

**Belajar Al-Quran Kapan Saja, Dimana Saja:
Kampanye Platform QuranCall PPPA Darul Quran melalui Instagram
@qurancall**

Moch Fakhruroji

Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati, Bandung
moch.fakhruroji@uinsgd.ac.id

Abstract

In the era of the internet and social media, reading the Quran is no longer a specific activity that must be bound by a certain time and place. This article describes the Instagram-based campaign efforts carried out by PPPA Darul Quran as a pesantren that focuses on the study of the Quran. Using the virtual ethnography method, this research shows how the @qurancall account has become a strategic campaign media aimed at the increasingly literate social media community. In general, the contents of @qurancall not only promote learning and memorizing the Quran anytime and anywhere, but also there are some messages of wisdom that can inspire its followers. Furthermore, this account also has a pragmatic function as a channel to promote PPPA Darul Quran as an institution for studying the Quran in Indonesia.

Keywords: *Tahfidz Al-Quran, PPPA Darul Quran, social media, Instagram @qurancall*

Abstrak

Di era kedigdayaan internet dan media sosial, aktivitas membaca Al-Quran tidak lagi menjadi aktivitas spesifik yang harus terikat waktu dan tempat tertentu. Artikel ini mendeskripsikan tentang upaya kampanye berbasis media sosial Instagram yang dilakukan oleh PPPA Darul Quran sebagai pesantren yang berfokus pada kajian Al-Quran. Dengan menggunakan metode etnografi virtual, penelitian ini menunjukkan bagaimana akun @qurancall telah menjadi media kampanye strategis yang memang ditujukan pada masyarakat semakin melek media sosial. Secara umum, konten dalam @qurancall tidak hanya mempromosikan untuk belajar dan menghafal Al-Quran kapan saja dan dimana saja, tetapi juga terdapat beberapa pesan-pesan hikmah yang dapat menginspirasi para *follower*-nya. Lebih jauh, akun ini juga memiliki fungsi pragmatis sebagai salah satu saluran untuk mempromosikan PPPA Darul Quran sebagai institusi kajian Al-Quran di Indonesia.

Kata kunci: Tahfidz Al-Quran, PPPA Darul Quran, media sosial, Instagram @qurancall

Pendahuluan

Bagi umat Islam, membaca dan menghafal Al-Quran bukan saja gaya hidup tetapi juga merupakan salah satu ibadah yang utama. Hal ini kemudian berimplikasi pada keyakinan bahwa mempelajari Al-Quran merupakan kewajiban yang melekat pada diri setiap Muslim. Seiring perkembangannya, aktivitas menghafal Al-Quran telah menjadi tren baru setidaknya dalam satu dekade terakhir (Hayati et al., 2018; Hidayah, 2016). Hal ini ditandai dengan bermunculannya lembaga-lembaga pendidikan baik formal maupun informal seperti pesantren yang memfokuskan pada upaya menghasilkan para penghafal (*hafidz*) Al-Quran.

Dari sekian banyak lembaga yang dimaksud, salah satu lembaga yang memiliki perhatian terhadap pembinaan kader-kader penghafal Al-Quran adalah PPPA Darul Quran yang digagas oleh Ustadz Yusuf Mansur sejak 2003 yang pada awalnya dimuali dari sebuah sudut sempit Musholla Bulak Santri yang bersebelahan dengan makam desa. Dari tempat ini, Yusuf Mansur memulai Program Pembibitan Penghafal Al-Quran (PPPA) Daarul Quran yang data itu dimulai dengan mengasuh beberapa santri *tahfidz* yang kemudian berkembang hingga ribuan santri yang saat ini telah tersebar di seluruh Indonesia.

Gagasan Yusuf Mansur ini semakin meluas dan masyarakat makin menyadari pentingnya untuk melahirkan para penghafal Al-Quran sehingga mulai muncul gagasan untuk mendirikan institusi yang kuat dan dikelola secara profesional dan dapat menaungi seluruh aktivitas tersebut. Empat tahun kemudian, tepatnya pada 29 Maret 2007, PPPA Daarul Quran sebagai institusi secara resmi diperkenalkan kepada publik yang diumumkan di Balai Sarbini, Jakarta dan dikukuhkan melalui Akta Notaris dua bulan kemudian yakni pada 11 Mei 2007.

Salah satu program unggulan PPPA Darul Quran adalah dengan membangun gerakan Rumah Tahfidz yang bertempat di dalam dan luar negeri. Tidak hanya itu, PPPA Darul Quran juga aktif dalam menjalankan

program dakwah dan sosial serta terlibat dalam pembangunan kemandirian dan pengembangan masyarakat berbasis tahfidz Quran. Beberapa programnya antara lain; pemberian bantuan beasiswa, kemanusiaan, kesehatan, dan pengembangan masyarakat. PPPA ini juga memiliki beberapa unit usaha pengelolaan sedekah yang sekaligus menjadi *trademark* Yusuf Mansur sebagai seorang pendakwah.

Diantara salah satu produk layanan terkait upaya pengkaderan penghafal Al-Quran adalah dengan membuat platform pembelajaran Al-Quran secara online berbasis website yang dinamakan *QuranCall*. Hal ini merupakan salah satu langkah strategis yang dilakukan oleh PPPA Darul Quran untuk menyahuti perkembangan zaman yang memang telah memasuki era digital. Semakin maraknya penggunaan internet dalam kehidupan sehari-hari, termasuk kegiatan-kegiatan yang bernuansa agama, membuat para pelaku dan lembaga keagamaan semacam pesantren untuk melakukan tindakan-tindakan strategis.

Secara praktis, *QuranCall* merupakan sebuah platform berbasis website yang mempertemukan pengajar dengan santri untuk belajar Al-Quran secara online dengan menggunakan panduan kurikulum yang telah disediakan oleh pihak PPPA Darul Quran sebagai fasilitator. Platform *QuranCall* dibentuk dengan tujuan untuk membangun komunitas para pembelajar dan pecinta Al-Quran yang kelak menjadi pribadi muslim yang memiliki kebiasaan membaca Al-Quran dengan baik dan benar namun dilakukan dalam konteks dimediasi oleh internet.

Dalam beberapa tahun terakhir, berbagai platform internet telah benar-benar menjadi bagian dari kehidupan sosial-kebudayaan masyarakat. Terlebih di era pandemi COVID-19 yang mewabah sejak akhir Desember 2019 silam yang kemudian memaksa sebagian besar masyarakat untuk melakukan aktivitas sehari-hari melalui internet. Namun demikian, platform QuranCall telah berjalan bahkan jauh sebelum pandemi global ini sehingga platform QuranCall sesungguhnya merupakan salah satu bentuk kesadaran mereka yang memiliki

perhatian terhadap praktik agama dalam konteks budaya yang semakin sarat media. Sejalan dengan perkembangan platform internet, QuranCall juga kemudian menggunakan sejumlah platform media sosial untuk menunjang berbagai macam program yang disajikannya.

