



Digitalisasi Kajian Al-Quran: Peluang dan Tantangan Media Sosial

Nurizza Ilham Firdaus¹,



Received: Juni 2025
Revised Agustus 2025
Accepted: September 2025

*Corresponding author:
Nurizza Ilham Firdaus,
UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta, Indonesia
murizza.ilham@gmail.com
[ilham.com](http://www.ilham.com)

Tentang Penulis

¹Nurizza Ilham
Firdaus, UIN Sunan
Kalijaga Yogyakarta,
Indonesia

Abstrak

Transformasi digital telah membawa perubahan signifikan dalam cara umat Islam mengakses dan mempelajari Alquran. Media sosial sebagai produk teknologi informasi menawarkan peluang besar dalam penyebaran kajian Alquran secara luas, cepat, dan interaktif. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara kritis dinamika digitalisasi kajian Alquran melalui media sosial, serta peluang dan tantangan yang menyertainya. Menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif berbasis studi pustaka dan analisis tematik, tulisan ini menunjukkan bahwa media sosial mampu memperluas jangkauan dakwah Islam dan menjadikan kajian Alquran lebih inklusif. Namun, kemudahan akses juga melahirkan tantangan serius berupa maraknya konten tanpa otoritas ilmiah yang dapat mengikis kesakralan Alquran dan membingungkan masyarakat awam. Oleh karena itu, dibutuhkan literasi digital keislaman yang kuat, keterlibatan aktif ulama dan akademisi, serta regulasi yang menjamin keautentikan konten keagamaan di ruang digital.

Kata Kunci: Al-Quran, Digitalisasi, Media Sosial, Literasi Keislaman, Tantangan Dakwah

Pendahuluan

Penyebaran Alquran telah mengalami perjalanan panjang sejak diturunkannya wahyu pertama kepada Nabi Muhammad. Pada masa awal Islam, transmisi Alquran dilakukan secara lisan, mengandalkan hafalan para sahabat sebagai media utama untuk menjaga keotentikannya. Seiring perkembangan zaman, metode penyebaran ini berkembang menjadi visual melalui kodifikasi mushaf pada masa Khalifah Abu Bakar dan disempurnakan oleh Khalifah Utsman bin Affan. Sejak saat itu, penyebaran Alquran tak lagi bergantung pada hafalan semata, tetapi juga melalui salinan tertulis yang didistribusikan luas ke seluruh penjuru dunia Islam. Memasuki era digital, media penyebaran Alquran kembali mengalami transformasi. Munculnya media sosial membawa perubahan besar dalam cara umat Islam mengakses dan memahami Alquran. Kajian Alquran tidak lagi terbatas pada buku cetak atau pengajian konvensional, melainkan telah hadir dalam bentuk video, cuitan, dan infografis yang tersaji melalui platform media sosial, bahkan bentuk siaran langsung juga dapat disajikan melalui beberapa platform seperti YouTube, TikTok, dan Instagram. Potensi media sosial dalam menyebarkan ajaran Alquran sangat besar. Di tahun 2025, pengguna media sosial global mencapai lebih dari 5,2 miliar orang, sementara di Indonesia sendiri sebanyak 185 juta orang atau sekitar 65% populasi menggunakan media sosial dengan durasi rata-rata lebih dari 3 jam per hari (Rainer, 2024). Tak hanya itu, media sosial menawarkan akses yang inklusif dan format penyampaian yang beragam, menjadikannya sarana yang stra



tegis untuk pendidikan Islam, termasuk kajian Alquran.

Namun, di balik peluang tersebut, terdapat pula tantangan serius. Terbukanya akses publik terhadap penafsiran Alquran melalui media sosial mengakibatkan munculnya berbagai konten yang tidak terverifikasi, bahkan menyimpang. Kebebasan ini memunculkan fenomena *death of expertise*, yaitu siapa saja merasa berhak menafsirkan Alquran tanpa dasar keilmuan yang kuat. Hal ini berisiko menurunkan kesakralan Alquran dan membingungkan masyarakat awam dalam memahami pesan-pesan ilahiah. Lebih buruk lagi, poliarisasi keagamaan dalam masyarakat muslim semakin intens karena kebebasan dalam pemahaman tersebut. Oleh karena itu, kajian ini penting dilakukan untuk mengkaji secara kritis bagaimana digitalisasi dan media sosial membentuk wajah baru kajian Alquran di era modern. Dengan menelaah peluang dan tantangan yang ditawarkan, kita dapat menyusun strategi yang tepat agar penyebaran Alquran tetap menjaga autentisitas, kesakralan, serta memberi manfaat luas bagi umat Islam.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk menganalisis fenomena digitalisasi kajian Alquran di era media sosial. Dengan pendekatan ini, peneliti dapat memahami proses, dinamika, serta dampak dari transformasi penyebaran Alquran dalam konteks sosial dan teknologi digital kontemporer. Penelitian ini berfokus pada gejala sosial dan budaya keagamaan yang muncul akibat interaksi antara media sosial dan praktik kajian Alquran.

