temuan penelitian ini dapat menjadi referensi bagi para pengelola platform dakwah digital, lembaga keagamaan, pendidik, dan pembuat kebijakan dalam memahami dan merespons secara lebih bijaksana fenomena meluasnya distribusi pengetahuan agama melalui media sosial sebuah fenomena yang, jika dipahami secara mendalam, memiliki potensi transformatif yang besar bagi kehidupan keagamaan masyarakat Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif sebagai landasan epistemologis utamanya. Pendekatan kualitatif dipilih karena persoalan yang ingin dijawab dalam studi ini bukanlah seberapa banyak atau seberapa sering sesuatu terjadi, melainkan bagaimana dan mengapa sesuatu berlangsung dengan cara tertentu sebuah orientasi yang menuntut kedalaman pemahaman kontekstual, bukan lebar generalisasi statistik.¹⁸ mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai penelitian yang bermaksud memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan, secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah. Dalam kerangka teori *Network Society* Castells, pendekatan kualitatif menjadi sangat relevan karena ia memungkinkan peneliti untuk menangkap nuansa proses distribusi pengetahuan agama sebagai

¹⁷ Andreas M. Kaplan and Michael Haenlein, "Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media," *Business Horizons* 53, no. 1 (2010): 59–68.

¹⁸ Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*.

fenomena sosial yang hidup termasuk bagaimana simpul-simpul jaringan terbentuk, bagaimana arus informasi mengalir, dan makna apa yang melekat di balik pilihan-pilihan konten yang dibuat oleh aktor digital.

Secara metodis, penelitian ini menerapkan analisis isi kualitatif (*qualitative content analysis*) sebagai metode utama pengolahan dan interpretasi data.¹⁹ mendefinisikan analisis isi sebagai teknik penelitian untuk membuat inferensi yang dapat direplikasi dan valid dari teks ke konteks penggunaannya, dengan menegaskan bahwa teks tidak boleh diperlakukan semata-mata sebagai peristiwa fisik, melainkan sebagai komunikasi yang diciptakan dan disebarluaskan untuk dilihat, dibaca, ditafsirkan, dan direfleksikan sesuai dengan makna yang dimilikinya bagi para penerimanya. Dengan demikian, analisis isi kualitatif bukan sekadar membaca isi konten, melainkan sebuah proses interpretasi yang sistematis dan teori-terpandu yang memungkinkan peneliti untuk mengungkap lapisan makna yang tersembunyi di balik teks, visual, dan narasi yang diproduksi oleh @quranreview.

Sumber data primer dalam penelitian ini adalah konten yang diunggah pada akun Instagram @quranreview. Dari keseluruhan konten yang tersedia di akun tersebut, penelitian ini secara purposif memilih tiga konten sebagai unit analisis utama. Teknik *purposive sampling* digunakan dalam pemilihan sampel ini, yakni teknik pengambilan sampel yang dilakukan berdasarkan pertimbangan dan penilaian peneliti terhadap karakteristik konten yang paling relevan dengan tujuan penelitian²⁰. Ketiga konten dipilih berdasarkan kriteria berikut: (1) konten tersebut secara eksplisit mengandung muatan pengetahuan agama berupa interpretasi atau ulasan ayat Al-Qur'an; (2) konten memperlihatkan strategi distribusi yang khas dari @quranreview, baik dalam hal kemasan visual, narasi, maupun cara penyajian informasi keagamaan; dan (3) konten mendapatkan tingkat keterlibatan (*engagement*) audiens yang signifikan yang diukur dari jumlah suka, komentar, dan simpan sebagai indikator bahwa konten tersebut berhasil berfungsi sebagai simpul (*node*) yang aktif dalam jaringan distribusi pengetahuan agama. Pemilihan tiga konten ini bukan bertujuan untuk keterwakilan statistik, melainkan untuk kedalaman analisis sebagaimana prinsip *maximum variation sampling* dalam penelitian kualitatif yang menekankan pada pemilihan kasus yang mampu memperlihatkan variasi terpenting dalam fenomena yang diteliti.

