

**ANALISIS KOMODIFIKASI KONTEN AL-QUR'AN DI INSTAGRAM  
PADA AKUN @QURANBASEDPLAY**

**Fithrah Lathifah**

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

fitrahlatifah@gmail.com

**ABSTRACT**

This article aims to analyze the commodification of Quranic content on the @quranbasedplay account using Vincent Mosco's theory of commodification. This study is motivated by the observation that as Quranic education becomes accessible online, the Quran undergoes various transformations, one of which is the process of commodification. This is a qualitative study employing library research methodology. The primary data sources in this study are the Qur'anic posts on the @quranbasedplay account, while secondary sources include articles and books related to the topic of discussion. The data collection techniques used in this study are observation and documentation, and the data analysis technique is content analysis, supported by Vincent Mosco's political economy theory, which focuses on the commodification of content. The results of this study reveal three key findings. First, the simplification of the Qur'an's meaning in @quranbasedplay posts occurs when the meaning of each Qur'anic verse is not referenced from a tafsir (exegesis) but is directly linked to the post's thematic objective. Second, the commodification of Qur'anic content occurs when Qur'anic surah or exegesis undergo a production process specifically, when a surah is packaged into an e-book containing interpretations of Surah al-Fatihah and a parenting curriculum, and when the second post on Surah al-Baqarah is divided into several themes to be discussed within the Qur'an Based Play Club. Third, the implication of the commodification of Qur'anic content is that the Qur'an no longer possesses only spiritual or utilitarian value but has shifted to having exchange or economic value.

**Keywords :** *Commodification, Quranic Content, Quran-Based Play.*

**ABSTRAK**

Artikel ini bertujuan untuk menganalisis komodifikasi konten Al-Qur'an pada akun @quranbasedplay dengan menggunakan teori komodifikasi Vincent Mosco. Penelitian ini dilatarbelakangi bahwa ketika pembelajaran Al-Qur'an sudah bisa diakses secara online maka Al-Qur'an akan bertransformasi dengan banyak hal, salah satunya ialah proses komodifikasi. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian *library research*, sumber data primer dalam penelitian ini ialah postingan Al-Qur'an pada akun @quranbasedplay dan sumber sekunder ialah artikel dan buku yang terkait dengan topik pembahasan. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini ialah observasi dan dokumentasi, dan teknik analisis data ialah *content analysis* yang dibantu dengan teori ekonomi politik Vincent Mosco yang berfokus pada komodifikasi konten. Hasil penelitian ini menunjukkan tiga hal, *Pertama*, bentuk penyederhanaan makna Al-Qur'an pada postingan @quranbasedplay ialah ketika makna setiap ayat Al-Qur'an tidak dirujuk kepada kitab tafsir akan tetapi langsung dikaitkan dengan tujuan tema postingan. *Kedua*, bentuk komodifikasi konten Al-Qur'an terjadi ketika surah Al-Qur'an atau tafsir melewati mekanisme produksi yakni ketika surah Al-Qur'an dikemas menjadi *ebook* berisi pemaknaan surah al-Fatihah dan kurikulum pola asuh anak dan postingan kedua surah al-Baqarah dibagi kedalam beberapa tema yang akan dibahas di dalam *Qur'an Based Play Club*. *Ketiga*, implikasi dari komodifikasi konten Al-Qur'an ialah Al-Qur'an tidak hanya memiliki nilai spiritual atau nilai guna akan tetapi beralih menjadi memiliki nilai tukar atau ekonomi.

**Kata Kunci :** *Komodifikasi, Konten Al-Qur'an, Quranbasedplay*

## A. PENDAHULUAN

Pembelajaran Al-Qur'an dan Tafsir yang saat ini sudah bisa diakses secara *online* membuat Al-Qur'an bertransformasi dengan banyak hal, salah satunya dengan sebuah proses yang disebut komodifikasi. Komodifikasi diartikan dengan mengubah nilai guna (*use value*) menjadi nilai tukar (*exchange value*). (Mosco, 2009, hal. 129) Pada saat Al-Qur'an menjadi objeknya maka dapat disebut sebagai komodifikasi konten Al-Qur'an yang di mana ayat Al-Qur'an yang memiliki nilai spiritualitas atau nilai guna beralih memiliki nilai tukar melalui mekanisme produksi. Fenomena komodifikasi konten Al-Qur'an dapat dilihat pada beberapa *platform*. *Pertama*, aplikasi Al-Qur'an berbayar untuk versi premium seperti aplikasi muslim pro (*Muslim Pro: Al-Qur'an Azan Doa*, 2025), *kedua*, aplikasi menghafal dan tadabbur Al-Qur'an berlangganan seperti aplikasi Ngafal Ngefeel, (*Ngafal Ngefeel*, 2025) dan *ketiga*, postingan di instagram seperti akun *@quranbasedplay* yang menyediakan *e-book* berbayar berisi pemaknaan satu surah dan ide bermain bersama anak berdasarkan Surah Qur'an dan kelas Al-Qur'an terkait parenting. Ketiga bentuk di atas memperlihatkan adanya peralihan nilai spiritual Al-Qur'an menjadi nilai tukar ekonomi, bahwa akses premium dan *e-book* yang eksklusif terkait Al-Qur'an hanya bisa didapatkan dengan cara berbayar.

Penelitian terkait komodifikasi Al-Qur'an dapat dikelompokkan menjadi dua aspek. *Pertama*, komodifikasi konten Al-Qur'an di media sosial dan media massa.