Namun demikian perlu disadari pula bahwa dalam konteks Indonesia, mereka yang mengakses internet secara regular adalah mereka yang relatif tinggal di wilayah perkotaan sehingga persoalan yang berhubungan dengan internet di Indonesia pada umumnya terkait dengan isu *digital divide* atau keterbatasan akses digital yang disebabkan oleh faktor geografis, infrastruktur maupun ekonomi. Puskakom UI pada 2015 mencatat bahwa pengguna internet di Indonesia lebih banyak di wilayah barat pula pulau Jawa dan sebanyak 83 persen pengguna internet tinggal di wilayah perkotaan (Purbo, 2017).

Oleh sebab itu, akses internet sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari dalam konteks Indonesia pada dasarnya merujuk pada mereka yang tinggal di wilayah perkotaan (Jurriëns & Tapsell, 2017). Karena telah menjadi bagian dari kebiasaan sehari-hari, internet telah dimanfaatkan sebagai ruang untuk mempelajari berbagai jenis pengetahuan, termasuk pengetahuan agama sehingga mempelajari agama di internet dan media sosial bukan hanya menggambarkan fenomena maraknya konsumsi pesan-pesan agama, tetapi juga sekaligus mengindikasikan semakin meningkatkan kesadaran para penyeru agama untuk memanfaatkan internet bagi kepentingan agama (Cloete, 2016; Fakhruroji, 2015b, 2019a, 2019b; Solahudin & Fakhruroji, 2020).

Kesadaran ini berkorespondensi dengan situasi dan kondisi sasaran aktivitas-aktivitas agama itu sendiri yang memang telah terlibat dalam budaya media yang dijelaskan oleh Kellner (2010) sebagai budaya yang dilahirkan oleh teknologi tinggi dan telah berimplikasi pada pola pikir dan perilaku kita dalam kehidupan sehari-hari. Kondisi ini terlihat dari karakteristik digital natives yang dijelaskan Prensky (2001) sebagai kelompok masyarakat tumbuh dalam lingkungan yang sarat teknologi digital. Dalam lingkungan digital semacam ini,

tidak jarang mereka juga mengekspresikan agama dengan menggunakan platform-platform digital.

Dalam menjelaskan fenomena ini, para ahli menggunakan istilah yang berbeda-beda. Beberapa menyebutnya dengan istilah *cyber-religion*, *digital religion*, *online religion* atau *religion online* (lihat misalnya, Brasher, 2001; Cloete, 2016; Dawson & Cowan, 2004; Helland, 2005). Meskipun terdapat perbedaan pendapat satu sama lain, namun pada umumnya mereka sepakat bahwa wacana dan praktik keagamaan di internet lebih merujuk pada bagaimana agama diartikulasikan secara online. Namun Campbell (2013) memberikan pandangan yang lebih komprehensif karena menurutnya digital religion tidak sekadar merujuk pada artikulasi agama secara online, tetapi juga berhubungan dengan bagaimana media dan ruang digital membentuk dan dibentuk oleh praktik agama.

Pandangan Campbell lebih mengesankan adanya bagaimana internet turut berkontribusi pada praktik agama dalam konteks digital. Keberadaan internet—dan media dalam konteks yang lebih umum—dan kaitannya dengan agama memang telah lama menjadi isu penting di kalangan ilmuwan dan agamawan (Hoover, 2006; O’Leary, 1996). Sejumlah kajian menunjukkan bahwa internet telah memberikan peluang sekaligus ancaman bagi kehidupan keagamaan (Chiluwa, 2012; Golan & Stadler, 2016). Golan & Stadler (2016) mengungkap fakta bahwa sebagian pemuka agama Yahudi Ortodoks menganggap internet sebagai penyakit modernitas yang dapat merusak komunitas sementara sebagian lainnya justru memperlihatkan sikap apresiatif. Demikian pula, Chiluwa (2012) yang melakukan penelitian terhadap umat Kristen di Nigeria mengajukan fakta bahwa penggunaan internet telah memunculkan fenomena *‘Internet church’* dan mengindikasikan adanya kekhawatiran bahwa pola peribadatan secara online dapat menjadi ancaman bagi sistem peribadatan secara offline dalam konteks tradisional.

Dalam konteks Indonesia dengan mayoritas Muslim, berbagai kajian tentang internet dalam konteks kehidupan keagamaan pada umumnya menggambarkan tentang antusiasme terhadap internet sebagai teknologi baru dan perubahan yang menyertainya (Barendregt, 2009; Fakhruroji, 2015b, 2019a, 2019b; Husein & Slama, 2018; Nisa, 2018a; Rahman, 2015; Slama, 2017; Solahudin & Fakhruroji, 2020). Antusiasme ini digambarkan melalui berbagai bentuk partisipasi virtual (Fakhruroji, 2019a; Nisa, 2018a); bergabung dalam komunitas-komunitas agama di media sosial, berbagi konten Islami, berpartisipasi dalam grup-grup instant messaging seperti *WhatsApp*, dan konteks virtual lainnya yang secara keseluruhan merupakan gambaran antusiasme menyambut kehadiran internet dalam kehidupan keagamaan (Husein & Slama, 2018; Nisa, 2018b). Pada saat yang sama, fenomena ini bersesuaian dengan meningkatnya ketersediaan informasi dan layanan keagamaan Islam di berbagai platform internet.

Secara spesifik, beberapa kajian terkait pembelajaran dan praktik hafalan Al-Quran dalam kaitannya dengan internet juga telah muncul. Dengan memfokuskan pada variabel prestasi hafalan Al-Quran yang dikaitkan dengan durasi dan frekuensi mengakses internet, Dhahir (2018) menemukan bahwa prestasi hafalan Al-Quran memperlihatkan hasil yang lebih baik jika santri tidak diperkenankan atau dibatasi untuk mengakses internet. Penelitian yang hampir serupa juga dilakukan oleh Zahro (2016) yang mengukur intensitas penggunaan gawai dan hubungannya dengan kedisiplinan dalam menghafal Al-Quran.

Berbeda dengan kedua penelitian di atas, tulisan ini justru berargumen bahwa internet dan media sosial telah berperan penting dalam menciptakan budaya membaca dan menghafal Al-Quran melalui platform QuranCall. Dengan menjadikan Instagram @qurancall sebagai fokus kajian, tulisan ini mengungkap bahwa media sosial dapat berguna dalam melakukan sosialisasi PPPA Darul Quran sebagai lembaga kajian Al-Quran. Oleh sebab itu, tulisan ini akan diarahkan pada upaya untuk menguraikan bagaimana media sosial digunakan

sebagai medium kampanye belajar dan menghafal Al-Quran dengan melihat berbagai postingan di akun @qurancall yang dikaitkan dengan berbagai konteks yang berbeda-beda.

Metode

Metode yang digunakan dalam tulisan ini adalah etnografi virtual yang diperkenalkan oleh Christine Hine (2000). Dalam konteks konvensional, seorang peneliti etnografi diwajibkan untuk terlibat secara langsung dengan lokasi dan objek penelitian dan bergaul dengan subjek penelitian untuk memahami konteks secara lebih mendalam (Fakhruroji & Muchtar, 2018). Seiring dengan kemampuan internet yang semakin mampun membangun konteks interaksi yang spesifik, maka penelitian tentang konteks interaksi spesifik yang terjadi secara virtual dapat dikaji dengan menggunakan etnografi virtual. Oleh sebab itu objek penelitian etnografi virtual bukan pada lokasi akan tetapi pada topik-topik dan interaksi virtual yang muncul di internet.