Data dalam penelitian ini diperoleh melalui kajian pustaka, yang mencakup literatur ilmiah berupa buku, artikel jurnal, laporan statistik, serta sumber daring yang relevan. Literatur-literatur tersebut dianalisis secara kritis untuk mengidentifikasi pola-pola umum yang menunjukkan bagaimana media sosial telah membentuk cara masyarakat mengakses, memahami, dan menyebarkan ajaran Alquran. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan studi dokumentasi, yaitu menghimpun dan mengulas data dari sumber-sumber tertulis dan digital yang membahas tema digitalisasi keislaman, media sosial, serta tafsir kontemporer.

Analisis data dilakukan dengan metode analisis wacana dan pendekatan tematik. Peneliti mengidentifikasi tema-tema penting seperti peluang dakwah digital, disrupsi otoritas keilmuan, degradasi kesakralan, serta peran masyarakat dalam menyikapi konten-konten keagamaan di media sosial. Hasil analisis ini kemudian disusun untuk memberikan pemahaman tentang bagaimana fenomena digitalisasi membentuk pola baru dalam kajian Alquran, sekaligus tantangan epistemologis dan etis yang menyertainya.

Hasil dan Pembahasan

Media Sosial Sebagai Sarana Penyebaran Kajian Al-Quran

Penyebaran Alquran telah berlangsung sejak wahyu pertama diturunkan kepada Nabi Muhammad. Proses ini terus berkembang seiring dengan kemajuan zaman dan teknologi. Pada awalnya, penyebaran Alquran dilakukan secara oral (lisan), yaitu melalui hafalan dan penyampaian langsung dari Nabi kepada para sahabat. Hafalan para sahabat menjadi media utama dalam menjaga keautentikan wahyu. Penyebaran secara lisan ini mengandalkan kekuatan memori dan pengajaran dari mulut ke mulut, yang kemudian diwariskan dari satu generasi ke generasi berikutnya.

Seiring berjalannya waktu, terutama setelah wafatnya Nabi Muhammad, penyebaran Alquran secara tertulis (visual) mulai dikembangkan dalam bentuk mushaf. Proses kodifikasi Alquran yang dilakukan pada masa Khalifah Abu Bakar dan disempurnakan pada masa Khalifah Utsman bin Affan menjadi tonggak penting dalam penyebaran Alquran secara visual. Mushaf Alquran ini kemudian disalin dan disebarluaskan ke berbagai wilayah kekuasaan Islam, menjangkau berbagai penjuru dunia. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa sejak masa awal Islam, media penyebaran Alquran telah memanfaatkan dua bentuk utama, yaitu media audio (lisan) dan media visual (tertulis).

Pada zaman sekarang, tidak hanya kajian Alquran yang mengalami perkembangan, tetapi media yang digunakan untuk menyampaikannya turut bertransformasi. Kajian Alquran tidak lagi terbatas pada media cetak, seperti buku atau majalah, melainkan telah mengikuti tren digital dengan memanfaatkan media sosial sebagai sarana penyampaian penafsiran ayat-ayat Alquran (Sumadi & Nurdin, 2023). Perkembangan kajian Alquran pada abad ke-21 ditandai dengan mulai dipadukannya antara tafsir Alquran dan media sosial (Lukman, 2018). Media sosial sendiri merujuk pada platform berbasis internet dan perangkat *mobile* yang memungkinkan penggunaannya untuk terlibat aktif dalam interaksi daring, berkontribusi terhadap konten atau unggahan, serta bergabung dalam komunitas-komunitas digital yang tersebar di berbagai platform (Michael Dewing, 2010).

Memasuki era modern, bentuk media penyebaran Alquran dalam bentuk audio dan visual semakin berkembang. Pada awal abad ke-20, penyebaran audio tidak lagi terbatas pada pembacaan langsung oleh seorang qari, tetapi sudah mulai menggunakan teknologi rekaman suara. Salah satu tonggak penting dalam sejarah ini adalah rekaman audio *murattal* Alquran pertama yang dilakukan oleh Syekh Mahmud Khalil al-Husary dari Mesir. Rekaman ini menjadi awal dari meluasnya penyebaran bacaan Alquran melalui media kaset, CD, radio, dan platform digital lainnya. Di sisi lain, penyebaran secara visual juga mengalami perkembangan pesat. Percetakan mushaf Alquran semakin meluas dan tersebar ke seluruh dunia, memungkinkan umat Islam dari berbagai negara untuk memiliki akses langsung terhadap teks suci tersebut. Tidak hanya mushaf, karya-karya tafsir, terjemahan, dan literatur keislaman lainnya juga dicetak dan didistribusikan secara luas, memperkaya pemahaman umat terhadap Alquran.