¹⁹ Klaus Krippendorff, *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology* (SAGE Publications, Inc., 2019), <https://doi.org/10.4135/9781071878781>

²⁰ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui dua prosedur yang berjalan secara komplementer. Prosedur pertama adalah *observasi digital* terhadap akun Instagram @quranreview secara menyeluruh sebelum penentuan unit analisis, dengan tujuan memperoleh pemahaman holistik tentang pola unggahan, gaya konten, strategi narasi, dan dinamika interaksi yang berlangsung di akun tersebut. Observasi digital ini dilakukan secara non partisipan, di mana peneliti mengamati dan mencatat secara sistematis tanpa terlibat dalam interaksi langsung dengan akun yang diteliti. menegaskan bahwa observasi dalam penelitian kualitatif tidak sekadar pencatatan pasif, melainkan sebuah proses aktif di mana peneliti mengarahkan perhatiannya secara selektif berdasarkan pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan. Prosedur kedua adalah *dokumentasi konten*, yaitu pengumpulan data berupa tangkapan layar (*screenshot*), transkripsi teks *caption*, catatan deskriptif tentang elemen visual, serta rekaman interaksi komentar dari ketiga konten yang menjadi unit analisis. Prosedur analisis data dalam penelitian ini mengikuti model analisis interaktif yang dikembangkan oleh²¹, yang terdiri atas tiga tahapan yang berlangsung secara simultan dan berulang: kondensasi data, penyajian data, dan penarikan serta verifikasi kesimpulan. Ketiga tahapan ini tidak bersifat linear, melainkan siklus yang terus bergulir hingga peneliti mencapai titik jenuh (*saturation point*) di mana tidak ada lagi temuan baru yang muncul dari data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Pengemasan Konten Keagamaan @quranreview sebagai Produk Informasi Digital

Fokus persoalan pertama dalam penelitian ini adalah bagaimana akun Instagram @quranreview mengemas konten keagamaan sebagai produk informasi digital. Dalam logika masyarakat jaringan yang dikonsepsikan oleh Castells, nilai suatu pesan tidak semata ditentukan oleh kandungan substantifnya, melainkan oleh seberapa efektif pesan itu dirancang untuk bergerak dalam arus informasi (*information flows*) yang mengalir tanpa henti di dalam jaringan digital.²² Temuan analisis terhadap tiga konten @quranreview menunjukkan bahwa akun ini secara konsisten menerapkan strategi pengemasan yang memadukan tiga elemen secara integratif yakni konstruksi narasi yang dialogis dan emosional, desain visual yang minimalis estetis serta logika distribusi yang berorientasi pada perluasan jaringan. Strategi terpadu inilah yang menjadikan pesan keagamaan tidak hanya layak baca, tetapi layak disebarluaskan sebagai

²¹ M. B. Miles et al., *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*, 3rd ed. (Sage Publications, 2014).

²² Castells, Manuel. *The Rise of the Network Society*. Blackwell Publishing Ltd, 2010.

suatu syarat mutlak agar sebuah konten dapat berfungsi sebagai simpul (*node*) yang aktif dalam jaringan distribusi pengetahuan agama Islam digital di Indonesia.

Pada konten pertama berjudul “*Surah ini Turunnya dikawal oleh 70.000 Malaikat*”, analisis dari lensa naratif memperlihatkan strategi konstruksi pesan yang bekerja melalui mekanisme ketegangan emosional (*emotional tension*). Pemilihan diksi hiperbolik seperti “70.000 malaikat” dan “dikawal” bukan sekadar pilihan retorik, melainkan strategi naratif yang disengaja untuk menciptakan rasa penasaran sejak salindia pertama sebuah teknik yang dalam studi komunikasi digital dikenal efektif mempertahankan perhatian audiens dalam budaya *scrolling* yang sangat kompetitif. Pertanyaan-pertanyaan dialogis seperti “pernah gak kamu kepikiran” dan penggunaan kata ganti personal “kamu” menghadirkan gaya komunikasi yang oleh Haq & Syauqi disebut sebagai ciri khas tafsir digital generasi baru: bersifat kontekstual, membuka ruang refleksi personal, dan menghindari otoritas tekstual yang kaku.²³ Strategi naratif ini secara fungsional mengubah pesan keagamaan dari sebuah instruksi religius menjadi sebuah pengalaman reflektif bersama, sebuah transformasi epistemologis yang mencirikan cara pengetahuan agama diproduksi di era digital.

Dari lensa visual, konten ini menampilkan desain minimalis dengan komposisi tata letak yang bersih, tipografi sederhana, dan dominasi ruang kosong yang memungkinkan mata pembaca langsung tertuju pada inti pesan. Pilihan visual ini bukan pertimbangan estetis semata, melainkan sebuah keputusan strategis yang mempertimbangkan karakter konsumsi informasi di Instagram yang cepat, visual, dan berbasis layar ponsel. Azkia *et al.* dalam kajian netnografi mereka terhadap @quranreview menemukan bahwa konsistensi gaya visual minimalis inilah yang membangun identitas merek (*brand identity*) akun ini di benak pengikutnya, sehingga setiap konten baru langsung dikenali sebagai produk dari ekosistem @quranreview.²⁴ Dari lensa jaringan, desain yang mudah dibaca dan dikonsumsi dalam hitungan detik ini secara langsung meningkatkan potensi *shareability*, kemampuan konten untuk disebarluaskan oleh audiens ke jaringan sosial mereka yang dalam kerangka Castells merupakan mekanisme utama bagaimana simpul-simpul baru terus bergabung ke dalam jaringan distribusi pengetahuan agama yang dikelola oleh @quranreview.²⁵

²³ Haq, Izzuthoriqul, and Muhammad Labib Syauqi. “DIGITAL NATIVE CHARACTER IN SOCIAL MEDIA INTERPRETATION: A STUDY ON INSTAGRAM ACCOUNTS, @QURANREVIEW.” *Al-A'raf: Jurnal Pemikiran Islam Dan Filsafat* 18, no. 1 (2021): 47–68. <https://doi.org/10.22515/ajpif.v18i1.3491>.

²⁴ Azkia, Ulfa, Hasan Basri M. Nur, and Zainuddin T. “Studi Netnografi Akun Instagram @Quranreview Dalam Menyampaikan Dakwah Kepada Gen Z.” *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting* 5 (July 2025).

²⁵ Castells, Manuel. *The Rise of the Network Society*. Blackwell Publishing Ltd, 2010

Konten kedua berjudul “*Kata Allah, Jalan-Jalan Sana!*” memperlihatkan dimensi yang lebih kompleks dari strategi pengemasan, yakni reframing makna proses mengemas ulang suatu aktivitas sekuler (*travelling*) dengan bingkai nilai keislaman tanpa mengorbankan keterbacaan digital. Penggunaan frasa informal “jalan-jalan” berdampingan dengan otoritas religius “kata Allah” adalah contoh hibrida semiotik yang sangat disengaja: ia menjaga relevansi konten bagi audiens muda yang akrab dengan budaya digital, sekaligus mempertahankan legitimasi keagamaan yang dibutuhkan agar pesan diterima sebagai pengetahuan agama yang otentik. Muhafizah dalam kajian epistemologinya terhadap @quranreview mencatat bahwa akun ini secara konsisten menggunakan strategi *contextual reframing* semacam ini yang menghubungkan pengalaman keseharian generasi muda (traveling, krisis identitas, isu sosial) dengan nilai-nilai Al-Qur'an sebagai cara membangun relevansi tanpa kehilangan substansi keagamaan. Penggunaan istilah “*tadabbur*” di tengah bahasa santai juga menunjukkan kemampuan akun ini untuk memperkenalkan terminologi keagamaan secara halus, sebuah proses yang dalam sosiologi pengetahuan disebut sebagai *conceptual scaffolding*: membangun jembatan antara kosakata asing (istilah agama) dan konteks yang familiar (pengalaman hidup sehari-hari) agar transfer pengetahuan berlangsung efektif.

Secara visual, konten kedua mempertahankan DNA desain yang sama dengan konten pertama: minimalis, tipografi terfokus, dan ruang kosong yang memadai. Namun yang membedakannya adalah penggunaan narasi penutup yang bersifat motivasional “*berjalanlah di muka bumi dan kembalilah dengan iman yang lebih kuat*” yang berfungsi sebagai *call to action* tersirat. Dalam kerangka teori Castells, kalimat penutup semacam ini bekerja pada dua level sekaligus, pada level individu, ia mendorong internalisasi pesan sebagai prinsip hidup personal dan pada level jaringan, ia meningkatkan motivasi audiens untuk membagikan konten kepada jaringan sosialnya karena pesan yang terasa personal dan inspiratif memiliki nilai resonansi yang lebih tinggi dalam ekosistem media sosial.²⁶ Ini adalah strategi produksi konten yang memahami betul logika *mass self communication*: konten yang ingin bergerak jauh dalam jaringan harus terasa seolah-olah berbicara kepada setiap individu secara personal, bukan kepada audiens yang anonim.

Konten ketiga berjudul “*Banjir dan Gajah: Simbol Keseimbangan yang Diabaikan*” menampilkan dimensi paling matang dari strategi pengemasan @quranreview, yakni integrasi antara isu sosial ekologis kontemporer dengan nilai spiritual Al-Qur'an. Strategi ini secara langsung merespons realitas sosial yang dialami audiens, isu bencana banjir dan krisis ekologis

²⁶ Castells, Manuel. *The Rise of the Network Society*. Blackwell Publishing Ltd, 2010

dan menjadikannya pintu masuk menuju refleksi keagamaan. Saumantri mencatat bahwa fenomena semacam ini mencerminkan tren dakwah digital kontemporer yang bergerak dari pendekatan normatif deduktif (memulai dari dalil, lalu menerapkan pada realitas) menuju pendekatan kontekstual-induktif (memulai dari realitas sosial, lalu menemukan landasan spiritualnya dalam Al-Qur'an) sebuah pergeseran yang secara substansial mengubah cara pengetahuan agama diproduksi dan didistribusikan di ruang digital.²⁷ Penggunaan metafora “suara alam sebagai peringatan” bukan hanya perangkat puitis, melainkan mekanisme *symbolic bridging* yang menghubungkan realitas empiris (bencana alam) dengan makna transendental (tanda-tanda kekuasaan Allah), sehingga audiens yang tidak memiliki latar belakang pendidikan agama formal pun dapat memahami dan menginternalisasi pesan tersebut.

Analisis terhadap ketiga konten ini secara kolektif memperlihatkan bahwa strategi pengemasan @quranreview adalah ekspresi nyata dari apa yang Castells sebut sebagai logika *informationalism*, proses di mana informasi dalam hal ini pengetahuan agama diproduksi, dikelola, dan dikemas sedemikian rupa agar kompatibel dengan sistem komunikasi digital berbasis jaringan.²⁸ Pesan agama tidak disampaikan apa adanya dari khazanah Islam klasik, melainkan mengalami proses transformasi menjadi produk informasi digital yang memiliki nilai distribusi (*distributability*), nilai resonansi (*resonance value*), dan nilai reproduksi (*reproducibility*) yakni kemampuan untuk dikonsumsi, dirasakan, dan disebarluaskan kembali melalui jaringan pengguna Instagram. Dengan demikian, @quranreview tidak berperan semata sebagai pendakwah digital, melainkan sebagai *programmer* dalam terminologi Castells: aktor yang memiliki kemampuan untuk menentukan konten apa yang mengalir dalam jaringan, dengan logika apa ia dikemas, dan ke arah mana arus informasi keagamaan itu diarahkan.

@quranreview sebagai Pembangun Ruang Belajar Agama Virtual melalui Arus Informasi Instagram

Fokus persoalan kedua dalam penelitian ini adalah bagaimana akun @quranreview membangun ruang belajar agama virtual melalui arus informasi di Instagram. Jika fokus pertama berkaitan dengan bagaimana pengetahuan agama dikemas untuk didistribusikan, maka fokus kedua berkaitan dengan apa yang terjadi setelah distribusi itu berlangsung, bagaimana arus informasi tersebut membentuk sebuah ruang sosial baru tempat proses pembelajaran agama

²⁷ Saumantri, Theguh. “Hyper Religiusitas Di Era Digital: Analisis Paradigma Postmodernisme Jean Baudrillard Terhadap Fenomena Keberagamaan Di Media Sosial.” *Al-Mutharabah: Jurnal Penelitian Dan Kajian Sosial Keagamaan* 20, no. 1 (2023): 107–23. <https://doi.org/10.46781/al-mutharabah.v20i1.646>

²⁸ Castells, Manuel.

berlangsung secara partisipatif dan melampaui batas-batas fisik. Konsep *space of flows* Castells menjadi lensa yang paling produktif untuk memahami proses ini bahwa ruang sosial dalam masyarakat jaringan bukan lagi ruang yang ditentukan oleh lokasi geografis, melainkan oleh konektivitas arus informasi yang mengalir secara terus-menerus di antara simpul-simpul dalam jaringan digital.²⁹ Dalam kerangka ini, ruang belajar agama virtual pada akun @quranreview terbentuk melalui dua mekanisme yang saling memperkuat: pertama, sirkulasi masif konten keagamaan yang melampaui batas komunitas inti; kedua, terbentuknya interaksi dan pertukaran pengetahuan agama yang berlangsung secara kolektif di ruang komentar.

Mekanisme pertama tampak paling jelas dalam data keterlibatan audiens yang dicapai oleh ketiga konten yang dianalisis. Konten pertama ("*Surah ini Turunnya dikawal oleh 70.000 Malaikat*") memperoleh 81.500 *likes*, 304 komentar, 540 *repost*, dan 18.300 kali dibagikan. Konten kedua ("*Kata Allah, Jalan-Jalan Sana!*") mencapai angka yang lebih tinggi: 86.800 *likes*, 696 komentar, 19.900 *repost*, dan 27.100 kali dibagikan. Sementara konten ketiga ("*Banjir dan Gajah*") memperoleh 57.900 *likes*, 123 komentar, 14.900 *repost*, dan 9.643 kali dibagikan. Data ini bukan sekadar angka popularitas; ia adalah bukti empiris dari cara kerja *space of flows* Castells dalam konteks dakwah digital. Setiap tindakan *share* dan *repost* oleh seorang pengguna secara efektif menciptakan simpul (*node*) baru dalam jaringan distribusi pengetahuan agama yang memperluas jangkauan arus informasi keagamaan ke komunitas-komunitas yang sebelumnya tidak terhubung langsung dengan @quranreview.³⁰ mengungkapkan bahwa dalam konteks mediatisasi agama digital, otoritas keagamaan tidak lagi bersifat tunggal dan terpusat, melainkan dinegosiasikan ulang secara terus-menerus melalui jaringan digital sehingga ketika seorang pengguna membagikan konten keagamaan, ia tidak hanya menyebarkan informasi, tetapi sekaligus memberikan *endorsement* sosial yang memperkuat legitimasi pesan tersebut di mata jaringan penerimaannya.

Mekanisme kedua yakni terbentuknya ruang interaksi dan pertukaran pengetahuan kolektif, terlihat paling kaya dalam dinamika kolom komentar. Pada konten pertama, kemunculan pertanyaan seperti "*kak ini bacanya malem jumat atau hari jumatnya?*" atau "*bagaimana dengan akhwat dan perlunya mahram ketika safar?*" adalah penanda penting: ia menunjukkan bahwa konten @quranreview tidak dikonsumsi secara pasif, melainkan mendorong audiens untuk melibatkan diri secara aktif dalam proses klarifikasi dan pendalaman pemahaman keagamaan. Pertanyaan semacam ini mencerminkan apa yang dalam kajian pedagogis disebut sebagai

²⁹ Castells, Manuel.

³⁰ Sehat Ihsan Shadiqin and Shabrun Jamil, "Mediatisasi Sufisme: Otoritas, Komunitas, Dan Autentisitas Tasawuf Di Dunia Maya," *Substantia* 26 (October 2024).

fenomena di mana stimulus pembelajaran yang baik justru memunculkan pertanyaan dari peserta, bukan sekadar penerimaan informasi ³¹. Di ruang komentar Instagram yang secara teknis bukan dirancang sebagai platform pembelajaran formal, terbentuknya dinamika tanya jawab ini justru memperlihatkan bahwa *space of flows* Castells mampu mengakomodasi proses belajar yang organik dan partisipatif yaitu sebuah ruang belajar yang hadir bukan karena desain institusional, melainkan karena konektivitas jaringan dan relevansi konten.

Lebih jauh, kemunculan komentar berupa testimoni pembelajaran seperti “*kok sangat menjawab konflik saat ini ya, sebat-sebat tim quranreview*” dan “*selalu suka sama quranreview dalam menafsirkan sesuatu kejadian apapun*” memperlihatkan dimensi yang lebih dalam dari pembentukan ruang belajar virtual ini, yakni proses di mana audiens secara aktif menghubungkan pengetahuan agama yang diterima dari konten dengan realitas sosial yang sedang mereka hadapi. Ini bukan sekadar respons emosional; ia adalah bukti bahwa proses pembelajaran telah berhasil melampaui batas kognitif (mengetahui sebuah informasi) menuju batas aplikatif (mengaitkan pengetahuan dengan kehidupan nyata). Dalam konteks ini, Al-Banna dan Hilmi menemukan bahwa pola interaksi di kolom komentar @quranreview menunjukkan adanya proses internalisasi nilai yang berlangsung secara kolektif di mana satu komentar yang beresonansi mendorong komentar lain yang mengonfirmasi, memperluas, atau mendiskusikan tema yang sama.³²

Puncak dari dinamika ruang belajar virtual ini tampak pada diskusi antarpengguna yang berlangsung di kolom komentar. Di sini, pengguna tidak lagi hanya berinteraksi dengan konten atau dengan akun @quranreview, melainkan saling berinteraksi satu sama lain: berdebat tentang dalil perbandingan surah Al-Kahfi dan Yasin, mendiskusikan persoalan *political will* dalam konteks bencana banjir, dan saling memberikan referensi keagamaan tambahan. Dinamika ini merepresentasikan apa yang Castells sebut sebagai *networked horizontal communication* komunikasi yang tidak lagi beraliran vertikal dari sumber otoritatif kepada audiens pasif, melainkan bergerak secara horizontal di antara simpul-simpul dalam jaringan yang berkedudukan setara.³³ Fenomena ini memiliki implikasi yang sangat signifikan bagi pemahaman kita tentang otoritas keagamaan di era digital: ketika pengetahuan agama diproduksi secara kolektif dan horizontal dalam kolom komentar sebuah akun Instagram, maka otoritas keagamaan mengalami redistribusi dari lembaga formal ke dalam jaringan sosial digital, sebuah proses yang oleh Istiqomah *et al.*

³¹ Izzuthoriquel Haq and Muhammad Labib Syauqi, “DIGITAL NATIVE CHARACTER IN SOCIAL MEDIA INTERPRETATION: A STUDY ON INSTAGRAM ACCOUNTS, @QURANREVIEW,” *Al-A'raf: Jurnal Pemikiran Islam Dan Filsafat* 18, no. 1 (2021): 47–68, <https://doi.org/10.22515/ajpif.v18i1.3491>.

³² Al-Banna, Muhammad Rifat, and Moch. Ihsan Hilmi. “Analisis Atas Respon Netizen Pada Postingan Akun @Quranreview Di Instagram.” *Jurnal Iman Dan Spiritualitas* 2, no. 1 (2022)

³³ Castells, Manuel. *The Rise of the Network Society*. Blackwell Publishing Ltd, 2010

diidentifikasi sebagai salah satu karakteristik paling mendasar dari transformasi keislaman di era informasi.

Pola distribusi informasi digital yang teridentifikasi dari ketiga konten ini memperlihatkan sebuah arsitektur jaringan yang berlapis. Lapisan pertama adalah distribusi *primer* yaitu @quranreview sebagai simpul produser yang mempublikasikan konten kepada seluruh pengikutnya. Lapisan kedua adalah distribusi *sekunder* yaitu pengikut yang membagikan (*share*) dan *repost* konten ke jaringan sosial pribadi mereka, sehingga pesan agama menjangkau audiens yang tidak mengikuti @quranreview secara langsung. Lapisan ketiga adalah distribusi *tersier* yakni interaksi dan diskusi di kolom komentar yang menciptakan konten baru (pertanyaan, jawaban, referensi tambahan) yang kemudian mendapat notifikasi dan menjangkau pengguna lain yang terlibat dalam diskusi yang sama.³⁴ Ketiga lapisan distribusi ini bekerja secara simultan dan saling memperkuat, membentuk ekosistem arus informasi yang jauh lebih kompleks dan menjangkau dari yang bisa dilakukan oleh institusi dakwah konvensional mana pun. Richtig & Saifullah mencatat bahwa inilah yang membedakan @quranreview sebagai *Quranic Start Up* yakni kemampuannya untuk memanfaatkan logika jaringan digital bukan hanya sebagai alat distribusi, tetapi sebagai infrastruktur pembangunan komunitas belajar agama yang berkelanjutan.³⁵

Relasi jaringan komunikasi yang terbentuk melalui ketiga konten ini secara keseluruhan memperlihatkan rekonfigurasi fundamental dalam cara ruang dakwah kontemporer bekerja. Instagram sebagai platform bukan sekadar menjadi medium yang mempertemukan pendakwah dengan audiens namun ia berfungsi sebagai *space of flows* yang aktif membentuk, mengarahkan, dan memperkuat relasi-relasi jaringan komunikasi di antara para aktor yang terlibat dari pengelola akun, hingga pengikut aktif, hingga pengguna baru yang menjumpai konten melalui mekanisme *share* jaringan pertemanannya. Dalam jaringan ini, setiap aktor tidak hanya berposisi sebagai konsumen pengetahuan agama, tetapi secara potensial juga berposisi sebagai distributor, komentar pengguna yang menghasilkan pengetahuan baru, dan simpul yang memperluas jangkauan arus informasi. Konfigurasi relasional semacam ini, dalam pandangan Hjarvard, adalah inti dari proses mediatisasi agama kontemporer, agama tidak hanya *menggunakan* media sebagai alat, melainkan *dibentuk kembali* oleh logika dan relasi yang dihasilkan oleh ekosistem media digital itu sendiri.³⁶ Dengan demikian, @quranreview sebagai ruang dakwah kontemporer

³⁴ Axel Bruns, *Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond: From Production to Produsage* (New York: Peter Lang, 2008), 99–121.

³⁵ Clay Shirky, *Here Comes Everybody: The Power of Organizing without Organizations* (New York: Penguin Press, 2008), 20–48.

³⁶ Hjarvard, Stig. "Mediatization and the Changing Authority of Religion." *Media, Culture & Society* 38, no. 1 (2016)

adalah lebih dari sebuah akun Instagram, ia adalah ekspresi dari cara baru agama beroperasi, belajar, dan bereproduksi dalam masyarakat jaringan.