Secara praktis, Hine (2000) menguraikan empat level analisis untuk melakukan penelitian etnografi virtual, yakni; ruang media, dokumen media, objek media dan pengalaman pengguna. Meskipun demikian, penelitian ini membatasi fokus pada level ruang media and dan dokumen media yang muncul dalam akun instagram @qurancall. Level analisis ruang media dilihat dari konteks yang diciptakan oleh akun instagram @qurancall seperti pola dan tampilan teknis yang tersaji dalam akun tersebut yang secara umum mengungkapkan identitas akun ini yang dalam perspektif etnografi virtual dipandang sebagai artefak. Sementara itu level analisis dokumen media diarahkan pada realitas-realitas yang muncul dalam bentuk teks media yang mencakup tulisan, gambar dan video dari seluruh postingan pada akun instagram @qurancall sebagai representasi dari gagasan-gagasan dan yang disosialisasikan oleh akun ini.

Hasil dan Pembahasan

QuranCall adalah salah satu layanan yang disediakan oleh PPPA Darul Quran yang bertujuan untuk mempertemukan antara pengajar dengan santri untuk belajar Al-Quran secara online melalui website yang beralamat di www.qurancall.id. QuranCall bertujuan untuk membangun komunitas para pembelajar dan pecinta Al-Quran serta membentuk pribadi muslim yang memiliki kebiasaan membaca Al-Quran dengan benar berdasarkan aturan-aturan mendasar seperti *makbraj* dan *tajwid*. QuranCall mengklaim sebagai platform pembelajaran Al-Quran melalui media aplikasi web video call 2 kali seminggu dengan kurikulum tertentu dan mempertemukan siapapun yang ingin belajar Al-Quran dengan guru-guru Quran terbaik se-Indonesia. Hingga Oktober 2020, terhitung total santri yang terdaftar dalam platform ini sebanyak 24.966 santri dan sebanyak 2.158 pengajar.

Tidak hanya berbasis website, QuranCall juga telah hadir dalam bentuk aplikasi Android yang dapat diunduh secara gratis sehingga lebih memudahkan untuk diakses melalui smartphone yang merupakan salah satu perangkat telekomunikasi populer. Meskipun bukan satu-satunya aplikasi belajar Al-Quran, namun QuranCall memiliki beberapa keistimewaan tersendiri baik secara teknis maupun secara institusional. Secara teknis, mekanisme pembelajaran Al-Quran dibuat sesederhana mungkin. Setelah melakukan pendaftaran, setiap santri akan diarahkan untuk mengikuti beberapa tahapan belajar yang tentu saja dibimbing oleh pengajar tertentu. Sementara itu secara institusional, keistimewaan QuranCall terletak pada lembaga yang menaunginya adalah lembaga dengan reputasi yang sangat baik, yakni PPPA Darul Quran, sebuah lembaga yang memang menaruh perhatian untuk melakukan pembinaan dan pembibitan penghawal Al-Quran.

Deskripsi tentang subjek yang mengoperasikan platform ini menjadi penting karena salah satu perdebatan yang seringkali mengemuka terkait konteks keagamaan di internet adalah pada aspek otoritas keagamaan (Fakhruroji, 2015a;

Solahudin & Fakhruroji, 2020). Oleh sebab itu, PPPA Darul Quran dipandang sebagai insitusi yang otoritatif mengingat reputasi yang dimilikinya dalam pembinaan para santri penghafal Al-Quran. Meskipun platform QuranCall dan PPPA Darul Quran memiliki reputasi yang baik dan cukup populer, namun hal ini tidak menyurutkan mereka untuk tetap melakukan sosialisasi secara lebih luas lagi. Hal ini kemudian diimplementasikan dengan menggunakan media sosial untuk memperluas jangkauan para (calon) pengguna platform ini.

Analisis Ruang Media dalam Instagram @qurancall

Sebagaimana telah dipaparkan sebelumnya bahwa akun instagram @qurancall merupakan perpanjangan tangan dari platform QuranCall yang dikelola oleh PPPA Darul Quran. Berbeda dengan platform itu sendiri, akun @qurancall lebih banyak berfungsi sebagai media yang bertujuan untuk melakukan sosialisasi dan kampanye atas layanan belajar dan menghafal Al-Quran berbasis website dan aplikasi di smartphone. Sebagai media sosial, Instagram memiliki karakteristik yang ringkas dan lugas dalam menyampaikan informasi baik dalam bentuk gambar maupun video pendek sehingga mudah digunakan.

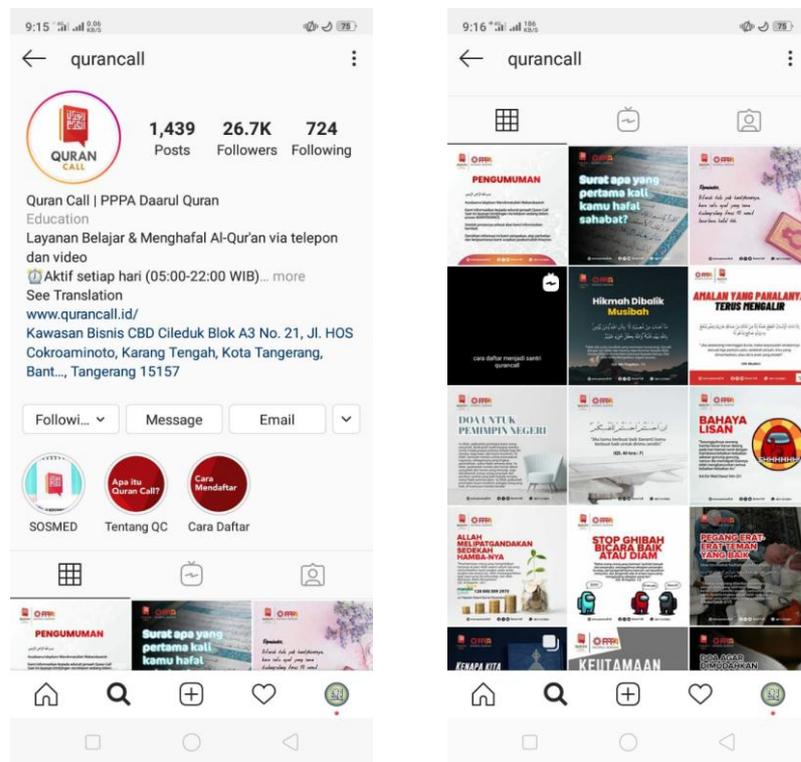
Bagian ini akan mengemukakan pembahasan akun instagram sebagai ruang media, yakni sebuah ruang potensial yang muncul karena teknologi jejaring internet yang lebih dikenal dengan istilah *cyberspace*. Secara teoretik, hal ini sebagaimana disampaikan oleh Deuze bahwa kita hari ini telah mencapai situasi dimana kita hidup “di dalam” bukan lagi “dengan” media karena media tidak lagi dipandang sebagai sesuatu yang terpisah dari kehidupan sehari-hari dan semakin tak terlihat karena hadir di mana-mana. Hal ini muncul khususnya dalam konteks teknologi *mobile communication* (smartphone dan semacamnya) dimana kita melihat sifat *anytime anyplace connectivity* sebagai sesuatu yang lumrah (dalam Ling, 2012).