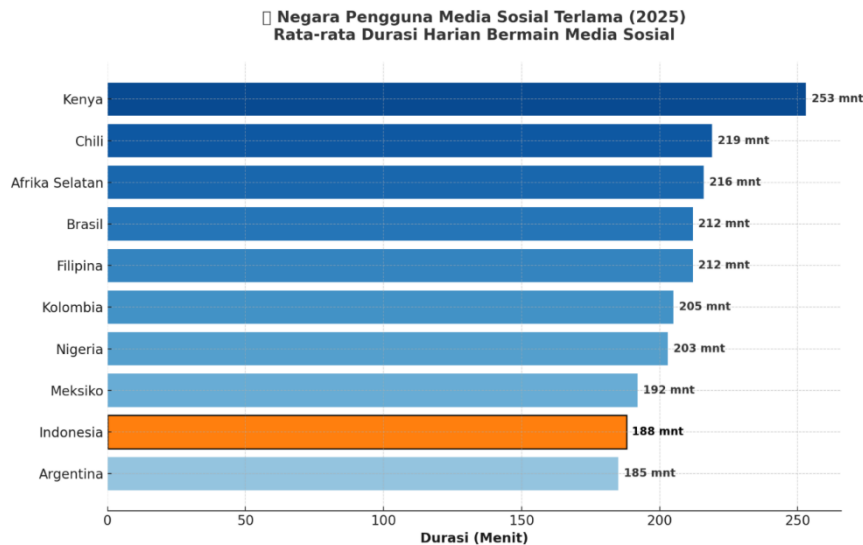
Pada era digital saat ini, penyebaran Alquran melalui media audio dan visual semakin terintegrasi dalam satu platform, yakni media sosial dan internet. Platform seperti YouTube, Instagram, TikTok, Facebook hingga aplikasi-aplikasi khusus Alquran menyediakan berbagai konten pembacaan, tafsir, kajian, dan pembelajaran Alquran dalam format yang menarik dan mudah diakses. Hal ini tentu menjadi peluang besar bagi umat Islam untuk memahami dan mengamalkan Alquran dengan lebih mudah dan mendalam. Dengan perkembangan teknologi yang terus berlanjut, penyebaran Alquran tidak hanya menjadi lebih luas secara geografis, tetapi juga lebih dalam secara kualitas pemahaman. Media digital telah menjadi sarana penting dalam mendekatkan manusia pada Alquran, menjadikannya lebih relevan dan hadir dalam kehidupan sehari-hari umat Islam di seluruh dunia.

Urgensi Penyebaran Al-Quran Melalui Media Sosial

Memasuki tahun 2025, jumlah pengguna media sosial di dunia mencapai 5,24 miliar orang, meningkat 4% dari tahun sebelumnya yang tercatat sebanyak 5,04 miliar. Peningkatan ini menunjukkan bahwa media sosial semakin berperan penting dalam kehidupan sehari-hari, tidak lagi sekadar untuk hiburan, tetapi juga sebagai sarana

bekerja dan menjalin interaksi sosial (Yonatan, 2025). Di Indonesia sendiri, jumlah pengguna media sosial mencapai 185,3 juta orang, atau sekitar 64,9 persen dari total populasi. Indonesia termasuk negara dengan durasi penggunaan media sosial tertinggi. Masyarakatnya menghabiskan rata-rata 188 menit atau sekitar 3 jam 8 menit per hari.

Grafis 1. Negara dengan Durasi Harian Penggunaan Media Sosial Terlama



Sumber: Good Stats

WhatsApp menjadi platform yang paling banyak digunakan oleh pengguna di Indonesia dengan persentase 90,9%. Selain itu, ada beberapa media sosial lain yang penggunaannya melebihi 50%, seperti Instagram, Facebook, TikTok, Telegram, dan X. TikTok menempati urutan pertama dalam durasi penggunaan rata-rata dengan waktu 38 jam 26 menit per bulan, disusul oleh YouTube dengan rata-rata 31 jam 28 menit. Data ini menunjukkan betapa besar pengaruh media sosial dalam kehidupan masyarakat Indonesia (Rainer, 2024). Data tersebut menunjukkan bahwa media sosial tidak dapat dilepaskan dari kehidupan masyarakat era digital. Masifnya penggunaan media sosial tersebut disebabkan oleh fitur dan keunggulan yang dimiliki, yang sangat mendukung proses pembelajaran dan penyebaran ilmu (Hadi, 2025). Hal ini menjadi peluang untuk dimanfaatkan sebagai sarana penyebaran keilmuan Islam, seperti kajian Alquran. Beberapa keunggulan yang dimiliki media sosial yaitu,