Penelitian ini melakukan penelitian terhadap konten yang ada di instagram, youtube, dan televisi berkaitan dengan penggunaan ayat Al-Qur'an yang sesuai dengan tujuan marketing, melihat sisi positif dan negatif, dan akibat dari fenomena komodifikasi. (Amalia, 2022; Firdaus et al., 2022; Jannah, 2023; Khanifa, 2023) *Kedua*, komodifikasi Al-Qur'an melalui mushaf Al-Qur'an. Penelitian ini melakukan penelitian terkait Al-Qur'an digital dari *Grand Maqamat* dan aplikasi *muslim pro* berkaitan dengan etika Islam, fiqih, dan teologis, serta melihat proses mengkomodifikasi Al-Qur'an melalui strategi industrial dengan memanfaatkan tokoh-tokoh agama sebagai alat pemasaran (Fais & Asyiri, 2021; Mardiah, 2025; Nugraha, 2014).

Penulis juga menemukan satu penelitian yang membahas akun *@quranbasedplay* akan tetapi bukan dari sisi komodifikasi, yakni dari sisi sumber, metode, validitas, dan implikasi penafsiran ayat Al-Qur'an pada akun tersebut. (Rahmatin Nuzuliyah, 2024) Berdasarkan hal ini, maka belum ditemukan penelitian yang mengkaji konten Al-Qur'an di akun *@quranbasedplay* khususnya tentang komodifikasi dengan melihat sisi yang berbeda dan memiliki fokus kajian pada konsep komodifikasi konten oleh Vincent Mosco.

Tujuan penulisan ini secara umum ialah melengkapi studi-studi yang telah dilakukan sebelumnya dengan melihat proses komodifikasi konten pada satu akun. Tulisan ini akan menunjukkan pola proses komodifikasi konten Al-Qur'an dapat terjadi di media sosial, khususnya instagram. Sejalan dengan hal itu,

ada tiga pertanyaan yang akan dijawab di dalam penelitian ini, *pertama* bagaimana bentuk penyederhanaan makna Al-Qur'an pada postingan akun *@Qur'anbasedplay*, *kedua* bagaimana bentuk komodifikasi konten Al-Qur'an terjadi pada akun *@Qur'anbasedplay*, dan *ketiga* bagaimana implikasi dari komodifikasi konten Al-Qur'an terhadap makna dan fungsi dakwah di ruang digital. Penelitian ini memiliki urgensi teoretis dan sosial. *Pertama* sisi teoretis, kajian ini memperluas penerapan teori ekonomi politik komunikasi Vincent Mosco ke ranah studi Islam, khususnya pada fenomena digitalisasi Al-Qur'an. *Kedua* sisi sosial-teologis, penelitian ini penting untuk menelaah bagaimana logika kapitalisme digital berpotensi mengubah makna spiritual wahyu menjadi nilai ekonomi, serta bagaimana umat Islam dan pelaku dakwah dapat menjaga kesucian pesan Al-Qur'an di tengah dinamika pasar digital.

## B. LANDASAN TEORI

Penelitian ini menggunakan teori ekonomi politik dari Vincent Mosco. Teori ekonomi politik Vincent Mosco memiliki tiga tahapan analisis yaitu komodifikasi, spasialisasi, dan strukturasi. Pada penelitian ini penulis membatasi pada satu tahapan yaitu tahap komodifikasi lebih khusus lagi yakni komodifikasi konten. Teori komodifikasi menurut Vincent Mosco ialah proses transformasi barang dan jasa yang memiliki nilai guna (*use value*) menjadi memiliki nilai tukar (*exchange value*). (Mosco, 2009, hal. 129) Pada penelitian ini terkait komodifikasi konten, penulis menganalisis bagaimana konten Al-

Qur'an yang awalnya dibentuk menggunakan wacana interpretatif kemudian dapat diubah menjadi nilai tukar (*exchange value*) oleh pemilik akun. (Mosco, 2009, hal. 189–193).

## C. METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian *library research*. Sumber data primer pada penelitian ini ialah postingan pada akun *@quranbasedplay* yang dibatasi pada postingan terkait ayat Al-Quran yang memiliki kecenderungan pada komodifikasi konten Al-Qur'an. Sedangkan data sekunder pada penelitian ini bersumber dari penelitian yang relevan dengan topik pembahasan. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini ialah observasi dan dokumentasi. Penulis mengobservasi postingan-postingan di akun *@quranbasedplay* yang berkaitan dengan penelitian ini. Postingan dalam bentuk foto kemudian didokumentasikan dengan cara diunduh dan menyimpannya pada folder khusus. Selanjutnya, postingan yang telah disimpan, diobservasi untuk menemukan data yang diperlukan sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian. Teknik analisis data ialah *content analysis* dan dibantu dengan teori ekonomi politik Vincent Mosco.