Konteks komunikasi yang dilakukan dalam konteks *mobile communication* telah mengubah cara orang-orang dalam berinteraksi karena mereka tidak lagi

terikat dengan ruang dan waktu. Untuk menciptakan interaksi tersebut, internet kemudian menciptakan ruang tersendiri dimana orang-orang dapat berinteraksi kapan saja dan dimana saja. Dengan demikian, ruang yang dijelaskan dalam interaksi semacam ini adalah ruang yang terbentuk dalam jejaring namun memiliki fungsi dan konsekuensi yang sama dengan konteks interaksi secara fisik.

Demikian juga dalam instagram @qurancall yang merepresentasikan QuranCall sebagai salah satu program rintisan PPPA Darul Quran. Apa yang tersaji dalam instagram @qurancall menjadi gambaran tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan platform QuranCall. Meski akun tersebut menyajikan berbagai macam informasi yang berbeda-beda, namun memiliki tujuan yang sama yakni sebagai alat untuk mempromosikan platform dan program QuranCall.

Secara eksplisit dari infrastrukturnya, akun instagram @qurancall memperlihatkan bahwa ia merupakan representasi dari layanan QuranCall yang memang telah berkembang sebelumnya berbasis website. Pada Gambar 1 dapat dilihat dua gambar dimana yang sebelah kiri merupakan halaman profil dari akun @qurancall sementara yang sebelah kanan memperlihatkan galeri dari beberapa postingan paling baru. Pada gambar di sebelah kiri dapat dilihat bahwa akun ini menggunakan logo resmi QuranCall sebagai foto profil akun ini disertai deskripsi ringkas yang mengungkapkan identitas akun ini. Sedangkan pada gambar di sebelah kanan memperlihatkan beberapa postingan dengan berbagai macam tema yang berbeda-beda.



Gambar 1.

Tampilan Profil Instagram @qurancall, diakses 15 Oktober 2020

Gambar di atas memperlihatkan deskripsi singkat dan jelas tentang identitas akun ini sebagai media yang menghubungkan sekaligus mengarahkan pengguna pada informasi inti, yakni tentang platform QuranCall. Dengan jelas, ia menampilkan informasi bahwa akun ini merupakan media sosial resmi dari platform QuranCall PPPA Darul Quran dan dikategorikan sebagai informasi dengan kategori pendidikan. Akun ini juga menampilkan jargon QuranCall yakni “*layanan belajar dan menghafal Al-Quran via telepon dan video*” sebagaimana pula tertuang dalam tujuan platform QuranCall. Tidak hanya itu, akun ini juga menyertakan informasi jam kerja dan alamat lengkap yang dapat dikonfirmasi oleh para pengguna.

Hingga 15 Oktober 2020, akun ini memiliki jumlah total postingan sebanyak 1.439 postingan dengan jumlah *follower* yang signifikan yakni sebanyak 26.7 ribu *follower* yang secara teknis bahwa setiap informasi yang disajikan dalam akun ini diakses oleh sejumlah angka tersebut. Akun ini juga memuat alamat

website dimana platform QuranCall memberikan layanannya. Pada halaman profil ini juga terdapat tiga kategori *story* yang selalu muncul ketika akun ini diakses. Tiga kategori yang dimaksud adalah “SOSMED”, “Tentang QC”, dan “Cara Daftar.”

Kategori “SOSMED” memuat tentang beberapa alternatif kontak langsung yang dapat dilakukan oleh pengguna melalui media sosial lain. Sementara itu, kategori “Tentang QC” adalah informasi terkait profil QuranCall dalam bentuk video pendek dan kategori “Cara Daftar” berisi panduan yang dapat diikuti oleh setiap pengguna yang berkeinginan untuk bergabung dengan platform QuranCall, baik sebagai santri maupun sebagai pengajar. Tiga kategori ini seolah mengesankan bahwa akun @qurancall adalah semacam garda depan yang menyambut pengguna internet untuk diarahkan pada layanan platform QuranCall yang berbasis website atau aplikasi smartphone.

Melalui berbagai unsur visual dan konten yang diperlihatkan pada tampilan profil akun @qurancall dapat dipahami bahwa akun ini merupakan tempat dimana Platform QuranCall melakukan sosialisasi dan interaksi secara virtual kepada para pengguna internet. Hal ini tidak hanya dilihat nama dan deskripsi, tetapi juga dari seluruh postingan yang terdapat dalam akun ini. Dengan kata lain level ruang media dalam konteks akun @qurancall dapat diidentifikasi melalui berbagai elemen postingan mereka yang menjadi identitas sebagai bagian tidak terpisahkan dari platform QuranCall PPPA Darul Quran.

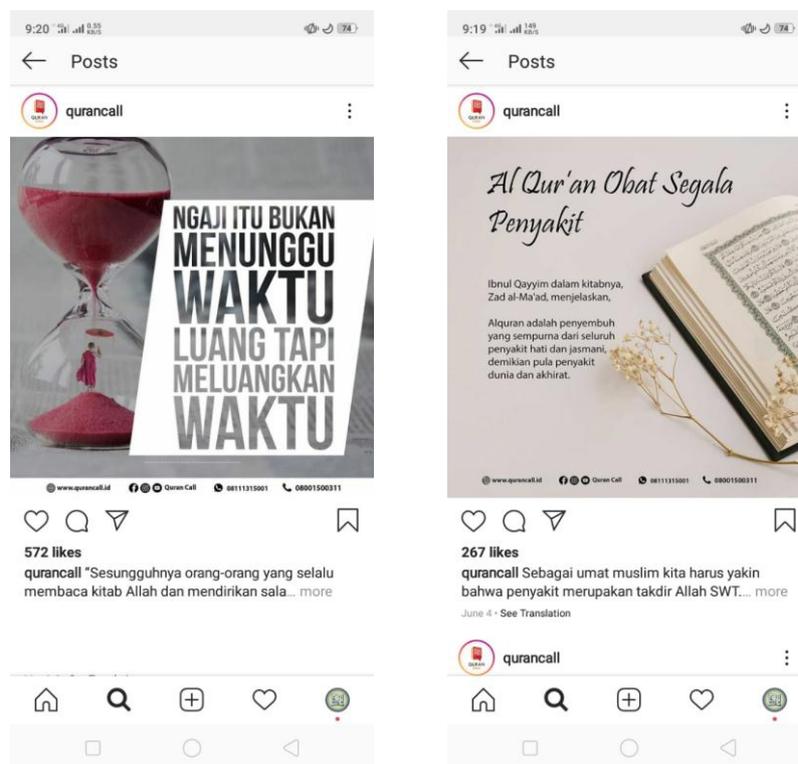
Analisis Dokumen Media dalam Instagram @qurancall

Sebagaimana telah disebutkan sebelumnya bahwa Instagram merupakan salah satu platform media sosial yang paling ringkas karena berbasis pada visual dan audio-visual sehingga penggunaannya lebih mudah. Sebuah akun Instagram biasanya menampilkan postingan-postingan yang tidak hanya mendeskripsikan sesuatu, tetapi juga pandangan, pendapat dan peristiwa yang seluruhnya ditampilkan secara visual, baik gambar maupun video. Setiap akun diidentifikasi dari karakteristik atau tema-tema postingan sehingga untuk mengidentifikasi

sebuah akun dapat dilihat melalui variasi konten yang mereka posting pada akun mereka masing-masing. Oleh sebab itu, dengan mengoperasikan level kedua dari etnografi virtual, bagian ini akan membahas tentang konten-konten atau postingan pada akun @qurancall sebagai tataran dokumen media.