Pertama, akses informasi yang luas. Materi-materi kajian Alquran yang disebarluaskan melalui media sosial dapat diakses oleh berbagai kalangan, tanpa batasan usia, latar belakang pendidikan, atau lokasi geografis. Hal ini menjadikan kajian Alquran bersifat inklusif, tidak terbatas oleh ruang dan waktu. Setiap orang memiliki kesempatan yang sama untuk belajar dan memahami Alquran, baik secara personal maupun dalam komunitas digital. Kedua, platform yang bersifat interaktif, tidak hanya satu arah seperti media tradisional. Salah satu fitur khasnya adalah kolom komentar, *tag*, dan *share* yang memungkinkan terjadinya diskusi, tanya jawab, ataupun sekadar memberi tanggapan. Interaksi ini dapat terjadi antara penyampai informasi dan audiens, maupun antar sesama pengguna. Fitur ini memungkinkan terjadinya pertukaran ide yang konstruktif, memperluas wawasan, dan memperdalam pemahaman terhadap materi yang dibahas. Forum diskusi dalam setiap kontennya dapat menunjang pembahasan konten yang lebih spesifik.

Ketiga, format pembelajaran yang beragam. Media sosial menyediakan berbagai format penyajian materi, seperti tulisan, audio, video, infografis, gambar, bahkan siaran langsung. Platform seperti Instagram memungkinkan penyajian konten dalam bentuk *carousel* yang memadukan gambar, teks, dan musik. YouTube menawarkan kajian dalam bentuk video berdurasi panjang maupun pendek. sementara X (Twitter), menyajikan informasi dalam bentuk *thread* yang disertai gambar atau video penunjang. Ragam format ini membuat pembelajaran lebih menarik dan dapat disesuaikan dengan gaya belajar pengguna. Melalui keunggulan-keunggulan tersebut, media sosial telah membawa perkembangan penyebaran informasi ke dalam fase yang baru, tidak terlepas informasi keagamaan termasuk kajian Alquran. Pengkajian dan penafsiran Alquran kini menjadi lebih mudah diakses oleh masyarakat luas.

Jika dahulu seseorang harus mendatangi ulama atau guru untuk mempelajari Alquran, saat ini siapa pun dapat belajar secara mandiri melalui teknologi. Alquran tersedia dalam bentuk aplikasi dan *website*, serta dilengkapi dengan berbagai konten pembelajaran di media sosial, seperti video (audiovisual), audio, gambar, dan tulisan-tulisan. Semua itu dapat diakses kapan saja dan di mana saja, menjadikan proses belajar Alquran semakin fleksibel dan terbuka (Wardani, 2021). Potensi-potensi inilah yang dapat mendorong umat Islam untuk mempelajari Alquran secara mandiri, tanpa terikat oleh tempat atau waktu. Kajian Alquran tidak lagi hanya terbatas di ruang kelas atau masjid, tetapi bisa diakses kapan saja dan di mana saja. Dengan demikian, media sosial tidak hanya menjadi sarana dakwah, tetapi juga sebagai media pendidikan Islam yang modern dan dinamis, yang memungkinkan pengguna mengembangkan metode belajar mereka melalui konten-konten yang relevan, menarik, dan bermanfaat.

Tantangan Kajian Alquran Melalui Media Sosial

Kajian Alquran melalui media sosial telah mengalami pergeseran. Sebelumnya, kajian ini dilakukan oleh para ulama, ahli tafsir, dan akademisi. Sekarang, semua kalangan dapat melakukan kajian ini, termasuk masyarakat umum. Hal ini menimbulkan sifat kebebasan yang berpotensi merusak kesakralan Alquran. Anggapan atau kepercayaan sebagai sesuatu yang sakral datang dari subjek yang menganggap benda itu sakral, maka suci atau sakral adalah sifat pasif pada benda yang disucikan atau disakralkan bukan sifat aktif. Kesakralan diartikan sebagai segala sesuatu yang dinilai suci, bergantung pada setiap individu yang mempercayai dan menjadikannya suci (Mukhlis Rahman, 2020). Dalam hal ini, berarti masyarakat muslim secara umum yang menjadi subyek dalam menyematkan sifat sakral tersebut terhadap Alquran. Salah satu bentuk pengakuan kesakralan ini yakni menyerahkan kajian tafsir Alquran dan penjelasannya kepada ulama dan ahli tafsir. Namun, kebebasan orang awam di era digital dalam mengkaji Alquran berdampak pada pengikisan kesakralan tersebut.

