

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian terhadap akun Instagram @ulamaqurany dengan pendekatan Etnografi Digital, ditemukan bahwa:

1. Interaksi dengan Al-Qur'an yang ditampilkan para kiai dan nyai terbagi ke dalam tiga tipologi: baru mengenal, sedang mendalami, dan telah lama berinteraksi. Mayoritas tipologi interaksi mereka menunjukkan bahwa mereka telah lama berinteraksi dengan Al-Qur'an, ditandai dengan aktivitas rutin muroja'ah, mengajar, menjaga hafalan, serta menasihati orang lain untuk memuliakan Al-Qur'an. Temuan ini selaras dengan tipologi Farid Esack scholarly lover yakni mencintai Al-Qur'an dengan pemahaman mendalam dan disertai kesadaran sosial. Sedangkan kerangka Abdullah Saeed lebih kepada pendekatan kontekstual, karena menyampaikan pesan Qur'ani yang disesuaikan dengan pengalaman hidup, etika sosial, dan kesadaran spiritual masa kini. Ketiganya mencerminkan spektrum keterlibatan spiritual dan intelektual terhadap Al-Qur'an dalam ruang digital.
2. Pola interaksi yang ditemukan bersifat representatif, partisipatif, dan transformasional. Representatif berarti akun ini menjadi ruang otoritatif untuk menyampaikan nilai-nilai Qur'ani secara visual dan ringkas. Partisipatif tampak dari keterlibatan aktif audiens dalam memberi komentar dan membagikan ulang konten. Transformasional terbaca dari jejak digital berupa refleksi dan respons emosional, yang menunjukkan potensi perubahan kesadaran religious.

Dengan demikian, akun @ulamaqurany bukan sekadar media dakwah, melainkan ruang interaksi dinamis antara teks Al-Qur'an, otoritas keagamaan, dan partisipasi umat di era digital.

B. Saran

Persoalan interaksi Al-Qur'an di media sosial menyisakan adanya perdebatan terkait dengan bergesernya otoritas keagamaan. Otoritas itu tampaknya masih berlaku di ruang media sosial, khususnya ketika agama turut masuk ke dalam transformasi digital.

Untuk itu, secara teoretis otoritas keagamaan perlu didiskusikan kembali dalam konteks media sosial, terutama berkaitan dengan interaksi terhadap Al-Qur'an. Penelitian ini menyarankan agar kajian mengenai otoritas keagamaan dalam ruang digital terus dikembangkan, terutama dengan fokus pada bagaimana posisi otoritas tersebut terwujud dalam praktik keagamaan yang disebarkan dan dikonsumsi melalui media sosial.