Secara umum, ada tiga kategori umum dari seluruh postingan pada akun @qurancall, yakni; Keutamaan Al-Quran, Dakwah, dan Event & Giveaway. Meskipun pesebaran jumlahnya tidak merata, namun ketiga tema ini menjadi ciri umum dari seluruh postingan yang terdapat dalam akun @qurancall sehingga berdasarkan dokumen media yang disajikannya, @qurancall memang memiliki tujuan untuk membangun kesadaran pentingnya Al-Quran dan seluruh kebaikan yang terdapat di dalamnya.

Pertama, pada Gambar 2 dapat dilihat dua postingan yang menyiratkan keutamaan Al-Quran sebagai berikut,



Gambar 2.

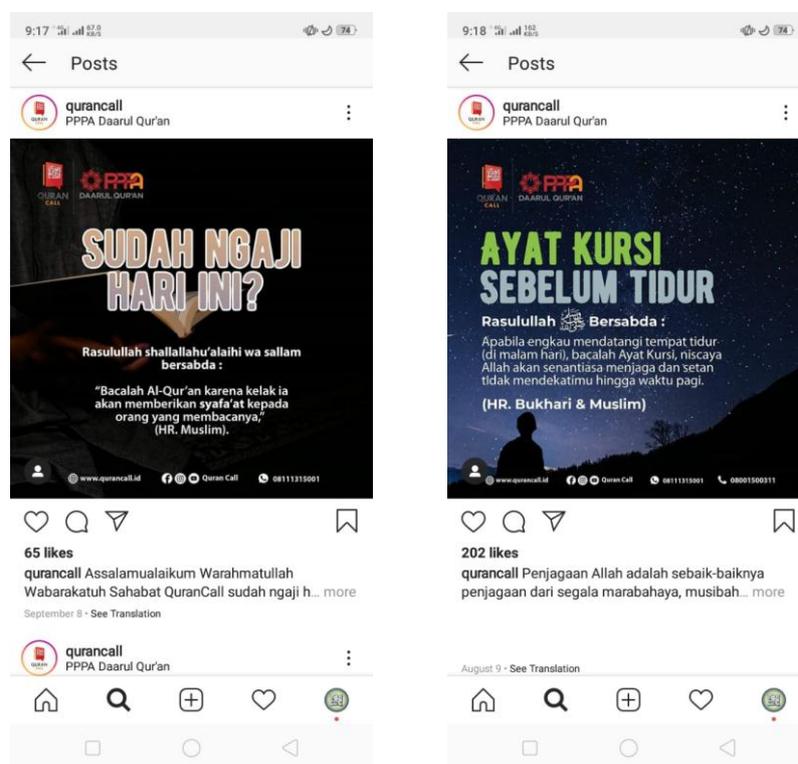
Keutamaan Al-Quran, Instagram @qurancall, diakses 10 Oktober 2020

Sebagaimana dapat dilihat, Gambar 2 menampilkan dua postingan yang secara umum mengungkapkan pentingnya Al-Quran. Gambar di sebelah kiri merupakan seruan tidak langsung untuk membaca Al-Quran dengan cara meluangkan waktu. Dengan bahasa yang persuasif, gambar ini menunjukkan bahwa aktivitas membaca Al-Quran seharusnya bukan aktivitas di waktu luang, tetapi harus menjadi aktivitas pokok dan oleh karenanya harus diluangkan waktu untuk melakukannya.

Pesan dalam gambar ini menunjukkan bahwa admin menyadari sepenuhnya bahwa masyarakat modern memiliki aktivitas harian yang padat sehingga sering menjadi alasan mereka yang tidak sempat membaca Al-Quran. Melalui pesan dalam gambar ini, akun @qurancall mengajak para follower untuk membaca Al-Quran di sela-sela kesibukan mereka sehari-hari dengan cara meluangkan waktu mereka. Pesan komunikasi pada gambar ini juga dilengkapi dengan ilustrasi jam pasir yang merujuk pada proses berjalannya waktu yang cepat atau lambat akan habis sehingga memperkuat pesan yang disampaikan. Penguatan pesan juga diperlihatkan melalui caption atau keterangan gambar yang menyampaikan tentang keutamaan membaca Al-Quran.

Sementara itu pada gambar kedua tampak sebuah pesan dengan judul "*Al-Quran Obat Segala Penyakit.*" Dengan mengutip pendapat Ibn Qayyim dalam kitab *Zad Al-Ma'ad*, pesan itu berbunyi, "*Al-Quran adalah penyembuh yang sempurna dari seluruh penyakit hati dan jasmani, demikian pula penyakit dunia dan akhirat.*" Pesan ini terbaca dengan jelas tentang manfaat praktis dari membaca Al-Quran sebagai penawar bagi berbagai penyakit jasmani dan rohani. Secara visual, pesan ini diperkuat dengan ilustrasi Al-Quran yang terbuka dan setangkai bunga yang dapat diartikan sebagai unsur alami kehidupan. Sebagaimana diketahui bahwa salah satu nama Al-Quran adalah *Asy-Syifa'* yang berarti penyembuh. Melalui gambar ini dapat ditangkap pesan yang menyiratkan bahwa salah satu keutamaan Al-Quran adalah sebagai penyembuh bagi segala macam penyakit yang menjangkiti manusia.

Selain dua postingan sebagaimana dapat dilihat pada Gambar 2, terdapat puluhan postingan lain tentang keutamaan Al-Quran. Dengan keyakinan keutamaan Al-Quran ini, beberapa pesan dalam beberapa postingan lainnya menyiratkan adanya upaya untuk mengingatkan untuk membaca Al-Quran. Pada Gambar 3 dapat dilihat dua postingan yang berisi tentang pengingat untuk membaca Al-Quran dan juga tentang manfaat praktis salah satu ayat Al-Quran seperti berikut ini,



Gambar 3.