Sifat ayat Alquran sebagai *kalamullah* mengharuskan para pengkajinya lebih berhati-hati. Sayangnya, kebebasan yang terjadi justru mengarah pada kajian tafsir bebas tanpa dilandasi teori-teori yang telah dirumuskan oleh ulama. Ilmu-ilmu Alquran sebagai kaidah dan ukuran diperbolehkannya seseorang melakukan kajian terhadap Alquran, sering kali diabaikan. Keterlibatan orang awam sering kali menabrak batasan-batasan tersebut, terutama dalam hal penafsiran. Media sosial telah menjadikan semua orang seolah-olah layak menjadi seorang penafsir (Lukman, 2016). Tantangan serius lain yang muncul – di samping potensi besar media sosial dalam menyebarkan kajian Alquran – adalah belum adanya aturan khusus yang mengikat para pembuat konten. Kebebasan ini berdampak pada longgarnya standar verifikasi dalam pembuatan dan penyebaran konten, terlebih konten seputar Alquran.

Tidak ada ketentuan yang mewajibkan konten tersebut diverifikasi oleh pakar dalam bidangnya. Misalnya, konten tafsir Alquran oleh ahli tafsir, atau konten kesehatan oleh tenaga medis profesional. Ketiadaan verifikasi ini menimbulkan potensi penyimpangan materi yang cukup signifikan. Banyak pakar mengistilahkan fenomena ini dengan disrupsi atau *death of expertise*. Setiap individu yang memiliki akses di media digital mempunyai peluang untuk mengemukakan sesuatu meskipun bukan dalam kapasitas keilmuannya. Era disrupsi membuat kebenaran sesuatu menjadi semu karena banyaknya sudut pandang yang datang bukan dari ahlinya, yang berakhir pada hilangnya etika komunikasi (Mustofa, 2019).

Penyimpangan materi dalam setiap konten media sosial dapat terjadi karena dua faktor: kurangnya kapasitas keilmuan pembuat konten atau kesengajaan untuk menciptakan kontroversi demi popularitas. Beberapa akun media sosial dengan sengaja membahas topik-topik yang kontroversial tanpa kejelasan metodologi atau sumber ilmiah yang memadai, hanya untuk menarik perhatian dan meningkatkan jumlah interaksi. Konten yang disajikan tidak sesuai dengan prinsip-prinsip otentik dalam Islam, bahkan cenderung mengandalkan narasi yang spekulatif dan lemah. Misalnya, sebuah akun Youtube membuat konten dengan judul “Kisah Nabi Daud Mendapatkan Istri Ke-100! - Sejarah Islam” (Riski Nur Hidayah, 2023).

Dalam konten tersebut, disampaikan narasi yang merujuk pada kisah-kisah *israiliyyat* yang berisikan kisah Nabi Dawud yang menginginkan istri baru setelah 99 istri yang lama. Dalam mendapatkan wanita tersebut, Nabi Dawud bahkan rela memerintahkan prajuritnya untuk menceraikannya untuk dinikahi kemudian. Pengunggah menceritakan kisah ini tanpa membandingkannya dengan pandangan mayoritas ulama tafsir yang lebih kuat. Mayoritas ulama justru menolak kisah *israiliyyat* tersebut karena ketidaklayakannya disandarkan kepada seorang nabi, seperti Ar-Razi (w. 925 M), Al-Qurthubi (w. 1273 M), Ibnu Katsir (w. 1373 M), Asy-Syaukani (w. 1834 M), Wahbah Zuhaili (w. 2015 M), dan Quraisih Shihab (Aminullah & Irsyadi, 2025). Konten ini tidak disertai dengan penjelasan ilmiah yang komprehensif mengenai keabsahan kisah *israiliyyat* tersebut, sehingga memicu perdebatan di kolom komentar.

Pada era kini, pengelolaan opini publik sangat menentukan dalam perebutan simpati dan pengaruh di tengah masyarakat (Qadri, 2020). Ruang kebebasan yang ditawarkan oleh media sosial membuka peluang bagi pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab untuk mengeksploitasi kondisi ini untuk mempengaruhi opini publik demi kepentingan ideologis mereka. Media sosial menjadi alat strategis untuk menyusupkan paham-paham yang menyimpang dari ajaran Islam yang otentik, seperti sekularisme, liberalisme, atau bahkan radikalisme. Para pelaku tersebut sering kali menyamakan agenda mereka dengan membungkusnya dalam narasi-narasi keagamaan, menggunakan ayat-ayat Alquran yang ditafsirkan secara serampangan dan tanpa dasar metodologi ilmiah yang kuat. Akibatnya, pembaca yang minim literasi keislaman dan tidak memiliki kemampuan berpikir kritis sangat rentan tersesat oleh pemahaman yang menyimpang tersebut. Dalam jangka panjang, fenomena ini tidak hanya membahayakan integritas pesan ilahiah, tetapi juga dapat menciptakan disorientasi teologis dan sosial di kalangan umat Islam.