## D. HASIL PEMBAHASAN

### 1. Akun Instagram *@QuranBasedPlay*

Akun ini berangkat dari sebuah benang merah bahwa anak usia dini sama sekali tidak membutuhkan belajar akademis, karena pada usia 0-7 Tahun yang menjadi *golden age* dalam perkembangan fitrahnya ialah fitrah keimanan. Berangkat dari hal itulah, pemilik akun

memikirkan cara agar bagaimana anak-anak terpesona pada penciptanya yang tentu dengan cara mengenalannya pada penciptanya dan itu semua tersedia di alam dengan menjadikan Al-Qur'an sebagai sumber utama pengajaran, maka hadirilah *Qur'an based Play* dimaknai bermain berbasis Al-Qur'an adalah suatu cara mendidik atau bermain dengan anak yang tujuannya ialah lebih dekat dengan Allah melalui ayat-ayat Al-Qur'an, dengan cara mengambil ide bermain dan mendidik anak yang bersumber dari Al-Qur'an untuk menghidupkan fitrah keimanan.

*Quran Based Play* adalah salah satu cara untuk lebih dekat dengan Al-Qur'an, pada anak usia dini dengan mengenalkan sesuatu yang berkaitan dengan alam. Untuk anak usia sekolah jauh lebih kompleks seperti luar angkasa, surga neraka dan hukum fisika. Cara melakukannya ialah dengan pemilihan satu ayat di dalam Al-Qur'an yang berkaitan dengan alam, kemudian *nature walk*, dan *nature play*.<sup>1</sup>

Terhitung hingga tanggal 25 Desember 2025 akun *@QuranBasedPlay* memiliki 82.8 ribu pengikut dengan jumlah unggahan sebanyak 450 postingan yang didominasi oleh konten visual bertema tafsir dan refleksi ayat atau surah. Pada awal-awal postingan Agustus 2020, pemaparan terkait *Qur'an Based Play* masih berbentuk satu postingan tunggal yang contohnya berisi tentang ayat Al-Qur'an

tentang daun, biji, berbagai macam tumbuhan, semut, batu dan penjelasan tentang bagaimana bisa bermain dengan anak-anak dijelaskan di *caption*. Ada postingan yang juga berangkat dari surah an-Nisa' ayat 36 menjadi ide *brilliant* dengan tema *cooking therapy* yang dapat dilakukan orang tua dan anak di rumah.<sup>2</sup> Akun *@QuranBasedPlay* juga melakukan kolaborasi dengan beberapa komunitas seperti komunitas Ngafal Ngefeel berisi webinar tadabbur ayat Qur'an.<sup>3</sup> Berkolaborasi dengan Ngafal Ngefeel dalam tadabbur ayat Al-Qur'an yang di dalamnya terdapat ide untuk bermain dengan anak.<sup>4</sup> Komunitas Aksi Cepat Tanggap (ACT) dalam open donasi untuk korban bencana<sup>5</sup>, dan beberapa kolaborasi yang lain.

Akun ini juga memaparkan unggahan singkat terkait tafsiran beberapa ayat, seperti surah an-Najm: 13-15.<sup>6</sup> Akun ini konsisten dengan postingan terkait Al-Qur'an yang dari ayat Al-Qur'an tersebut dapat dijadikan kurikulum untuk anak-anak bermain bersama kedua orang tuanya. Akun *@QuranBasedPlay* melakukan *upgrade* postingan pada tanggal 31 Januari 2021 yang di mana postingan yang ditampilkan sudah berupa *slide* demi *slide* dan terdapat penjelasan langsung seperti apa bentuk aktivitas dan bagaimana cara melakukannya bersama anak. Akun ini memperkenalkan e-book pertamanya yang menuliskan "*Jurnal*

<sup>1</sup>[https://www.instagram.com/share/p/\\_7mChk13Q](https://www.instagram.com/share/p/_7mChk13Q), diakses tanggal 25 Desember 2025

<sup>2</sup>[https://www.instagram.com/share/p/\\_p\\_cE\\_H-I](https://www.instagram.com/share/p/_p_cE_H-I), diakses tanggal 25 Desember 2025

<sup>3</sup><https://www.instagram.com/p/Ce9kL-oPJIS/?igsh=MTJ1eHM1cG1tMjRubQ==>, diakses tanggal 26 Desember 2025

<sup>4</sup><https://www.instagram.com/p/CIxcOcsMaji/?igsh=bWV1YjgwNHlhenp3>, diakses tanggal 26 Desember 2025

<sup>5</sup>[https://www.instagram.com/p/CV93fWHv0vv/?img\\_index=3&igsh=MXE0YXR3OXZreGIwcvw==](https://www.instagram.com/p/CV93fWHv0vv/?img_index=3&igsh=MXE0YXR3OXZreGIwcvw==), diakses tanggal 26 Desember 2025

<sup>6</sup>[https://www.instagram.com/p/CMbxRmHM3Zc/?img\\_index=4&igsh=MXczZW55N2Z2Ymx5bQ=](https://www.instagram.com/p/CMbxRmHM3Zc/?img_index=4&igsh=MXczZW55N2Z2Ymx5bQ=), diakses tanggal 26 Desember 2025

*Qur'an Based Play Anak berdasarkan 8 Aspek Fitrah*” yang isinya terdiri dari 12 point dan bisa didapatkan pada link yang tersedia di bio instagram @quranbasedplay.

Akun ini memperkenalkan dengan lebih jelas apa itu *Qur'an Based Play* pada bulan Agustus 2021 dengan ajakan bergabung dengan *Qur'an Based Play Club*.<sup>7</sup> Akun @quranbasedplay juga menyediakan grup telegram untuk bisa bergabung menjadi keluarga besar *Qur'an Based Play Club*.<sup>8</sup> Pada tahun 2025, akun @quranbasedplay tetap konsisten menyajikan unggahan berisi ide bermain bersama anak berdasarkan ayat-ayat Al-Qur'an seperti kisah sapi betina dalam surah al-Baqarah<sup>9</sup>, dan mulai membuka kembali *open member Qur'an Based Play* dan juga menyajikan *ebook* pemaknaan surah al-Fatihah dan Pola Asuh Anak.