Keutamaan Al-Quran, Instagram @qurancall, diakses 10 Oktober 2020

Sebagaimana dapat dilihat, Gambar 3 menunjukkan dua postingan yang secara umum masih menekankan tentang keutamaan Al-Quran. Gambar pertama di sebelah kiri memperlihatkan tulisan, “*Sudah Ngaji Hari Ini?*” Tidak hanya itu, gambar ini juga memuat pesan yang dirujuk pada salah satu hadits yang diriwayatkan oleh Muslim yang artinya, “*Bacalah Al-Quran karena kelak ia akan memberikan syafaat kepada orang yang membacanya.*”

Sebagaimana diketahui bahwa telah menjadi pengetahuan bagi umat Islam bahwa kehidupan akhirat sangat tergantung dari *syafaat* yang sering diartikan sebagai penolong di kala tidak ada lagi yang mampu memberikan pertolongan. Dengan kata lain, inti pesan dari gambar ini adalah bahwa salah satu keutamaan lain dari Al-Quran adalah dapat meringankan seseorang dalam kehidupannya setelah kematian dan oleh karenanya membaca Al-Quran hendaknya menjadi kebutuhan. Melalui postingan ini, setiap follower akun @qurancall yang melihat gambar ini akan merasa diingatkan untuk tetap konsisten dalam membaca Al-Quran karena memang hal itu berkaitan dengan kepentingan dirinya.

Kemudian pada gambar kedua di sebelah kanan dapat dilihat gambar yang berisi pesan tentang keutamaan membaca Ayat Kursi sebelum tidur. Dengan mengutip hadits yang diriwayatkan oleh Imam Bukhari dan Muslim yang artinya “*Apabila engkau mendak mendatangi tempat tidur (di malam hari), bacalah Ayat Kursi, niscaya Allah akan senantiasa menjaga dari setan dan tidak mendatangimu hingga waktu pagi.*”

Pesan pada gambar ini diperkuat dengan ilustrasi suasana di malam hari yang dalam banyak ayat Al-Quran digambarkan sebagai waktu yang strategis bagi setan untuk mengganggu manusia. Secara umum, postingan ini memperlihatkan satu lagi keutamaan Al-Quran untuk menjaga manusia dari segala jenis gangguan yang ditimbulkan oleh setan yang dapat diantisipasi dengan membaca Ayat Kursi sebelum tidur. Keyakinan ini pada dasarnya telah tumbuh dan berkembang dalam masyarakat Muslim, oleh karena itu akun @qurancall sesungguhnya hanya sebatas memberikan peringatan akan keutamaan Al-Quran.

Kedua, kategori pesan yang ditunjukkan dalam akun @qurancall adalah dakwah. Mengingat ada banyak variasi pemahaman mengenai konsep dakwah, maka dalam konteks ini dakwah dimaknai sebagai tabligh yang berarti menyampaikan pesan-pesan Islam (Mul Khan, 1996; Sambas, 1995; Syukir, 1983).

Oleh karena itu, konsep dakwah digunakan untuk mengidentifikasi dokumen media yang dikandung dalam setiap konten pada akun @qurancall.

Pada Gambar 4 dapat dilihat bagaimana akun @qurancall menyampaikan pesan-pesan dakwah secara eksplisit, khususnya terkait dengan fenomena masyarakat modern yakni tentang bahaya lisan dan keutamaan perbuatan baik. Hal ini dapat sebagaimana dilihat sebagai berikut,



Gambar 4.

Konten Dakwah, Instagram @qurancall, diakses 10 Oktober 2020

Pada Gambar 4 dapat dilihat dua postingan di waktu yang berbeda namun saling menguatkan satu sama lain, yakni tentang keutamaan berbuat baik. Pada gambar pertama di sebelah kiri tampak sebuah gambar yang berisi tentang pentingnya menjaga lisan. Dengan mengutip salah satu literatur keislaman, gambar ini menampilkan pesan yang berisi, *“Seungguhnya seorang hamba benar-benar datang pada Hari Kiamat nanti dengan membawa kebaikan-kebaikan sebesar gunung-gunung, namun dia mendapati lisannya telah menghancurkan semua kebaikan-kebaikan itu.”*

Secara eksplisit, gambar ini menyampaikan pesan bahwa seluruh kebaikan yang dilakukan seseorang dapat menjadi tidak bermakna jika dia tidak mampu menjaga kata-kata yang diucapkannya. Pesan ini diperkuat dengan ilustrasi yang seperti objek yang sedang meminta untuk diam yang secara umum sejalan dengan salah satu hadits yang berbunyi, *“barangsiapa yang beriman kepada Allah dan Hari Akhir, maka hendaklah berkata-kata yang baik atau diam.”* Postingan ini menyampaikan pesan bahwa perkataan yang buruk dan menyingung orang lain dapat mencelaki kita dan oleh karenanya terkadang diam lebih utama ketimbang menyampaikan sesuatu yang tidak bermanfaat.

Akun @qurancall menyadari betul bahwa maraknya penggunaan media sosial telah mengakibatkan para penggunanya sering bertindak sesuatu yang tidak bermanfaat, misalnya dengan melakukan postingan yang dapat menyinggung pihak lain. Setiap postingan di media sosial pada dasarnya serupa dengan kata-kata yang dirujuk dalam ungkapan gambar ini. Oleh sebab itu, hendaknya setiap orang agar berhati-hati dalam berkata-kata baik secara langsung maupun dalam konteks media sosial.

Pesan dalam gambar ini berhubungan gambar di sebelah kanan yang mengungkap hakikat perbuatan baik yang dilakukan oleh seseorang. Dengan mengutip Surat Al-Isra' yang artinya, *“Jika kamu berbuat baik (berarti kamu berbuat baik untuk dirimu sendiri.”* Gambar ini menyampaikan pesan bahwa setiap perbuatan baik tidak hanya terpantul, tetapi akan lebih banyak memberikan manfaat kepada mereka yang melakukannya.

Secara umum, kedua postingan pada Gambar 4 merupakan postingan yang masuk pada kategori dakwah karena mengajak untuk melakukan kebaikan dimana pesan tersebut merujuk pada kitab suci dan hadits sebagai dasar pengetahuan keislaman. Selain itu, pesan-pesan dakwah lainnya yang disajikan dalam akun @qurancall banyak yang diarahkan pada ajakan untuk melakukan sedekah. Hal ini tidak mengherankan karena pesan-pesan terkait keutamaan

sedekah merupakan tema utama yang disampaikan oleh PPPA Darul Quran. Hal ini sebagaimana dapat dilihat pada Gambar 5 berikut,



Gambar 5.