Masalah ini semakin kompleks mengingat keragaman latar belakang pengguna media sosial. Pola masyarakat dalam menyikapi persoalan keagamaan pun ikut berubah. Jika dahulu mereka cenderung berkonsultasi langsung dengan para ahli yang memiliki kompetensi, kini mereka lebih memilih cara instan dengan mencari informasi lewat internet atau media sosial. Akibatnya, informasi yang mereka dapatkan sering kali terbatas pada konten-konten yang ditentukan oleh algoritma digital (Wafa Ridwanulloh,

2023). Lebih ironis, perdebatan tak berujung antar pengguna media sosial akan terus terjadi pada setiap konten yang mengarah pada hal tersebut. Platform-platform yang ada tidak difasilitasi dengan adanya penengah dalam setiap forum diskusi pada kolom komentar, sehingga diskusi yang terjadi tidak terarah. Akibat yang lebih buruk, fenomena ini menjadi akar terbelahnya pemahaman masyarakat yang menyebabkan polarisasi keagamaan semakin berlanjut.

Konten-konten edukatif memang bisa diakses oleh semua kalangan, dari yang terpelajar hingga orang awam. Namun, konten tidak terverifikasi pun memiliki jangkauan yang sama luasnya. Banyak konten media sosial yang berpengaruh negatif bertebaran di media sosial, seperti pornografi, kebencian, rasisme, kriminal, kekerasan, pedofilia, dan LGBT (Fikri, 2019). Sejak tahun 2016 hingga 22 Februari 2025, Kementerian Komunikasi dan Digital (Kemkomdigi) telah memblokir total 9.031.089 konten negatif di internet. Dari jumlah tersebut, kategori terbanyak adalah perjudian dengan 5.124.670 konten, diikuti pornografi sebanyak 1.412.519 konten, serta penipuan online sebanyak 18.955 konten (Sudoyo, 2025). Komdigi juga telah memblokir sebanyak 180.954 konten bermuatan intoleransi, radikalisme, ekstremisme, dan terorisme di ruang siber sepanjang 2024 (BNPT, 2024). Maraknya konten negatif tersebut sangat dapat mempengaruhi pola pikir dan perilaku pengguna media sosial. Jika yang mengakses adalah kalangan terpelajar dan dapat menahan diri, mereka setidaknya akan melakukan pengecekan, klarifikasi, atau setidaknya mengabaikan konten yang keliru. Namun berbeda halnya jika yang mengakses adalah masyarakat awam yang minim pengetahuan agama, mereka sangat rentan untuk terhasut, tertipu, dan mengonsumsi informasi tanpa adanya filter.

Kehati-hatian dalam Penyebaran Konten Alquran Melalui Media Sosial

Alquran merupakan wahyu Ilahi yang sakral. Oleh karena itu, kesalahan dalam menyampaikan atau menyebarkan konten-konten yang berkaitan dengannya merupakan hal yang sangat serius dan berisiko tinggi. Kesalahan tersebut tidak hanya menyedatkan umat, tetapi juga dapat menjadi dosa besar bagi penyebarannya. Allah telah memperingatkan hal tersebut secara tegas dalam Alquran;

فَمَنْ أَظْلَمُ مِمَّنْ كَذَبَ عَلَى اللَّهِ وَكَذَّبَ بِالصِّدْقِ إِذْ جَاءَهُ ۗ أَلَيْسَ فِي جَهَنَّمَ مَثْوًى لِّلْكَافِرِينَ

“Maka, siapakah yang lebih zalim daripada orang yang membuat kebohongan terhadap Allah dan mendustakan kebenaran ketika datang kepadanya? Bukankah di (neraka) Jahanam terdapat tempat tinggal bagi orang-orang kafir?” (QS. Az-Zumar, Ayat 32).

Ayat ini menunjukkan bahwa berdusta atas nama Allah merupakan bentuk kezaliman yang besar, termasuk dalam hal menafsirkan ayat Alquran tanpa ilmu. Dalam konteks kekinian, hal ini mencakup pula kesalahan dalam membuat dan menyebarkan konten-konten bertema Alquran di berbagai media, terutama di media sosial yang bersifat sangat terbuka dan bebas. Kebebasan media sosial yang memungkinkan siapa saja membuat konten tanpa batasan, memperbesar potensi terjadinya kesalahan tafsir, distorsi makna, bahkan penyebaran pemikiran menyimpang yang diklaim bersumber dari Alquran. Oleh sebab itu, pembuatan konten bertema Alquran harus dilakukan dengan penuh kehati-hatian dan didasarkan pada keilmuan yang kredibel, bukan hanya motivasi populer, bahkan kontroversial.

Salah satu langkah yang sangat penting adalah melibatkan para ulama dan ahli tafsir dalam proses pembuatan konten. Dengan begitu, konten-konten yang dihasilkan memiliki dasar keilmuan yang kuat. Kesalahan dalam menafsirkan ayat dapat berakibat pada kesalahan dalam memahami ajaran Islam secara keseluruhan. Maka, pembuat

konten yang tidak memiliki kapasitas ilmu akan rawan menyebarkan kekeliruan, baik disadari atau tidak. Di sisi lain, peran konsumen konten digital juga sangat penting. Masyarakat harus memiliki sikap kritis dalam mengakses dan menilai informasi, terutama yang berkaitan dengan Alquran. Konsumen dituntut harus mampu membedakan antara konten yang hanya bersifat opini pribadi dengan konten yang berbasis pada ilmu dari para ulama dan para ahli tafsir sehingga dapat digunakan sebagai panduan hidup atau motivasi yang sah secara *hujjah* (Wardani, 2021). Dalam hal ini, perlu adanya panduan, arahan, atau edukasi literasi keislaman digital dari pihak-pihak kredibel agar masyarakat tidak mudah terpengaruh oleh narasi-narasi keliru yang beredar di media sosial.

Jika fenomena kesalahan konten ini terus berkembang secara masif, terlebih jika mengandung unsur kesengajaan, maka pengawasan yang lebih serius sangat diperlukan. Perlu adanya suatu pengawasan akademis dari pihak-pihak berwenang seperti lembaga keagamaan, institusi pendidikan Islam, dan otoritas pemerintah yang kompeten. Pengawasan ini harus melibatkan ulama yang ahli di bidang Alquran dan tafsir, serta pembuat kebijakan yang dapat mendorong terbentuknya regulasi dalam penyebaran konten-konten keislaman di media digital. Misalkan aturan perlu adanya sumber rujukan dan dicantumkan dalam setiap konten (Fajar Mubarak & Fanji Romdhoni, 2021), serta perlu melibatkan pakar dalam bidang tersebut.

Sayangnya, hingga saat ini, upaya yang ada masih bersifat sebatas kritik akademis atau seruan moral, seperti fatwa MUI No. 24 Tahun 2017 tentang hukum dan pedoman bermuamalah melalui media sosial yang berisikan pedoman dan rekomendasi (Mahmudah, 2023). Belum ada aturan atau sistem pengawasan formal terstruktur yang secara khusus mengatur konten-konten keislaman di media sosial. Oleh karena itu, sinergi antara kalangan ulama, akademisi, dan regulator menjadi kebutuhan mendesak dalam menjaga kemurnian pesan Alquran dari distorsi dan penyimpangan yang tidak bertanggung jawab.

Simpulan

Transformasi penyebaran Alquran dari metode lisan dan tulisan menuju media digital telah membuka peluang besar bagi kemudahan akses, interaktivitas, dan diversifikasi bentuk penyampaian kajian Alquran, khususnya melalui platform media sosial. Dengan jumlah pengguna yang sangat besar, media sosial menjadi sarana strategis untuk menyebarluaskan pemahaman Islam secara inklusif dan menarik. Namun, kemudahan ini juga menghadirkan tantangan serius, terutama dalam hal otoritas keilmuan dan verifikasi konten. Munculnya fenomena "*death of expertise*", siapa saja merasa berhak menafsirkan Alquran tanpa dasar keilmuan. Hal ini berisiko menurunkan kesakralan wahyu Ilahi dan mengarahkan masyarakat awam kepada pemahaman yang keliru. Ketidakterlibatan ahli tafsir, penyimpangan narasi, hingga eksploitasi opini publik untuk kepentingan ideologis menjadi persoalan yang harus diwaspadai.

Oleh karena itu, diperlukan kehati-hatian dalam produksi dan konsumsi konten bertema Alquran di media sosial. Pembuat konten harus melibatkan ahli dan merujuk pada literatur ilmiah yang kredibel, sementara konsumen perlu dibekali dengan literasi keislaman digital. Sinergi antara ulama, akademisi, dan regulator sangat dibutuhkan untuk menjaga autentisitas dan integritas pesan Alquran dalam ruang digital masa kini.

Referensi

- Aminullah, M., & Irsyadi, N. (2025). Analisis Riwayat Israiliyat tentang Kisah Nabi Daud dalam Tafsir Ath-Thabari dan Tafsir Abdurrazzaq Ash-Shan'ani: Studi QS. Shad {38}: 21-25. *Tasamuh: Jurnal Studi Islam*, 17(April), 52-70. <http://e-jurnal.iainsorong.ac.id/index.php/Tasamuh/article/view/1870%0Ahttp://e-jurnal.iainsorong.ac.id/index.php/Tasamuh/article/download/1870/1191>
- BNPT. (2024). *BNPT: 180 Ribu Konten Bermuatan Terorisme Diblokir Sepanjang 2024*. Bnpt.Go.Id. <https://www.bnpt.go.id/bnpt-180-ribu-konten-bermuatan-terorisme-diblokir-sepanjang-2024>
- Fajar Mubarak, M., & Fanji Romdhoni, M. (2021). Digitalisasi al-Qur'an dan Tafsir Media Sosial di Indonesia. *Jurnal Iman Dan Spiritualitas*, 1(1), 110-114. <https://doi.org/10.15575/jis.v1i1.11552>
- Fikri, A. (2019). Pengaruh Globalisasi dan Era Disrupsi terhadap Pendidikan dan Nilai-Nilai Keislaman. *Sukma: Jurnal Pendidikan*, 3(1), 117-136. <https://doi.org/10.32533/03106.2019>
- Hadi, S. (2025). Pemanfaatan Media Sosial untuk Meningkatkan Pembelajaran Al-Qur'an dan Hadits di Era Digital. *JiIC: Jurnal Intelek Insan Cendekia*, 2(2), 2614-2619. <https://jicnusantara.com/index.php/jiic>
- Lukman, F. (2016). Tafsir Sosial Media di Indonesia. *Nun*, 2(2), 117-139. <https://jurnalnun.aiat.or.id/index.php/nun/article/view/59>
- Lukman, F. (2018). Digital Hermeneutics and A New Face of The Qur'an Commentary: The Qur'an in Indonesian's facebook. *Al-Jami'ah: Journal of Islamic Studies*, 56(1), 95-120. <https://doi.org/10.14421/ajis.2018.561.95-120>
- Mahmudah, N. (2023). *Hukum dan Pedoman Bermuamalah melalui Media Sosial*. <https://mui.or.id/baca/fatwa/hukum-dan-pedoman-bermuamalah-melalui-media-sosial>
- Michael Dewing. (2010). *Social Media An Introduction*. Library of Parliament Bibliotheque du Parlement.
- Mukhlis Rahman, M. (2020). Tradisi Bacaan Al-Qur'an Untuk Ibu Hamil (Studi Murottal Al-Qur'an Dalam Media Youtube). *Al-Dzikra: Jurnal Studi Ilmu Al-Qur'an Dan Al-Hadits*, 14(2), 239-270. <https://doi.org/10.24042/the>
- Mustofa, S. (2019). Berebut Wacana: Hilangnya Etika Komunikasi di Ruang Publik Dunia Maya. *Jurnal Studi Agama Dan Masyarakat*, 15(1), 58-74. <https://doi.org/10.23971/jsam.v15i1.1139>
- Qadri, M. (2020). Pengaruh Media Sosial dalam Membangun Opini Publik. *Qaumiyyah: Jurnal Hukum Tata Negara*, 1(1), 49-63. <https://qaumiyyah.org/index.php/qaumiyyah/article/view/4>
- Rainer, P. (2024). *Inilah Media Sosial yang Paling Sering Dipakai di Indonesia*. <https://goodstats.id/article/inilah-media-sosial-paling-sering-dipakai-di-indonesia-Pdyt0>
- Riski Nur Hidayah. (2023). *Kisah Nabi Daud Mendapatkan Istri Ke 100 ! - Sejarah Islam*. [www.youtube.com. https://www.youtube.com/watch?v=yqIzXHJttPA](https://www.youtube.com/watch?v=yqIzXHJttPA)
- Sudoyo, W. (2025). *Sejak 2016, Kemkomdigi Blokir Sembilan Juta Konten Negatif di Situs dan Medsos*. Indonesia.Go.Id. <https://indonesia.go.id/kategori/sosial-budaya/9029/sejak-2016-kemkomdigi-blokir-sembilan-juta-konten-negatif-di-situs-dan-medsos?lang=1>
- Sumadi, & Nurdin, R. (2023). Tafsir Al-Qur'an di Media Sosial (Karakteristik Penafsiran Pada Akun Media Sosial @Quranreview). *Jurnal Ilmiah Ilmu Ushuluddin*, 22(2), 143-

156. <https://doi.org/10.18592/jiiu.v22i2.11008>
- Wafa Ridwanulloh, M. (2023). Fenomena Matinya Kepakaran: Tantangan Dakwah di Era Digital. *Prosiding Konferensi Integrasi Interkoneksi Islam Dan Sains*, 5, 121-127. <https://ejournal.uin-suka.ac.id/saintek/kiiis/article/view/3712>
- Wardani. (2021). *Ragam Tafsir Nusantara Varian Local, Kreativitas Individual dan Peran Perguruan Tinggi dan Media Sosial*. Zahir Publishing.
- Yonatan, A. Z. (2025). *Indonesia Habiskan 188 Menit per Hari Akses media Sosial*. <https://goodstats.id/article/indonesia-habiskan-188-menit-per-hari-akses-media-sosial-qtU1j>