**2. Penyederhanaan Makna Al-Qur'an**

Penulis mengambil dua contoh postingan pada akun @quranbasedplay yakni postingan yang berjudul “Al-Fatihah dan Pola Asuh Anak”,<sup>10</sup> dan “Open Member *Qur'an Based Play Club (Al-Baqarah Vol. 1)*”<sup>11</sup> untuk melihat bentuk penyederhanaan makna Al-Qur'an pada postingan yang diunggah. Berikut pemetaan konten yang disajikan dalam bentuk gambar dan tabel untuk memudahkan melihat

pola penyederhanaan makna Al-Qur'an pada akun @quranbasedplay.

- a. Postingan dengan Judul Al-Fatihah dan Pola Asuh Anak

Postingan pertama yakni berjudul “Al-Fatihah dan Pola Asuh Anak” diunggah pada tanggal 3 September 2025. Memiliki 556 like, 76 komentar, 47 kali diposting ulang, dan 155 kali dibagikan per tanggal 25 Desember 2025. Berikut gambar postingan yang berjumlah 10 slide beserta identifikasi setiap slide.

Gambar	Identifikasi
 <p>Gambar 1. Slide Pertama</p>	<p>Gambar ini merupakan slide pertama dari postingan berisi judul postingan “Al-Fatihah &amp; Pola Asuh Anak”</p>
 <p>Gambar 2. Slide Kedua</p>	<p>Gambar ini merupakan slide kedua yang menyatakan bahwa al-Fatihah adalah pedoman kehidupan. Pada slide ini terlihat jelas pernyataan, bahwa jika surah al-</p>




7 <https://www.instagram.com/share/p/BAH-dtF4Fg>, diakses tanggal 25 Desember 2025  
<sup>8</sup><https://www.instagram.com/p/CYJSbo0vi>  
<sup>9</sup><https://www.instagram.com/p/C01A7rRP>  
<sup>10</sup><https://www.instagram.com/share/p/BAH-dtF4Fg>, diakses tanggal 26 Desember 2025  
<sup>11</sup><https://www.instagram.com/share/p/BAKeM9S1pp>, diakses tanggal 26 Desember 2026

10 [https://www.instagram.com/share/p/\\_xY8mCTn4](https://www.instagram.com/share/p/_xY8mCTn4), diakses tanggal 25 Desember 2025  
<sup>11</sup><https://www.instagram.com/share/p/BAKeM9S1pp>, diakses tanggal 25 Desember 2025

Fatihah dihubungkan dengan pola asuh anak maka menjadi sebuah peta besar atau *blueprint* pendidikan keluarga.

Slide ketiga hingga slide ke Sembilan ialah pemaparan setiap ayat surah al-Fatihah dan di sinilah bentuk penyederhanaan makna Al-Qur'an terlihat karena pemaknaan setiap ayat surah al-Fatihah tidak diambil dari kitab tafsir namun langsung dikaitkan dengan pola asuh anak sesuai dengan tujuan postingan.

<p>Gambar 3. Slide Ketiga</p>	<p>Gambar 4. Slide Keempat</p>
	
<p>Gambar 5. Slide Kelima</p>	<p>Gambar 6. Slide Keenam</p>
	
<p>Gambar 7. Slide Ketujuh</p>	<p>Gambar 8. Slide Kedelapan</p>

	
<p>Gambar 9. Slide Kesembilan</p>	
	

Tabel pada slide tiga hingga sembilan menguraikan integrasi ketujuh ayat surah Al-Fatihah dengan prinsip pola asuh anak. Secara berurutan, ayat pertama mengajarkan anak untuk memulai segala sesuatu dengan menyebut nama Allah melalui teladan orang tua demi menumbuhkan kesadaran akan pengawasan Tuhan. Ayat kedua menanamkan praktik bersyukur atas nikmat kecil agar anak selalu memandang dunia dengan rasa cukup. Selanjutnya, ayat ketiga menekankan pola asuh berbasis kasih sayang agar anak merasa aman, yang diimbangi oleh ketegasan orang tua. Ayat keempat berfungsi melatih anak mengambil keputusan dan memahami bahwa setiap perbuatan pasti menuntut pertanggungjawaban. Pada ayat kelima, anak diarahkan untuk bergantung kepada Allah, memperbaiki hubungan dengan Pencipta, dan menjadikan ibadah sebagai tujuan hidup. Ayat keenam membimbing anak agar menjadikan doa sebagai

kebutuhan seumur hidup untuk mencari kebenaran, bukan sekadar mengikuti tren. Terakhir, ayat ketujuh membentuk kemampuan anak untuk membedakan yang baik dan benar, memilih teladan, serta menghindari perilaku yang mendatangkan murka Allah SWT.

b. Postingan dengan Judul *“Open Member Qur'an Based Play Club (Al-Baqarah Vol. 1)”*

Postingan pertama yakni berjudul *“Open Member Qur'an Based Play Club (Al-Baqarah Vol. 1)”* diunggah pada tanggal 14 Juli 2025. Memiliki 510 like, 120 komentar, dan 90 kali dibagikan per tanggal 25 Desember 2025. Berbeda dengan surah al-Fatihah, postingan kedua ini hanya memberikan pemaknaan umum tentang surah al-Baqarah, dan selanjutnya memaparkan kurikulum pola asuh anak berdasarkan surah al-Baqarah ini. Berikut gambar postingan yang berjumlah 7 slide beserta identifikasi setiap slide.

Gambar	Identifikasi
	Gambar ini merupakan slide pertama dari postingan berisi judul postingan <i>“Open Member Qur'an Based Play Club (Al-Baqarah Vol. 1)”</i>
	Berbeda dengan postingan pertama, pada postingan kedua ini, penjelasan terkait makna surah

Gambar 10. Slide Pertama

	al Baqarah dipaparkan secara umum tentang surah al-Baqarah yang diturunkan di Madinah, disebut sebagai <i>fasthaatul Qur'an</i> (rangkuman Al-Qur'an), disertai dengan hadist dari ad-Darimi.
	Tabel pada Gambar 13 menyederhanakan surah Al-Baqarah ayat 1–39 ke dalam kurikulum pendidikan karakter selama empat pekan dengan tema berurutan: Perbuatan Baik, Kejujuran, Kepatuhan dan Ketaatan, serta Tanggung Jawab.
	Gambar 14 menjelaskan bagaimana gambaran kegiatan <i>Qur'an Practice al-Baqarah</i> berupa Tafsir per kata bahasa Arab Al-Qur'an, Tafsir klasik dan kontemporer, refleksi diri, hikmah, dan praktik aksinya.

Gambar 11. Slide Kedua

Gambar 11. Slide Kedua

Gambar 13. Slide Keempat


Gambar 14. Slide Kelima

Gambar 15. Slide Keenam

Berdasarkan pemaparan di atas, bentuk penyederhanaan makna Al-Qur'an masing-masing postingan berbeda. Postingan pertama dengan judul "Al-Fatihah dan Pola Asuh Anak" berdasarkan dari slide ketiga hingga slide kesembilan memperlihatkan ayat Al-Qur'an divisualisasikan dengan tampilan yang menarik, namun tidak memaparkan penafsiran dari kitab tafsir akan tetapi langsung mengaitkan dengan pola asuh anak yang dirangkum dalam tiga poin untuk setiap ayat. Postingan yang kedua dengan judul "Open Member Qur'an Based Play Club (Al-Baqarah Vol. 1)" bentuk penyederhanaan makna Al-Qur'an-nya ialah ketika ayat surah al-Baqarah dibagi berdasarkan tema dan dijadikan kurikulum yang dapat diajarkan untuk anak.

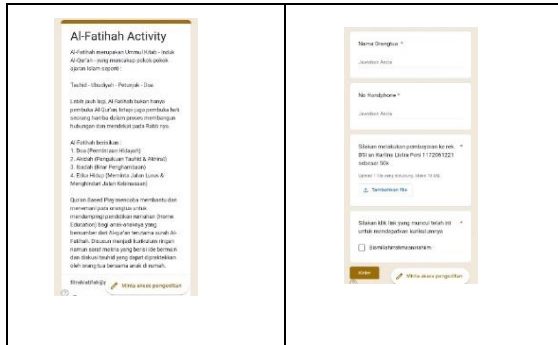
### 3. Bentuk Komodifikasi Konten Al-Qur'an

Berikut penjelasan yang mengarahkan kepada bentuk komodifikasi konten Al-Qur'an:

	<p>Ini merupakan slide kesepuluh dari postingan pertama. Terdapat ketik "Al-Fatihah" untuk mendapatkan ebook terkait surah al-Fatihah yang dikemas secara sederhana, mudah dipahami melalui</p>
<p>Gambar 16. Slide Kesepuluh Postingan Pertama</p>	

	<p>kurikulum bermain anak.</p>
 <p>Gambar 17 &amp; 18. Slide Keempat dan keenam Postingan kedua</p>	<p>Pada kedua slide di postingan kedua ini terdapat kata kata info lengkap dan link pendaftaran. Htm 100k. Jenis program ini ditujukan untuk ibu. Postingan ini menawarkan Al-Qur'an club untuk para ibu dengan kurikulum pendidikan karakter yang disusun berdasarkan tema dari surah al-Baqarah.</p>

<p>Gambar 19. Kolom komentar</p>	<p>Gambar 20. Direct Message</p>
	
<p>Gambar 21. Google Form</p>	<p>Gambar 22. Google Form</p>



Berdasarkan pemaparan di atas, dua postingan tersebut mengemas postingan terkait surah al-Fatihah dan al-Baqarah dengan cara yang berbeda dan tujuan yang berbeda. Postingan pertama memiliki tujuan penawaran dan berfokus pada *ebook* yang berisi pemaknaan surah al-Fatihah beserta kurikulum pola asuh anak, sedangkan postingan kedua menawarkan *Qur'an Club* dengan aktifitas yang lebih banyak berdasarkan surah al-Baqarah. Proses transaksi dapat terjadi ketika audiens yang membaca postingan mengetik “*al-Fatihah*” (seperti pada **gambar 19**) di kolom komentar dan akan mendapatkan *direct message* seperti pada **gambar 20** yang berisi link pendaftaran yang harus diisi untuk mendapatkan akses *full* pada *ebook* maupun bergabung ke *Qur'an Based Play Club*. *Direct message* otomatis juga berfungsi bagi pemilik akun untuk mengetahui daftar kontak audiens yang tertarik dengan postingan, hal ini merupakan langkah awal menuju penjualan. Langkah akhir yang dilakukan ialah mengarahkan audiens ke halaman pembelian produk dengan meng-klik tautan yang dibagikan, seperti pada Gambar 21 dan 22, untuk mengisi Google Form. Formulir ini meminta audiens untuk mengisi data diri (nama, nomor HP, dan *email*). Kedua, pada formulir

tersebut langsung ditetapkan biaya keikutsertaan untuk mendapatkan *ebook* pemaknaan surah al-Fatihah beserta kurikulum pola asuh anak maupun bergabung pada *Qur'an Based Play Club*.

Berdasarkan pemaparan di atas, bentuk komodifikasi konten Al-Qur'an terjadi ketika surah Al-Qur'an atau tafsir melewati mekanisme produksi. Seperti pada postingan pertama, surah Al-Qur'an dikemas menjadi *ebook* berisi pemaknaan surah al-Fatihah dan kurikulum pola asuh anak dan postingan kedua surah al-Baqarah dibagi kedalam beberapa tema yang akan dibahas di dalam *Qur'an Based Play Club*. Komodifikasi seperti yang didefinisikan oleh Mosco ialah transformasi barang dan jasa yang memiliki nilai guna (*use value*) menjadi memiliki nilai tukar (*exchange value*). (Mosco, 2009) Berdasarkan hal ini, surah al-Fatihah dan surah al-Baqarah yang semula memiliki nilai spiritual atau nilai guna (*use value*) setelah melalui mekanisme produksi yakni dikemas menjadi *ebook* dan kurikulum yang dibahas di dalam sebuah *club Qur'an* berubah memiliki nilai tukar (*exchange value*). Proses ini memungkinkan audiens yang tertarik, melakukan transaksi ekonomi untuk mendapatkan akses *full* untuk *ebook* pemaknaan surah al-Fatihah beserta kurikulum pola asuh dan *Qur'an Based Play Club* tersebut. Proses inilah yang disebut komodifikasi konten Al-Qur'an.

#### 4. Implikasi Komodifikasi Konten Al-Qur'an

Akun *@quranbasedplay* dapat dikategorikan sebagai bentuk dakwah digital karena aktivitasnya berfokus pada penyebaran

nilai-nilai Al-Qur'an melalui media sosial. Kontennya memuat ayat-ayat Al-Qur'an yang dihubungkan dengan kehidupan sehari-hari, terutama dalam konteks pendidikan anak dan keluarga. Setiap unggahan bertujuan menumbuhkan keimanan dengan cara yang sederhana dan menyenangkan, seperti ide bermain yang mengajak anak mengenal ciptaan Allah. Tampilan visual postingan yang menarik dengan *tone* yang lembut dan narasi ringan, tetap memuat substansi pesan yang berakar pada nilai tauhid dan pembinaan akhlak. Kehadiran platform media mempermudah penyebaran informasi agama secara lebih luas dan inklusif.(Abdullah & Falah, 2025) Berdasarkan karakteristik tersebut, akun ini mencerminkan bentuk baru dakwah yang tidak disampaikan melalui mimbar atau majelis, tetapi melalui media visual yang disesuaikan dengan budaya digital masyarakat modern.

Perkembangan dakwah digital melalui akun ini menunjukkan perubahan cara dan fungsi dakwah di masyarakat. Dulu dakwah disampaikan secara tatap muka, akan tetapi saat ini dakwah sudah bisa diakses melalui media digital. Dakwah berfungsi bukan hanya sebagai kegiatan pembinaan spiritual bersama, tetapi juga sebagai sarana berbagi pengetahuan keagamaan yang dapat diakses secara mandiri. Audiens tidak lagi duduk di majelis, melainkan belajar melalui konten yang ringkas dan mudah diikuti. Perubahan ini memperluas akses masyarakat terhadap pesan Al-Qur'an, namun sekaligus mengubah pengalaman dakwah menjadi lebih individual. Keakraban dan kehangatan relasi antara pendakwah dan jamaah

beralih menjadi hubungan virtual yang bergantung pada pesan visual dan interaksi digital.

Fenomena komodifikasi konten Al-Qur'an yang muncul melalui akun *@quranbasedplay* menunjukkan bahwa makna dakwah di era digital mengalami pergeseran dari aktivitas pembinaan spiritual menuju praktik produksi makna yang terikat pada mekanisme media dan algoritma. Ketika ayat-ayat Al-Qur'an disajikan dalam format visual yang menarik, mudah dibagikan, dan bahkan dapat diakses *ebook* pemaknaan suatu surah Al-Qur'an yang berbayar, nilai wahyu bertransformasi menjadi bentuk komoditas yang beroperasi di dalam sistem pertukaran simbolik. Proses ini tidak hanya melahirkan bentuk baru konsumsi religius, tetapi juga mengubah cara masyarakat berinteraksi dengan Al-Qur'an. Keterlibatan yang sebelumnya bersifat reflektif bergeser menjadi interaksi yang cepat, visual, dan mengikuti pola algoritma. Pergeseran ini menunjukkan perubahan cara memahami wahyu, di mana makna keagamaan tidak lagi hanya ruang perenungan spiritual, tetapi juga arena produksi makna yang terhubung dengan logika pertukaran dan distribusi digital. Setelah menguraikan implikasi fenomena tersebut, bagian berikut memberikan refleksi, interpretasi, dan komparasi terhadap proses komodifikasi konten Al-Qur'an.

Hasil penelitian seperti di atas hadir dikarenakan penggunaan kaca mata komodifikasi Vincent Mosco. Hasil rumusan masalah pertama yang memperlihatkan

penyederhanaan makna Al-Qur'an pada dua postingan akun tersebut menunjukkan bahwa kedalaman ilmu yang utuh terkait Al-Qur'an telah disesuaikan dan diadaptasi demi efisiensi postingan di Instagram. Hasil rumusan masalah kedua adanya bentuk komodifikasi konten Al-Qur'an terjadi karena adanya mekanisme produksi, surah Al-Qur'an dikemas menjadi *ebook* berbayar berisi pemaknaan surah al-Fatihah dan kurikulum pola asuh anak dan postingan kedua surah al-Baqarah dibagi kedalam beberapa tema yang akan dibahas di dalam *Qur'an Based Play Club*. Ketiga rumusan di atas menunjukkan bahwa ketika Al-Qur'an masuk ke dalam media digital, akan ada penyesuaian yang dilakukan oleh pemilik akun dalam menyebarkan konten Al-Qur'an, serta memiliki beberapa implikasi. Temuan di atas juga merefleksikan akun yang awalnya menyajikan ayat Al-Qur'an dan ide bermain bersama anak tanpa menawarkan apapun, melakukan penyesuaian dengan media salah satunya ialah ketika ayat suci Al-Qur'an yang semula memiliki nilai spiritual dengan dikemas menjadi *ebook* berbayar berisi pemaknaan surah Al-Qur'an telah beralih memiliki nilai ekonomi atau nilai tukar.

Fenomena komodifikasi konten Al-Qur'an seperti yang ditemukan pada akun *@quranbasedplay* menunjukkan arah baru bagi praktik dakwah di era digital. Pengemasan ayat-ayat Al-Qur'an dalam bentuk visual yang menarik dan mudah diakses akan terus mendorong terbentuknya budaya dakwah berbasis media yang berorientasi pada perhatian audiens serta algoritma media sosial. Kondisi

ini mendukung pandangan Mosco bahwa nilai guna suatu pesan berpotensi beralih menjadi nilai tukar ketika terlibat dalam proses produksi dan distribusi digital. (Mosco, 2009) Fenomena ini dapat juga disebut sebagai negosiasi antara tujuan spiritual dan kebutuhan ekonomi. (Rachmiate, 2025) Fenomena ini juga menunjukkan bahwa penyajian ajaran agama dengan format visual yang mengikuti algoritma telah membentuk pola konsumsi religius baru di kalangan pengguna media sosial. (Manik et al., 2025) Ketika hal ini berlanjut dakwah akan semakin bertransformasi menjadi praktik komunikasi visual yang menempatkan aspek performatif sebagai ukuran keberhasilan. (Hidayat et al., 2025) Pada titik tersebut, seperti diingatkan Hendra, Aepu, dan Kumbayoni (2025), nilai-nilai spiritual berpotensi menjadi simbol sosial yang dikapitalisasi secara kultural, melahirkan bentuk baru dari religiusitas digital yang bersifat konsumtif. (Hendra et al., 2025)

Penelitian ini selaras dengan penelitian yang mengkaji tentang mushaf *grand maqamat*, penelitian tentang aplikasi Al-Qur'an berbayar yakni penelitian yang menjadikan Al-Qur'an sebagai objek dalam proses yang disebut komodifikasi. Penegasan posisi penelitian ini ialah menemukan bentuk komodifikasi konten Al-Qur'an yang belum disentuh oleh penelitian sebelumnya, yakni berupa penjualan *ebook* berisi pemaknaan surah Al-Qur'an dan *club Al-Qur'an* berbayar. Beberapa penelitian seperti yang dilakukan oleh Amalia dan Jannah mengkaji tentang komodifikasi Al-Qur'an yang dikaitkan dengan penjualan busana oleh

beberapa *brand* baju muslimah. Peneliti menimbang, dua penelitian di atas tidak termasuk pada komodifikasi Al-Qur'an akan tetapi bisa masuk pada komersialisasi, karena seperti yang dijelaskan oleh Mahbub Ghazali (2025) pada mata kuliah Al-Qur'an di Era Digital UIN Sunan Kalijaga, bahwa komodifikasi Al-Qur'an itu yang dijual ialah Al-Qur'an dan tafsirnya. Sedangkan pada dua penelitian di atas yang dijual ialah pakaian, Al-Qur'an hanya digunakan sebagai strategi bukan objek yang dijual. Berdasarkan hal di atas, penelitian ini menemukan pola komodifikasi konten Al-Qur'an yang berbeda yakni komodifikasi pada tafsir Al-Qur'an, pemaknaan terhadap ayat Al-Qur'an

## E. KESIMPULAN

Fenomena komodifikasi konten Al-Qur'an di media sosial menunjukkan perubahan mendasar dalam cara masyarakat berinteraksi dengan Al-Qur'an. Hasil kajian terhadap akun *@quranbasedplay* menunjukkan bahwa ayat-ayat Al-Qur'an tidak lagi berfungsi sebagai pedoman spiritual, tetapi juga hadir sebagai konten visual yang dikemas untuk menarik perhatian *audiens* dan menyesuaikan diri dengan pola algoritma media sosial. Perubahan ini menandakan bahwa pesan keagamaan mulai beroperasi di wilayah pertukaran simbolik, di mana nilai-nilai spiritual bertransformasi menjadi daya tarik estetik dan kapital kultural. Dakwah yang semula berbasis relasi personal kini bergeser menjadi aktivitas yang diukur melalui keterlibatan digital, menunjukkan bahwa makna wahyu turut beradaptasi dengan sistem produksi makna dalam budaya media

modern. Perubahan ini juga menjadikan Al-Qur'an melewati mekanisme produksi sehingga memiliki nilai tukar yang dikemas dalam berbagai bentuk seperti *ebook* berisi pemaknaan surah berbayar atau kelas Al-Qur'an berbayar.

Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan kajian ekonomi politik komunikasi dan studi Al-Qur'an kontemporer dengan memperluas penerapan teori komodifikasi Vincent Mosco ke konteks kajian Al-Qur'an. Kajian ini menunjukkan bahwa komodifikasi tidak hanya terjadi pada aspek material seperti mushaf dan aplikasi, tetapi juga pada lapisan makna dan tafsir yang diproduksi sebagai *ebook* atau produk digital dan dikonsumsi sebagai pengalaman religius. Berdasarkan hal di atas, penyampaian Al-Qur'an di era digital merupakan ruang perjumpaan antara nilai spiritual dan teknologi komunikasi yang terus berkembang.

Keterbatasan penelitian ini terletak pada ruang lingkup analisis yang berfokus pada satu akun di satu platform media sosial, sehingga belum merepresentasikan keseluruhan fenomena dakwah digital khususnya tentang penyampaian Al-Qur'an di era digital. Penelitian ini juga terbatas pada penggunaan satu konsep Mosco, hanya menggunakan komodifikasi konten saja. Penelitian berikutnya disarankan untuk memperluas objek kajian dengan membandingkan berbagai bentuk komodifikasi konten keagamaan di platform lain seperti TikTok atau YouTube, serta menelusuri bagaimana audiens memaknai ulang pesan Al-Qur'an yang mereka konsumsi secara digital. Pendekatan etnografi digital juga dapat

digunakan untuk memahami pengalaman keagamaan pengguna yang terbentuk melalui interaksi dengan konten dakwah. Menggunakan ketiga konsep komunikasi Vincent Mosco juga dapat memperluas kajian Al-Qur'an di media digital.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, C., & Falah, M. (2025). Al-Quran, Hadis, dan Teknologi: Potensi dan Tantangan dalam Penyebaran Ajaran Islam di Dunia Maya. *Hamidah: Jurnal Ilmu Hadist*, 1(1).
- Amalia, I. (2022). *Komodifikasi Ajaran Al-Qur'an dan Hadist Pada Online Shope Pakaian Muslim di Instagram*. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Fais, N. L., & Asyiri, R. M. (2021). Komodifikasi Al-Qur'an: Analisa Sosial terhadap Mushaf Al-Qur'an Grand Maqamat. *Maghza: Jurnal Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir*, 6(2).
- Firdaus, M. Y., Alfathah, S., & Rusmana, D. (2022). Komodifikasi Al-Qur'an Dalam Media Digital. *Mutawatir: Jurnal Keilmuan Tafsir Hadith*, 12(2).
- Hendra, H., Aepu, S. H. N., & Kumbayoni, I. (2025). Jilbab: The Interplay of Ideology, Dress Code, and Consumerism. *SIGN Journal of Social Sciences*.
- Hidayat, M. W., Aula, M., & Arifin, B. (2025). Tantangan Dakwah pada Generasi Milenial dan Gen Z: Pendekatan Baru di Era Modern. *At-Taklim Journal*.
- Jannah, R. (2023). Commodification Of The Qur'an As An Advertising Strategy For Women's Clothing In The @Hijabalila Account. *At-Turas: Jurnal Studi Keislaman*, 10(2).
- Khanifa, S. Q. (2023). *Komodifikasi Konten Dakwah Pada Akun Instagram @Basyman Untuk Dakwah dan Kepentingan Ekonomi*. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Manik, Z., Siregar, N. A., Bintang, D. H., Syukron, A., & Lubis, A. S. (2025). Recontextualization of Hadith in TikTok Youth Culture. *Sufiya Journal of Islamic Studies*, 2(2).
- Mardiah, L. (2025). Menimbang Sakralitas dan Komersialisasi: Komodifikasi Al-Qur'an di Era Digital. *El-Wasathy: Journal of Islamic Studies*, 3(1).
- Mosco, V. (2009). *The Political Economy of Communication*. Sage Publication.
- Muslim Pro: Al-Qur'an Azan Doa* (16.19.2). (2025). Bitsmedia.
- Ngafal Ngefeel* (0.010.180). (2025). Vodjo.
- Nugraha, E. (2014). Saat Mushaf Al-Qur'an Menjadi Komoditas. *Refleksi*, 13(6).
- Rachmiatie, A. (2025). Meaning-Making of Paid Da'wah Among Indonesian Social Media Netizens. *Journal of Islamic Communication and Media*.
- Rahmatin Nuzuliyah, W. (2024). *Tantangan Pesan Utama Tafsir Al-Qur'an di Media Sosial: Kajian Epistemologi Tafsir Parenting Dalam Akun Instagram @Quranbasedplay*. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.