Konten Dakwah, Instagram @qurancall, diakses 10 Oktober 2020

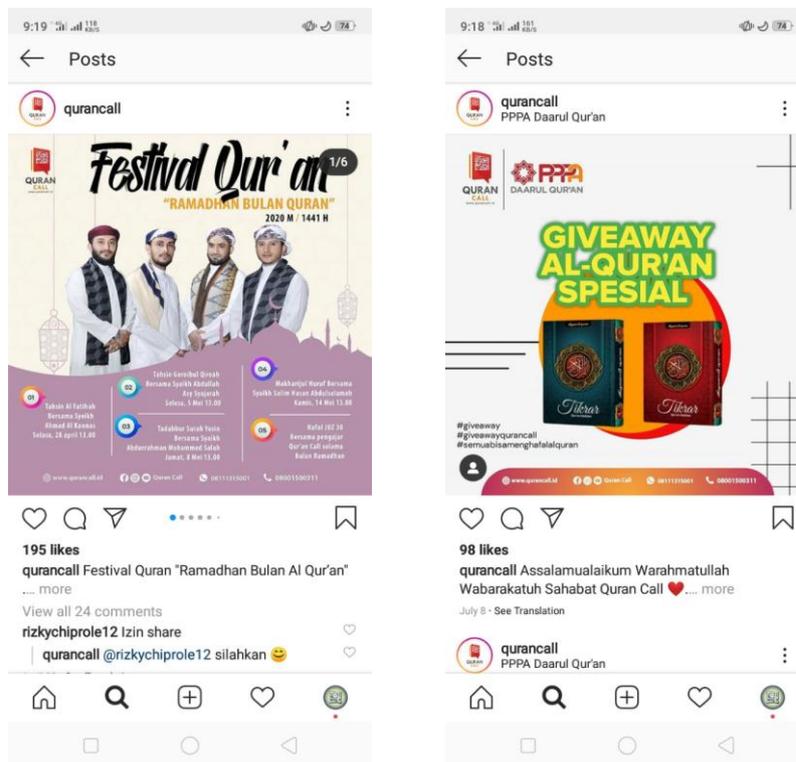
Pada Gambar 5 dapat dilihat dua postingan pada akun @qurancall yang lebih menekankan pada pentingnya sedekah. Pada gambar di sebelah kiri dapat dilihat postingan yang menyampaikan tentang keutamaan dan manfaat sedekah. Tema-tema sedekah pada dasarnya merupakan tema umum dalam setiap kegiatan yang diselenggarakan oleh PPPA Darul Quran, lembaga yang menaungi layanan QuranCall, terlebih jika dikaitkan dengan figur penggagasnya, Yusuf Mansur. Tampaknya pesan pada postingan ini tidak membutuhkan ilustrasi karena memang telah mengandung pesan yang sangat eksplisit.

Kemudian pada gambar yang kedua di sebelah kanan terdapat postingan yang menceritakan tentang keutamaan berqurban. Postingan ini diluncurkan pada saat menjelang Idul Adha dimana setiap umat Islam dianjurkan untuk melakukan kurban. Dengan tambahan ilustrasi hewan ternah yang menyertai

postingan ini, disampaikan tentang kebaikan yang dapat diperoleh seseorang yang berkorban, yakni sebanyak helai bulu yang dimiliki oleh hewan kurban. Postingan ini menyampaikan pesan yang memotivasi umat Islam untuk melakukan kurban sebagai salah satu kebaikan yang tidak dapat dihitung nilainya.

Ketiga, kategori pesan dalam akun @qurancall adalah event dan giveaway. Event dalam hal ini berarti berbagai kegiatan yang diselenggarakan oleh QuranCall dan PPPA Darul Quran sedangkan giveaway adalah konten yang umum dalam konteks media sosial, khususnya Instagram yang bertujuan memberikan hadiah tertentu kepada follower untuk menarik minat mereka berinteraksi. Kategori ini pada dasarnya disajikan secara terpisah, namun untuk memudahkan analisis maka disajikan dalam satu kategori.

Kategori Event dan Giveaway ini dapat dilihat pada Gambar 5 yang menampilkan dua buah postingan, yang pertama menampilkan poster kegiatan bertajuk Festival Al-Quran sementara yang lain berisi tentang giveaway Al-Quran. Hal ini sebagaimana dapat dilihat sebagai berikut,



Gambar 6.

Event & Giveaway, Instagram @qurancall, diakses 10 Oktober 2020

Melalui Gambar 6 dapat dilihat pesan yang disajikan oleh akun @qurancall terkait kegiatan dan bagi-bagi hadiah yang seluruhnya ditujukan untuk follower khususnya dan umumnya bagi seluruh umat Islam. Pada gambar di sebelah kiri dapat dilihat informasi terkait kegiatan “Festival Al-Quran” dengan tema “Ramadhan Bulan Quran” karena memang diselenggarakan pada Bulan Suci Ramadhan. Postingan tersebut memperlihatkan beberapa ustadz sebagai narasumber kegiatan dilengkapi dengan jadwal rangkaian kegiatan.

Melalui postingan ini dapat dilihat konsistensi QuranCall sebagai platform belajar Al-Quran secara online. Kegiatan yang diselenggarakan selalu berkaitan dengan Al-Quran dan hal ini memperkuat identitas mereka sebagai lembaga yang menaungi seluruh aktivitas pembelajaran Al-Quran. Melalui akun @qurancall, mereka melakukan sosialisasi kegiatan tersebut sehingga dapat diketahui secara lebih luas.

Tidak hanya itu, kegiatan giveaway pun masih berhubungan dengan Al-Quran. Postingan yang dapat dilihat di sebelah kanan pada Gambar 6 memperlihatkan dua buah contoh hadiah yang akan diberikan kepada para follower yang dianggap memenuhi syarat yang telah ditetapkan dalam kegiatan giveaway tersebut. Hal ini menandakan bahwa perhatian platform QuranCall dan PPPA Darul Quran terhadap pengembangan budaya membaca dan menghafal Al-Quran sangat tinggi. Secara teknis, kegiatan giveaway memiliki mekanisme yang sama dengan *trivial quiz* lengkap dengan hadiah, namun ketika hadiah yang diberikan adalah Al-Quran khusus hafalan tentu hal ini berhubungan dengan kepentingan lembaga ini.

Oleh sebab itu dengan memperhatikan tiga kategori konten yang merupakan dokumen media dalam akun @qurancall, seluruh postingan pada dasarnya tidak hanya membangun komunikasi kapan saja dan dimana saja dengan follower, tetapi juga bertujuan untuk mengajak mereka bergabung dalam

platform QuranCall dan PPPA Darul Quran secara menyeluruh. Akun @qurancall berkeinginan untuk membangun keterikatan antara platform ini dengan para anggotanya, baik dalam konteks online maupun offline. Dengan kata lain, akun @qurancall di Instagram telah menjadi media sosialisasi yang ditujukan pada masyarakat semakin melek media sosial.

Simpulan

Akun @qurancall merupakan perpanjangan tangan dari platform QuranCall, salah satu program digital yang diluncurkan oleh PPPA Darul Quran sehingga mempelajari Al-Quran dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja. Pada level ruang media, akun @qurancall lebih banyak difungsikan sebagai media sosialisasi dan kampanye berbagai kegiatan yang diselenggarakan oleh QuranCall dan PPPA Darul Quran sehingga akun @qurancall merupakan representasi dari platform QuranCall. Hal ini dapat dilihat dari penggunaan logo resmi QuranCall pada foto profil akun ini disertai deskripsi ringkas terkait akun ini.

Sementara itu pada level dokumen media, konten-konten postingan pada akun @qurancall dapat dikategorikan pada tiga kategori yakni; Keutamaan Al-Quran, Dakwah, dan Event & Giveaway. Meskipun pesebaran jumlahnya tidak merata, namun ketiga tema ini karakteristik mendasar yang dapat mengidentifikasi akun @qurancall sebagai akun yang memiliki tujuan untuk kesadaran pentingnya Al-Quran dan seluruh kebaikan yang terdapat di dalamnya. Tidak hanya itu, akun ini juga bertujuan untuk melakukan sosialisasi platform QuranCall dan PPPA Darul Quran secara keseluruhan yang ditujukan pada masyarakat semakin melek media sosial.