Berdasarkan analisis terhadap kedua fokus persoalan di atas, penelitian ini menemukan bahwa distribusi pengetahuan agama pada akun @quranreview bekerja melalui dua proses yang saling berkaitan erat. Pertama, pengetahuan agama mengalami transformasi menjadi produk informasi digital yang dirancang secara sadar untuk bergerak efektif dalam arus jaringan Instagram melalui strategi naratif yang dialogis, desain visual yang minimalis, dan mekanisme distribusi yang mendorong *shareability*. Kedua, arus distribusi konten tersebut secara organik membangun sebuah *space of flows* yang berfungsi sebagai ruang belajar agama virtual sebuah ruang yang tidak dibatasi oleh dinding majelis atau jadwal pelajaran, melainkan terus mengalir dan memperluas diri melalui konektivitas jaringan pengguna Instagram. Dalam teori Castells, kedua proses ini adalah dua sisi dari satu koin yang sama, yang pertama adalah kerja *programmer* (mengemas dan memprogram arus informasi), dan yang kedua adalah hasil dari *networked communication* (terbentuknya ruang sosial baru melalui konektivitas jaringan). Temuan ini berkontribusi pada pendalaman pemahaman kita tentang cara pengetahuan agama bertransformasi, bergerak, dan bereproduksi dalam era masyarakat jaringan, sebuah dinamika yang memiliki implikasi mendalam bagi studi komunikasi Islam digital di Indonesia.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa proses distribusi pengetahuan agama pada akun Instagram @quranreview berlangsung melalui dua mekanisme yang saling terhubung. Pertama, terjadi transformasi pesan-pesan keagamaan menjadi produk informasi digital yang dirancang agar mudah bergerak dan tersebar dalam jaringan media sosial. Kedua, terbentuk ruang pembelajaran agama virtual yang lahir dari interaksi horizontal antarpengguna di ruang digital. Dalam perspektif *Network Society* yang dikemukakan Manuel Castells, posisi @quranreview tidak hanya dapat dipahami sebagai pendakwah digital semata, tetapi juga sebagai *programmer* jaringan yang memiliki peran dalam menentukan jenis konten yang dialirkan, pola pengemasan pesan yang digunakan, serta arah distribusi pengetahuan agama kepada audiensnya.

Temuan tersebut memberikan pemahaman kritis bahwa otoritas keagamaan di era digital tidak lagi sepenuhnya bertumpu pada kedalaman sanad dan legitimasi keilmuan tradisional. Otoritas kini juga dibentuk oleh kemampuan menciptakan kedekatan emosional serta relevansi sosial dengan audiens muda di media digital. Kondisi ini membawa implikasi yang cukup konkret dalam berbagai bidang. Pada level kebijakan, pendekatan terhadap media keagamaan digital tidak

cukup hanya berfokus pada pengawasan konten, melainkan perlu diarahkan pada pemahaman mengenai logika jaringan distribusi informasi. Dalam bidang pendidikan, kurikulum Pendidikan Agama Islam menjadi semakin penting untuk mengintegrasikan literasi media keislaman sebagai kompetensi lintas disiplin. Sementara itu, lembaga dakwah juga dituntut untuk menyesuaikan strategi komunikasinya, bukan sekadar hadir di media sosial, tetapi mampu mengelola ekosistem jaringan yang dapat membangun komunitas pembelajaran agama secara berkelanjutan.

Meskipun demikian, penelitian ini tetap memiliki sejumlah keterbatasan yang perlu diperhatikan. Analisis yang dilakukan masih terbatas pada tiga konten dari satu akun media sosial, sehingga belum mampu merepresentasikan keseluruhan dinamika distribusi pengetahuan agama digital secara lebih luas. Selain itu, penelitian ini belum melibatkan perspektif langsung dari pengelola akun maupun para pengikutnya, sehingga pengalaman subjektif para aktor di dalam jaringan belum tergambarkan secara mendalam. Di sisi lain, penggunaan teori makro Manuel Castells juga memiliki keterbatasan dalam menjelaskan dimensi mikro yang berkaitan dengan pengalaman personal dan pemaknaan individu terhadap konten agama digital.

Berdasarkan keterbatasan tersebut, penelitian lanjutan menjadi penting untuk dilakukan. Kajian berikutnya dapat diarahkan pada wawancara mendalam dengan produsen konten dakwah digital, studi resepsi terhadap para pengikut, analisis komparatif antarnegara muslim, hingga penelitian mengenai pengaruh konsumsi konten agama digital terhadap kesehatan mental generasi muda. Berbagai persoalan tersebut akan tetap relevan selama perkembangan teknologi digital terus memengaruhi cara manusia memahami agama, mencari makna hidup, dan membangun pengalaman keberagamaan dalam kehidupan sehari-hari.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Banna, Muhammad Rifat, and Moch. Ihsan Hilmi. "Analisis Atas Respon Netizen Pada Postingan Akun @Quranreview Di Instagram." *Jurnal Iman Dan Spiritualitas* 2, no. 1 (2022): 17–24. <https://doi.org/10.15575/jis.v2i1.15770>.
- Andreas M. Kaplan and Michael Haenlein, "Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media," *Business Horizons* 53, no. 1 (2010): 59–68.
- Azkie, Ulfa, Hasan Basri M. Nur, and Zainuddin T. "Studi Netnografi Akun Instagram @Quranreview Dalam Menyampaikan Dakwah Kepada Gen Z." *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting* 5 (July 2025).
- Axel Bruns, *Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond: From Production to Produsage* (New York: Peter Lang, 2008), 99–121.
- Castells, Manuel. "The Network Society Revisited." *American Behavioral Scientist* 67, no. 7 (2023): 940–46. <https://doi.org/10.1177/00027642221092803>.
- Castells, Manuel. *The Rise of the Network Society*. Blackwell Publishing Ltd, 2010.
- Clay Shirky, *Here Comes Everybody: The Power of Organizing without Organizations* (New York: Penguin Press, 2008), 20–48.
- Haq, Izzuthoriquel, and Muhammad Labib Syauqi. "DIGITAL NATIVE CHARACTER IN SOCIAL MEDIA INTERPRETATION: A STUDY ON INSTAGRAM ACCOUNTS, @QURANREVIEW." *Al-A'raf: Jurnal Pemikiran Islam Dan Filsafat* 18, no. 1 (2021): 47–68. <https://doi.org/10.22515/ajpif.v18i1.3491>.
- Henry Jenkins, Sam Ford, and Joshua Green, *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture* (New York: New York University Press, 2013), 1–30.
- Hjarvard, Stig. "Mediatization and the Changing Authority of Religion." *Media, Culture & Society* 38, no. 1 (2016): 8–17. <https://doi.org/10.1177/0163443715615412>.
- Istiqomah, Dina, Muhammad Rusidi, and Opi Yensi. "Tafsir Digital: Antara Adaptasi Dan Krisis Otoritas Keagamaan." *Lathaif: Literasi Tafsir, Hadis Dan Filologi* 4, no. 1 (2025): 41. <https://doi.org/10.31958/lathaif.v4i1.15416>.
- José van Dijck, Thomas Poell, and Martijn de Waal, *The Platform Society: Public Values in a Connective World* (New York: Oxford University Press, 2018), 11–34.
- Krippendorff, Klaus. *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. SAGE Publications, Inc., 2019. <https://doi.org/10.4135/9781071878781>.
- Miles, M. B., A. M. Huberman, and J. Saldana. *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. 3rd ed. Sage Publications, 2014.

- Moleong, L. J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya., 2021.
- Muhafizah. “EPISTEMOLOGI PENAFSIRAN DI MEDIA SOSIAL (Studi Analisis Akun Instagram @quranreview).” Masters thesis, UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA, 2022.
- Richtig, Iqomah, and Muhammad Saifullah. “‘Quranreview’: Interaksi Anak Muda Muslim Dengan Al-Quran Di Era Digital.” *SUHUF* 15, no. 2 (2023). <https://doi.org/10.22548/shf.v15i2.765>.
- Saudah, Siti, Moch. Hasyim Fanirin, and Ali Aminulloh. “ANALISIS PENGARUH AKUN INSTAGRAM @QURANREVIEW TERHADAP MINAT FOLLOWERSNYA BELAJAR BAHASA ARAB.” *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran* 6 (2023).
- Saumantri, Theguh. “Hyper Religiusitas Di Era Digital: Analisis Paradigma Postmodernisme Jean Baudrillard Terhadap Fenomena Keberagamaan Di Media Sosial.” *Al-Mutharahab: Jurnal Penelitian Dan Kajian Sosial Keagamaan* 20, no. 1 (2023): 107–23. <https://doi.org/10.46781/al-mutharahab.v20i1.646>.
- Shadiqin, Sehat Ihsan, and Shabrun Jamil. “Mediatisasi Sufisme: Otoritas, Komunitas, Dan Autentisitas Tasawuf Di Dunia Maya.” *Substantia* 26 (October 2024).
- Sugiyono. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. 19th ed. Penerbit Alfabeta, 2013.
- Taufikurrahman, and Endang Setyowati. “Sistem Komunikasi Dakwah Di Era Digital Melalui Instagram, Tiktok, Youtube.” *Al-Mada : Jurnal Sosial, Budaya Dan Agama* 7 (May 2024).
- We Are Social & Meltwater. “Digital 2024: Indonesia.” *DataReportal*, 2024. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>.