Daftar Pustaka

- Barendregt, B. (2009). Mobile Religiosity in Indonesia: Mobilized Islam, Islamized Mobility and the Potential of Islamic Techno Nationalism. In I. Alampay (Ed.), *Living the Information Society in Asia* (pp. 73–92). Singapore: Yusof Ishak Institute.
- Brasher, B. E. (2001). *Give Me that Online Religion*. San Fransisco: Jossey-Bass Inc.

- Campbell, H. A. (2013). *Digital Religion: Understanding Religious Practice in New Media Worlds*. London & New York: Routledge.
- Chiluwa, I. (2012). Online Religion in Nigeria: The Internet Church and Cyber Miracles. *Journal of Asian and African Studies*, 47(6), 734–749. <https://doi.org/10.1177/0021909611430935>
- Cloete, A. L. (2016). Mediated religion: Implications for religious authority. *Verbum et Ecclesia*, 37(1). <https://doi.org/10.4102/ve.v37i1.1544>
- Dawson, L. L., & Cowan, D. E. (2004). *Religion Online: Finding Faith on the Internet*. London & New York: Routledge.
- Dhahir, D. F. (2018). Qur'an Memorizers and Internet: Study at Ma'had Khoir-Ul-Kayyis and Ma'had Kutubussittah Babussalam in Makassar. *Journal of Information Technology and Its Utilization*, 1(1), 15–21. <https://doi.org/10.30818/jitu.1.1.1618>
- Fakhruroji, M. (2015a). Mediatization of Religion in "Texting Culture": Self-Help Religion and the Shifting of Religious Authority. *Indonesian Journal of Islam and Muslim Societies*, 5(2), 231–254. <https://doi.org/10.18326/ijims.v5i2.231-254>
- Fakhruroji, M. (2015b). SMS Tauhiid sebagai Tekno-religion: Perspektif Tekno-kultur atas Penyebaran Tausiah Agama melalui SMS. *Sosioteknologi*, 14(3), 246–260. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.5614%2Fsostek.itbj.2015.14.3.4>
- Fakhruroji, M. (2019a). Digitalizing Islamic lectures: Islamic apps and religious engagement in contemporary Indonesia. *Contemporary Islam*, 13(2), 201–215. <https://doi.org/10.1007/s11562-018-0427-9>
- Fakhruroji, M. (2019b). Muslims Learning Islam on the Internet. In M. Woodward & R. Lukens-Bull (Eds.), *Handbook of Contemporary Islam and Muslim Lives* (pp. 1–17). Cham: Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-73653-2_70-1
- Fakhruroji, M., & Muchtar, K. (2018). *Campaigning #golcarsolid: Branding Image Strategy of Golkar Party on Social Media*. 260, 210–214. Atlantis Press.
- Golan, O., & Stadler, N. (2016). Building the sacred community online: the dual use of the Internet by Chabad. *Media, Culture and Society*, 38(1), 71–88. <https://doi.org/10.1177/0163443715615415>
- Hayati, Nurhasnah, & Yusra, O. (2018). Fenomena Lansia Menghafal Al-Quran pada Majelis Al-Quran di Kec. Salimpuang Kab. Tanah Datar Sumatera Barat. *Jurnal Fuaduna: Jurnal Kajian Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 2(2), 63–72.
- Helland, C. (2005). Online Religion As Lived Religion. Methodological Issues In The Study Of Religious Participation On The Internet. *Heidelberg Journal of Religions on the Internet*, 1(1), 16. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.11588/rel.2005.1.380>
- Hidayah, N. (2016). Strategi Pembelajaran Tahfidz Al-Qur'an di Lembaga Pendidikan. *A'allum: Jurnal Pendidikan Islam*, 4(1), 63–81.

- <https://doi.org/https://doi.org/10.21274/taalum.2016.4.1.63-81>
- Hine, C. (2000). *Virtual Ethnography*. London: SAGE Publications Ltd.
- Hoover, S. M. (2006). *Religion in the Media Age*. New York: Routledge.
- Husein, F., & Slama, M. (2018). Online piety and its discontent: revisiting Islamic anxieties on Indonesian social media. *Indonesia and the Malay World*, 46(134), 80–93. <https://doi.org/10.1080/13639811.2018.1415056>
- Jurriëns, E., & Tapsell, R. (2017). *Digital Indonesia: Connectivity and Divergence*. Singapore: Yosuf Ishak Institute.
- Kellner, D. (2010). *Budaya Media: Cultural Studies, Identitas dan Politik antara Modern dan Postmodern* (Translated). Yogyakarta: Jalasutra.
- Mulkhan, A. M. (1996). *Ideologisasi Gerakan Dakwah: Episod Kehidupan M Natsir dan Azhar Basyir*. Yogyakarta: SIPress.
- Nisa, E. F. (2018a). Creative and Lucrative Da'wa : The Visual Culture of Instagram amongst Female Muslim Youth in Indonesia. *Asiascape: Digital Asia*, 5(1-2), 68–99. <https://doi.org/10.1163/22142312-12340085>
- Nisa, E. F. (2018b). Social media and the birth of an Islamic social movement: ODOJ (One Day One Juz) in contemporary Indonesia. *Indonesia and the Malay World*, 46(134).
- O'Leary, S. D. (1996). Cyberspace as Sacred Space: Communication Religion on Computer Networks. *Journal of the American Academy of Religion*, LXIV(4), 781–808.
- Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. In *On The Horizons*. West Yorkshire: MCB University Press.
- Purbo, O. W. (2017). Narrowing the Digital Divide. In E. Jurriëns & R. Tapsell (Eds.), *Digital Indonesia: Connectivity and Divergence* (pp. 75–92). Singapore: Yusof Ishak Institute.
- Rahman, F. (2015). Internet and Kyais in Indonesia: Negotiation of Authority in a Mediatized Environment. *Heidelberg Journal of Religions on the Internet*, 9, 81–106.
- Sambas, S. (1995). *Konstruksi Keilmuan Dakwah Islam Prespektif Filsafat Ilmu: Upaya Memahami dan Sosialisasi Pemberlakuan Kurikulum Nasional Fakultas Dakwah Tahun 1994*. Bandung: Fakultas Dakwah IAIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Slama, M. (2017). A subtle economy of time: Social media and the transformation of Indonesia's Islamic preacher economy: Social Media and Indonesia's Islamic Preacher Economy. *Economic Anthropology*, 4(1), 94–106.
- Solahudin, D., & Fakhruroji, M. (2020). Internet and Islamic Learning Practices in Indonesia: Social Media, Religious Populism, and Religious Authority. *Religions*, 11(1), 19. <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/rel11010019>
- Syukir, A. (1983). *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*. Surabaya: Al-Ikhlâs.
- Zahro, A. F. (2016). *Hubungan Intensitas Penggunaan Gadget terhadap Kedisiplinan Menghafal al-Qur'an di Pondok Pesantren al-Muntaha Cebongan Salatiga Tahun 2015*. Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan.