

REPRESENTASI NILAI-NILAI AL-QUR'AN DALAM AKUN INSTAGRAM @QURANREVIEW: ANALISIS PERSFEKTIF TEORI KONSUMERISME JEAN BAUDRILLARD

Alin Zata Amni

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

24205031092@student.uin-suka.ac.id

Received: 05-10-2025 | Revised: 06-11-2025 | Published: 06-12-2025

Abstract: This study discusses how Jean Baudrillard's theory of consumerism describes the values of the Qur'an in the Instagram account @quranreview. In today's era of computers and the internet, the phenomenon of consumerism also affects spiritual and religious life. Previously regarded as a source of teachings and guidelines for life, the Qur'an has now become a digital commodity sold through social media. To examine how verses from the Qur'an are packaged visually and symbolically on the @quranreview account and how social media users consume them as part of their religious identity and lifestyle, this study uses a literature review approach. This study reveals that the meaning of the digital representation of the Qur'an often changes, shifting from spiritual values to symbolic values influenced by market logic and popular culture, referring to Baudrillard's ideas of sign value, simulation, and hyperreality. Amidst the increasing trend of commodification and digital consumption, this phenomenon poses new challenges in ensuring that the message of the Qur'an remains relevant.

Key words: *Qur'an, Consumerism, Jean Baudrillard, Instagram, Representation*

Abstrak: Studi ini membahas bagaimana teori konsumerisme Jean Baudrillard menggambarkan nilai-nilai Al-Qur'an dalam akun Instagram @quranreview. Di era komputer dan internet saat ini, fenomena konsumerisme memengaruhi kehidupan spiritual dan keagamaan juga. Selama ini dianggap sebagai sumber ajaran dan pedoman hidup, Al-Qur'an sekarang menjadi barang konsumsi digital yang dijual melalui media sosial. Untuk melihat bagaimana ayat-ayat Al-Qur'an dikemas secara visual dan simbolik di akun @quranreview dan bagaimana pengguna media sosial mengonsumsinya sebagai bagian dari identitas dan gaya hidup religius, penelitian ini menggunakan pendekatan kajian pustaka. Studi ini mengemukakan bahwa makna representasi digital Al-Qur'an sering berubah, beralih dari nilai spiritual ke nilai simbolik yang dipengaruhi oleh logika pasar dan budaya populer, mengacu pada gagasan nilai tanda, simulasi, dan hiperrealitas Baudrillard. Di tengah arus komodifikasi dan konsumsi digital yang semakin meningkat, fenomena ini menimbulkan tantangan baru untuk memastikan bahwa pesan Al-Qur'an tetap relevan.

Kata kunci: *Al-Qur'an, Konsumerisme, Jean Baudrillard, Instagram, Representasi*

PENDAHULUAN

Fenomena konsumerisme telah masuk ke berbagai aspek kehidupan manusia di era digital, yang ditandai dengan kemajuan dalam teknologi informasi dan



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

[CC Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)

komunikasi. Ini termasuk dalam praktik keagamaan. Sebagai teks suci umat Islam, Al-Qur'an tidak luput dari pengaruh ini. Akibatnya, orang sering melihat Al-Qur'an sebagai komoditas yang dapat dipasarkan dan dikonsumsi, baik dalam bentuk digital maupun fisik¹. Proses komodifikasi ini menimbulkan pertanyaan penting tentang bagaimana logika pasar dan konsumerisme yang mendominasi masyarakat kontemporer dapat mengubah nilai-nilai religius dan spiritual². Konsumerisme, yang didefinisikan sebagai budaya yang mengedepankan konsumsi barang dan jasa sebagai cara untuk mencapai identitas dan kepuasan, telah mengubah cara orang berinteraksi dengan produk-produk keagamaan³. Dalam konteks Al-Qur'an, hal ini terlihat dari munculnya berbagai aplikasi, merchandise, dan konten digital yang menawarkan akses mudah dan menarik terhadap teks suci tersebut. Namun, representasi Al-Qur'an dalam format komersial ini sering kali mengaburkan makna spiritual yang seharusnya melekat pada teks tersebut, menciptakan pengalaman yang lebih bersifat superficial.

Pada kajian terdahulu yang mengkaji mengenai tentang konsumerisme pada dunia digital lebih kepada *pertama*, bagaimana perkembangannya saja seperti yang di kaji oleh Bagus Widyanto⁴, menjelaskan bagaimana pemahaman mengenai era digital yang bisa masuk pada semua aspek kehidupan dan tidak menutup kemungkinan akan pada keagamaan dan aspek religi yang mana seperti al-qur'an itu sendiri⁵. *Kedua*, kajian yang membahas mengenai kemudahan dan tantangan al-

¹Rakhil Fajrin, *Urgensi Telaah Sejarah Peradaban Islam Memasuki Era Revolusi Industri 4.0*, INTIZAM : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam Volume 2, Nomor 2, April 2019 ISSN : 2622-6162 (Online) 2598-8514 (Print)

² Jean Baudrillard. *Simulacra and Simulation*. University of Michigan Press.1994

³ Selu Margaretha Kushendrawati. "Masyarakat Konsumen Sebagai Ciptaan Kapitalisme Global: Fenomena Budaya Dalam Realitas Sosial", Makara: Sosial Humaniora. Vol. 10. No, 2, Desember 2006.

⁴ Bagus Widyantoro, KONSUMERISME BERLABEL AGAMA PADA ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0 DI INDONESIA PERSPEKTIF TEORI SIMULACRA DAN HYPERREALITY JEAN BAUDRILLARD, skripsi. UIN Sunan Ampel Surabaya.

⁵Setyoadi Purwanto, "Memaknai Hadits *Qul Khairan Auliyashmut* Dalam Konteks Pendidikan Islam Di Era Revolusi Industri 4.0", Jurnal Komunikasi dan Pendidikan Islam, Vol. 8, No. 1 (Juni 2019)

Qur'an di era digital⁶ Jika dilihat belum ada kajian yang membahas kepada akun Instagram @quranreview yang mana membahas mengenai bagaimana aya-ayat al-Qur'an yang disebarluaskan melalui media sosial.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis representasi nilai-nilai al-Qur'an dalam konten akun Instagram @quranreview melalui perspektif teori konsumerisme Jean Baudrillard. *Pertama*, untuk menentukan jenis representasi yang digunakan akun tersebut dalam menggabungkan ayat-ayat Al-Qur'an dengan elemen budaya populer seperti foto, gambar, dan postingan di akun @quranreview. *Kedua*, menggunakan ide-ide Baudrillard tentang nilai tanda, hiperrealitas, dan simulakra untuk mencoba mengungkap mekanisme simbolik di balik representasi tersebut. *Ketiga*, mengeksplorasi faktor sosial-kultural yang mendorong penggunaan konten keagamaan dalam media sosial; ini termasuk pergeseran dari nilai guna ke nilai tanda, seperti yang dijelaskan Baudrillard dalam masyarakat postmodern.

METODE PENELITIAN

Berdasarkan teori konsumerisme Jean Baudrillard, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan menggunakan metode analisis semiotika. Jean Baudrillard menekankan gagasan simulakra, hyperreality, dan konsumsi tanda-tanda sebagai representasi nilai budaya dalam masyarakat modern⁷. Data dikumpulkan melalui teknik observasi non-partisipasi pada akun Instagram @quranreview. Untuk memastikan keakuratan, konten visual dan teks dari postingan bualan Mei diunduh menggunakan fitur screenshot dan arsip digital. Analisis data menggunakan pendekatan deskriptif-interpretatif, di mana setiap elemen konten (seperti gambar, caption, dan emoji) diuraikan sebagai tanda (signifier) yang

⁶ Hartati Yuningsih,dkk,*Transformasi Tafsir Al-Qur'an Di Era Media Digital: Analisis Metodologi Tafsir Dalam Channel Youtube Kajian Tafsir Al-Ma'rifah*, AL-QUDWAH Jurnal Studi Al-Qur'an dan Hadis, January – December 2024 <http://dx.doi.org/10.24014/alqudwah.v2i2.29123>

⁷ Baudrillard, J. (1981). *Simulakra and Simulation*. University of Michigan Press. (Konsep simulakra dan hyperreality digunakan sebagai kerangka analisis untuk mendekonstruksi representasi nilai-nilai Al-Qur'an sebagai objek konsumsi.)

mewakili nilai-nilai Al-Qur'an. Kemudian, nilai-nilai ini diubah menjadi objek konsumsi hiperreal, seperti simbol religius yang dikemas sebagai produk budaya populer. Untuk menghindari bias subjektivitas, validitas analisis diperkuat dengan triangulasi dalam diskusi kelompok ahli (dua pakar semiotika dan satu ahli studi Islam) dan penggunaan software NVivo⁸ untuk kategorisasi tema-tema seperti simulasi kebenaran spiritual versus konsumsi estetika. Karena penelitian ini tidak melibatkan subjek manusia, etika penelitian dipenuhi dengan menghormati hak cipta konten publik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Representasi

Representasi adalah proses di mana media atau individu menggambarkan, menampilkan, atau memaknai suatu objek, fenomena, atau konsep dengan menggunakan kata, gambar, cerita, atau symbol⁹. Dalam penelitian media, representasi tidak sekadar menyajikan ulang fakta tetapi juga membentuk dan mengonstruksi interpretasi baru berdasarkan ideologi, perspektif, atau kepentingan tertentu. Hartley, dikutip oleh Ganjar¹⁰, mengatakan bahwa Media menunjukkan realitas dengan memasukkan proses pemilihan dari realitas yang ada. Dalam kehidupan budaya dan politik, beberapa representasi sangat penting. Ini bergantung pada tanda dan citra yang telah ada dan dipahami secara kultural dalam pembelajaran bahasa dan berbagai sistem penandaan atau tekstual

Dalam teori Jean Baudrillard, representasi bahkan dapat melampaui realitas aslinya dan menghasilkan simulasi atau hiperrealitas, di mana tanda dan simbol menjadi lebih penting daripada objek aslinya. Dalam dunia digital dan media sosial,

⁸ NVivo adalah *software* analisis data kualitatif yang dikembangkan oleh QSR International. Aplikasi ini digunakan untuk mengorganisasi data non-numerik seperti transkrip wawancara, catatan lapangan, dokumen, gambar, atau video.

⁹Farhandiah Patra, Memahami Interaksi Media dengan Teori Stuart Hall, 2020, <https://kumparan.com/farhandiah-patria/memahami-interaksi-media-dengan-teori-stuart-hall-1uitEsIc80P/1>

¹⁰Ganjar Wibowo, "Representasi Perempuan Dalam Film Siti," Nyimak Journal of Communication 3, no. 1 (2019): 52.

representasi sering kali menghasilkan realitas baru yang lebih kuat daripada realitas fisik itu sendiri.

B. Al-Qur'an Diera Digital

Al-Qur'an memberi tahu manusia tentang cara hidup yang benar. Ini tidak hanya mencakup masalah hukum, ibadah, dan aqidah, tetapi juga masalah ekonomi, sejarah, ilmu pengetahuan, dan sosial kemasyarakatan¹¹. Era digital memang memungkinkan semua orang untuk melakukannya, tetapi juga telah menghasilkan banyak konten informasi palsu yang mudah menimbulkan salah paham yang memicu kebencian antar kelompok. Gagasan keagamaan tertentu juga muncul dalam bidang keagamaan di era teknologi saat ini, dan menjadi pemikiran yang melekat dalam pemahaman masyarakat. Pengalaman keagamaan yang bersifat individual, fatwa-fatwa yang tidak berdasar, dan pengetahuan yang sanadnya tidak jelas diciptakan sedemikian rupa sehingga dapat menggiring pendapat masyarakat. Di era digital, Al-Qur'an berdampak besar pada cara umat Islam berinteraksi dengan kitab suci mereka. Kemajuan teknologi telah membuat akses ke Al-Qur'an lebih mudah dan cepat, memungkinkan orang membaca, mendengarkan, dan mempelajari tafsirnya kapan saja dan di mana saja. Berbagai aplikasi dan platform online menawarkan fitur interaktif seperti terjemahan, tafsir, dan pelajaran tajwid, yang membantu pengmmahami isi Al-Qur'an dengan lebih baik. Selain itu, fenomena ini mendorong dakwah Islam dan nilai-nilai melalui media sosial, membuat Al-Qur'an menjadi lebih relevan dalam kehidupan sehari-hari masyarakat modern¹².

C. Konsumirisme

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia konsumsi didefinisikan sebagai “pemakaian barang hasil produksi”. Sebagai sebuah usaha menghabiskan nilai guna barang dan jasa, konsumsi adalah sebuah tindakan. Sejumlah studi menunjukkan bahwa konsumsi juga memiliki makna sosial karena merupakan “cara menandai

¹¹ Mubarak, dkk, "Digitalisasi al-Qur'an dan Tafsir Media Sosial di Indonesia," *Jurnal Iman dan Spiritualitas* UIN Sunan Gunung Djati, Vol. 1 No. 1, 2021.

¹² Mubarak, dkk.

posisi sosial” Berkenaan dengan hal ini, konsumsi kadang kala bisa menjadi tindakan sosial, tidak melulu sebagai tindakan individual. Dari pengertian ini, kita dapat melihat bahwa konsumerisme adalah “atribut masyarakat” lebih dari sebuah tindakan mengonsumsi barang dan jasa, bahkan sering kali tindakan konsumsi yang dilakukan tidak dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan. Hal ini karena konsumerisme sudah menjadi “cara hidup” atau the way of life. Sebuah fenomena sosial dan ekonomi yang dikenal sebagai konsumerisme merujuk pada kecenderungan seseorang atau masyarakat untuk membeli dan mengonsumsi sejumlah besar barang dan jasa. Istilah ini sering dikaitkan dengan budaya yang menekankan kepuasan melalui kepemilikan barang, di mana perilaku konsumsi dipengaruhi oleh nilai-nilai status sosial dan materialisme. Iklan, media sosial, dan tren budaya adalah beberapa hal yang dapat menyebabkan konsumerisme¹³. Konsumerisme dapat memiliki efek yang positif maupun negative¹⁴. Konsumerisme, pada satu sisi, dapat meningkatkan ekonomi dan menciptakan lapangan kerja, tetapi juga dapat menyebabkan masalah lingkungan, seperti limbah dari barang yang tidak terpakai, dan dampak sosial, seperti tekanan untuk selalu mengikuti standar hidup dan tren yang tinggi. Konsumerisme juga dapat menyebabkan ketidakpuasan dan stres karena siklus pembelian yang tidak pernah berakhir¹⁵.

D. Pembahasan Postingan Akun @quranreview

Pada pembahasan penelitian ini mencangkup teori konsumerisme yang di kembangkan oleh Baudrillard. Konsumsi telah menjadi komponen penting dalam ekologi spesies manusia, menurut Baudrillard¹⁶. Oleh karena itu, ia juga menyatakan bahwa konsumsi adalah penggerak utama masyarakat modern. Ini tampaknya sejalan

¹³ Zygmunt Bauman. *Consuming Life*. New Jersey: Polity Press. 2007

¹⁴ George Ritzer, *Teori Sosiologi dari Klasik Sampai Perkembangan Terakhir Postmodern*. (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2014), hal 1087

¹⁵ Fred Hirsch. *Social Limits to Growth*. Cambridge, MA: Harvard University Press. 1976

¹⁶ Jean Baudrillard. *The Consumer Society: Myths and Structures*. Sage Publications. 1988

dengan perspektif Weber, yang berpendapat bahwa persaingan antar kelompok status terorganisir di sekitar mode konsumsi. Sebaliknya, ada kesamaan yang tidak dapat dihindari antara konsep Marx. Marx tetap menganggap bahwa perjuangan kelas terorganisir di sekitar mode produksi, atau mode produksi. Akibatnya, jalan berpikir kedua tokoh ini berbeda dan bergerak ke arah masing-masing.

Jean Baudrillard menggambarkan konsumirisme sebagai fenomena di mana barang yang dikonsumsi memiliki nilai guna dan menunjukkan status dan identitas social¹⁷. Dia percaya bahwa konsumsi telah berkembang menjadi bagian dari ideologi yang lebih besar, membingkai masyarakat dalam siklus keinginan dan simbolisme yang dibuat oleh budaya kapitalis. Menurutnya, barang-barang yang dikonsumsi tidak hanya memenuhi kebutuhan fisik seseorang, tetapi juga berfungsi sebagai simbol status dalam masyarakat modern, di mana konsumsi menjadi cara untuk menunjukkan identitas individu dan kelompok. Baudrillard juga membahas konsep simulasi, di mana realitas dan representasi menjadi kabur¹⁸. Contohnya, barang yang dibeli konsumen seringkali tidak mencerminkan kebutuhan nyata, tetapi lebih pada gambar yang ingin ditampilkan oleh mereka. Ia mengkritik kapitalisme karena menciptakan kebutuhan palsu dan mendorong orang untuk selalu mencari kepuasan melalui konsumsi. Dia melihat ini sebagai bentuk alienasi, yang menjauhkan orang dari makna kehidupan sebenarnya. Selain itu, budaya populer memainkan peran penting dalam menentukan keinginan dan preferensi pelanggan, karena narasi yang diciptakan oleh iklan dan media mempengaruhi cara konsumen melihat diri mereka sendiri dan lingkungan mereka.

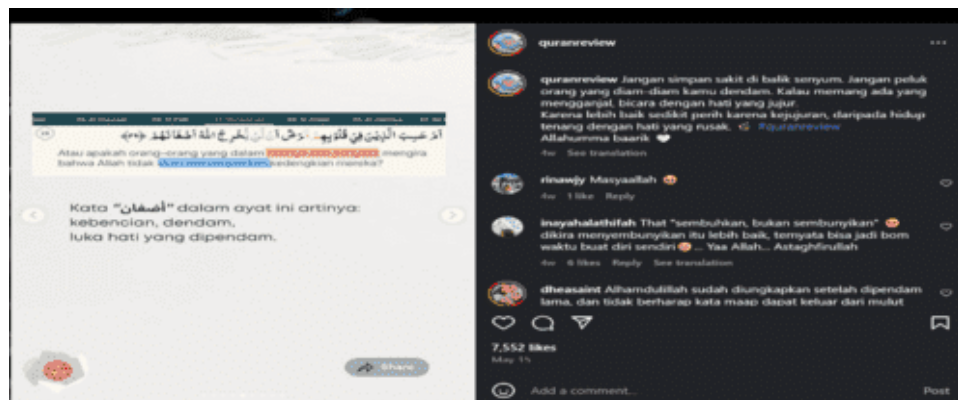
Pada penelitian ini akan berfokus kepada akun Instagram @quranreview yang mana akun tersebut sering kali memposting ayat-ayat al-qur'an. Instagram tidak hanya dapat digunakan untuk berbagi foto, tetapi juga dapat digunakan sebagai platform dakwah dengan menyampaikan ilmu keagamaan, seperti yang terdapat

¹⁷ Kalya Nabila Zuhdi, dkk. *Praktik masyarakat konsumsi online dalam perspektif Baudrillard*. Jurnal Integrasi dan Harmoni Inovatif Ilmu-Ilmu Sosial. 2021

¹⁸ Indra Setia Bakti, Nirzalin, Alwi, "Konsumerisme dalam Perspektif Jean Baudrillard" dalam Jurnal Sosiologi USK, Volume 13, Nomor 2, Desember 2019

dalam Al-Qur'an dan Hadist¹⁹. Dalam penelitian ini, akun Instagram yang dipilih untuk melihat sejauh mana platform ini dapat menjadi media yang efektif untuk menyebarkan informasi keagamaan dan untuk mengetahui apakah terdapat dampak yang signifikan. Instagram biasanya digunakan untuk pemasaran, tetapi memilih untuk berfokus pada dakwah dianggap sebagai langkah strategis untuk meningkatkan pemahaman ayat Alquran di tengah berbagai fungsinya. Dengan menggunakan kekuatan visual dan interaktif Instagram, akun @quranreview menyajikan ayat-ayat Al-Qur'an dan tafsirnya dalam format yang menarik dan mudah dipahami, seperti infografis, poster, dan video pendek. Metode ini memungkinkan nilai-nilai Al-Qur'an disampaikan secara tekstual dan dengan estetika visual yang dapat diterima oleh generasi digital. Seperti pada gambar berikut:

Gambar 1



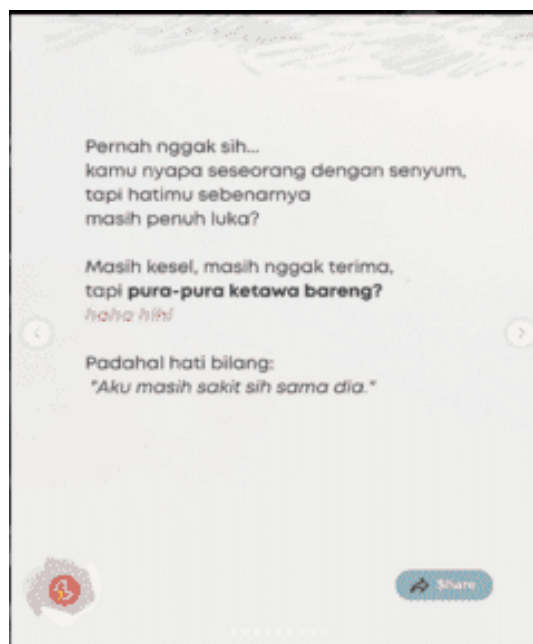
Jika di lihat dari kosep teori konsumerisme Baudrillard pada bagian komentar yang ada di gambar, pengguna Instagram berbicara tentang kesehatan emosional dan pentingnya berbicara jujur. Ini menunjukkan bagaimana orang mengkonsumsi dan membagikan pengalaman mereka di kehidupan sosial, yang membentuk identitas mereka di media sosial. Kita dapat menerapkan teori konsumerisme Jean Baudrillard untuk memahami hubungan antara makna, identitas,

¹⁹ Pathia, L. (2020). PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA DAKWAH (Analisis Multimodal Instagram KH Mustofa Bisri pada Akun @s.kakung). Mediasi, 1(3), 174-188.

dan konsumsi dalam konteks spiritual dan sosial. Untuk meningkatkan relevansi sosialnya, penafsiran gambar yang menunjukkan ayat tentang hati yang menyimpan kebencian, dendam, atau luka batin dapat dikaitkan dengan teori konsumerisme Jean Baudrillard. Dalam ayat tersebut, Allah menunjukkan bahwa apa yang tersembunyi di hati seseorang—baik kebencian, dendam, maupun luka yang dipendam—akan terlihat oleh Allah. Oleh karena itu, tidak bijaksana menurut nilai-nilai ketulusan spiritual untuk mencoba menyembunyikan atau mengubah perasaan seseorang.

Baudrillard menyoroti bahwa dalam masyarakat konsumeris, makna asli suatu objek (dalam hal ini, pesan Al-Qur'an) dapat tergantikan oleh nilai tanda (sign value) yang melekat pada cara penyajiannya. Artinya, ayat-ayat Al-Qur'an yang diunggah di Instagram tidak hanya menjadi sumber pengetahuan agama, tetapi juga menjadi bagian dari konsumsi simbolik: pengguna “mengonsumsi” nilai-nilai religius sebagai bagian dari identitas digital dan gaya hidup mereka²⁰.

Gambar 2



Dalam gambar ini, diam dianggap sebagai bentuk kesabaran dan kedewasaan, tetapi luka yang dipendam akhirnya membusuk dan berubah menjadi dendam.

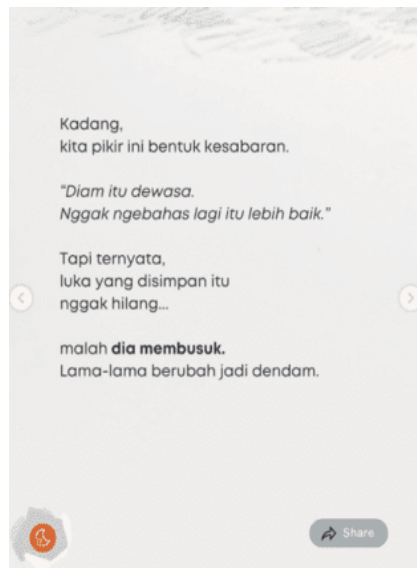
²⁰ Pathia, L.

Fenomena ini dapat dijelaskan sebagai jenis realitas semu yang diciptakan oleh masyarakat modern, menurut teori Baudrillard, terutama konsep simulacra dan hyperreality²¹. Baudrillard berpendapat, masyarakat modern hidup dalam tatanan tanda, simbol, dan kode yang menciptakan realitas yang berbeda dari apa yang sebenarnya terjadi. Dalam konteks gambar ini, cerita "diam itu dewasa" atau "tidak membahas lagi itu lebih baik" adalah representasi dari standar masyarakat untuk kesabaran dan kedewasaan. Nilai-nilai ini menjadi standar atau gambar yang dianggap benar, meskipun faktanya tidak selalu sesuai dengan psikologis individu. Akibatnya, orang terjebak dalam simulasi dan menunjukkan diri mereka sebagai orang yang sabar dan dewasa, meskipun luka batin yang dipendam tidak benar-benar hilang, tetapi malah membusuk dan berubah menjadi dendam.

Jean Baudrillard menggambarkan "hyperreality" sebagai keadaan di mana batas antara kenyataan dan ilusi menjadi tidak jelas atau bahkan sama sekali hilang. Dalam situasi seperti ini, masyarakat tidak lagi dapat membedakan antara realitas asli dan representasi atau konstruksi sosial yang menggantikannya, sehingga yang mereka alami adalah realitas yang sudah dimediasi dan direayasa oleh simulasi tanda dan simbol hyperreality bukan sekadar realitas palsu, melainkan sebuah dunia di mana citra dan tanda memiliki kehadiran yang lebih kuat dan meyakinkan daripada realitas itu sendiri, menjadikan simulasi sebagai "realitas yang lebih nyata dari pada realitas". Dalam situasi seperti ini, kesabaran yang ditunjukkan oleh seseorang dapat dianggap sebagai "tanda" yang telah menyimpang dari arti sebenarnya dari kata "kesabaran". Kesabaran tersebut berubah menjadi simulasi, membuatnya terlihat seperti luka batin telah selesai atau secara diam-diam sembuh. Padahal, luka itu tetap ada dan berkembang secara rahasia. Ini menunjukkan bagaimana tanda-tanda kehilangan referensi atau referensi ke realitas nyata menciptakan kondisi di mana makna asli hilang dan digantikan oleh konstruksi simbolik yang menciptakan pengalaman semu yang tampak nyata. Oleh karena itu, luka batin yang terus berkembang tetapi dianggap selesai secara sosial adalah contoh nyata dari hiperrealitas, di mana realitas dan simulasi saling berhubungan.

²¹Pathia, L.

Gambar 3



Gambar ini menyampaikan pesan tentang luka batin yang tidak diungkapkan atau dibicarakan. Luka ini sering dianggap sebagai bentuk kesabaran, tetapi sebenarnya dapat berkembang menjadi dendam. Dalam Al-Qur'an, kesabaran (*ṣabr*) dianjurkan, terutama saat menghadapi kesulitan dan cobaan. Namun, Al-Qur'an juga menekankan pentingnya pengampunan dan penyelesaian yang baik agar tidak muncul kebencian atau dendam. Salah satu contohnya adalah ayat 43 dari Surah Ash-Shuraa, yang menyatakan bahwa "Barang siapa yang sabar dan memaafkan, sungguh itu termasuk hal yang utama." Oleh karena itu, menyimpan luka tanpa penyelesaian atau memaafkan bertentangan dengan nilai Islam yang mendorong rekonsiliasi dan pengampunan untuk membuat orang tenang.

Menurut teori Baudrillard, tindakan diam atau menyimpan luka dapat dianggap sebagai bentuk perlawanan pasif terhadap sistem atau kode sosial. Massa "menyerang" makna melalui kebisuan, apatis, dan penolakan makna yang dipaksakan pada mereka. Diam bukan sekadar tidak berbicara; itu adalah cara "massa" membalik logika representasi dan kekuasaan, yang dapat menyebabkan keterasingan atau implosi makna. Jika luka atau pengalaman negatif tidak diolah secara simbolik (misalnya, melalui pengakuan atau ritual sosial), mereka akan menjadi sisa yang

membusuk dan dapat berdampak buruk secara psikologis dan sosial. Baudrillard menyoroti kecenderungan masyarakat modern untuk menekan rasa sakit atau kematian, yang justru meningkatkan efek negatif dan isolasi.

Dalam pandangan ini, diam tidak hanya tidak ada suara; itu adalah mekanisme reversibilitas di mana "segala sesuatu dapat dibalik" sampai logika kekuasaan dan kebenaran yang semu runtuh. Namun, konsekuensi dari strategi ini adalah kemungkinan keterasingan dan kehampaan makna. Pengalaman negatif atau luka yang tidak diolah secara simbolik (misalnya, melalui pengakuan, ritus sosial, atau cerita bersama) justru menjadi sisa yang rusak secara mental dan sosial. Menurut Baudrillard, masyarakat modern cenderung menekan segala jenis penderitaan atau kematian, sehingga luka batin dan pengalaman traumatis diisolasi dari ruang diskursif. Hal ini meningkatkan dampak negatif, meningkatkan rasa keterasingan, dan menutup peluang pembebasan melalui ritual dan simbolisasi sosial. Dalam konteks ini, perlawanan simbolik melalui diam dan apatis sesungguhnya paradoks: di satu sisi, itu mungkin merupakan bentuk subversi terhadap sistem, tetapi di sisi lain, jika luka tidak dipulihkan melalui proses simbolik, itu hanya akan memperdalam krisis makna dan kerusakan individu dan kolektif.

Gambar 4



Gambar yang ditampilkan memberikan representasi visual yang dapat dianalisis melalui teori Baudrillard dalam kaitannya dengan nilai-nilai Al-Qur'an. Ilustrasi karakter dengan teks "Haha Hihi dan Sembunyi di Senyum Palsu" dengan referensi "محمد : ٣٩" (Muhammad: 39) menggambarkan fenomena simulacra yang

dibahas Baudrillard. Dalam konteks gambar ini, "senyum palsu" merepresentasikan simulacra dimana ekspresi kebahagiaan yang ditampilkan tidak mencerminkan realitas emosional yang sesungguhnya, melainkan sebuah representasi atau tiruan dari kebahagiaan yang autentik. Baudrillard mengembangkan konsep bahwa "konsumsi melibatkan manipulasi tanda secara aktif". dan dalam era media sosial seperti yang tersirat dari postingan akun "@quranreview", individu mengkonsumsi dan memproduksi tanda-tanda emosional untuk membangun identitas virtual mereka. Fenomena "sembunyi di senyum palsu" menunjukkan bagaimana masyarakat modern terjebak dalam apa yang disebut Baudrillard sebagai hyperrealitas, dimana "simulasi itu ada dan secara tidak sadar kehidupan realitas tergantikan oleh dunia simulasi atau keadaan semu".

Al-Qur'an mengajarkan kejujuran dan kebenaran, yang bertentangan dengan kepalsuan yang digambarkan di sini. Seperti yang disebutkan dalam konsep Islam yang menuntut manusia "agar melaksanakan suatu norma-norma dalam kebajikan dan jauh dari keburukan"²². Gambar ini juga dapat dikaitkan dengan peringatan Al-Qur'an tentang sikap berlebih-lebihan (israf), yang dalam hal ini adalah berlebihan dalam menampilkan gambar diri yang tidak sesuai dengan kenyataan, sebagaimana disebutkan bahwa "Allah Swt tidak menyukai sikap berlebih-lebihan". Gambar ini menjadi kritik terhadap budaya modern yang terjebak dalam "dominasi oleh tanda dan sistem", di mana individu tidak lagi mengekspresikan diri sesuai dengan kode sosial yang diharapkan daripada realitas emosional mereka. Hal ini bertentangan dengan ajaran Islam yang mendorong kejujuran dan kebenaran sebagai bagian dari "amalan yang real pemikiran yang bersumber dari al-Qur'an dan sunnah nabi".

KESIMPULAN

Pada penelitian ini, konsumerisme telah memasuki berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk kehidupan keagamaan, seiring dengan pesatnya kemajuan teknologi digital. Sebagai teks suci umat Islam, Al-Qur'an sekarang digunakan

²²Qomaruddin Saleh. *Larangan dan Perintah dalam Al-Qur'an*. (Bandung: Dipenegoro.2002) h.305.

sebagai sumber ajaran dan pedoman hidup. Selain itu, ia telah dikomodifikasi dan menjadi bagian dari konsumsi simbolik di media sosial. Sebagaimana dijelaskan oleh teori konsumerisme Jean Baudrillard, akun Instagram @quranreview adalah contoh langsung bagaimana ayat-ayat Al-Qur'an digambarkan dengan cara yang menarik melalui infografis, cerita populer, dan grafis, sehingga nilai spiritual yang terkandung di dalamnya dapat berubah dari nilai menjadi nilai tanda.

Dari perspektif teori konsumerisme Jean Baudrillard, analisis tentang representasi nilai-nilai Al-Qur'an di akun Instagram @quranreview menunjukkan bahwa platform dakwah digital sekarang beroperasi di tengah hiperrealitas, di mana nilai-nilai spiritual seringkali diwakili sebagai simbol dan tanda visual untuk memenuhi kebutuhan konsumsi estetika pengguna media sosial. Meskipun akun @quranreview berhasil mengemas pesan Al-Qur'an secara estetis sehingga dapat menarik perhatian audiens muda, masih sulit untuk menjaga makna spiritual dari Al-Qur'an agar tidak hanya menjadi barang simbolik yang dapat ditukar dalam budaya populer. Hal ini menunjukkan bahwa ada ketegangan antara nilai-nilai spiritual (kejujuran, transformasi batin, ketulusan) dan nilai-nilai estetika (keindahan visual, narasi persuasif, interaktivitas). Nilai-nilai ini harus seimbang dalam setiap proses representasi. Secara teoretis, analisis dari kacamata Baudrillard menunjukkan bahwa dakwah digital mungkin terjebak dalam simulasi dan simulakra. Pesan agama dapat dikonsumsi sebagai gambar dan tindakan, bukan lagi sebagai pengalaman spiritual yang otentik. Media sosial "termediasi" realitas agama dengan estetika, sehingga batas antara realitas dan representasi menjadi kabur. Akibatnya, pengguna dapat kehilangan nilai dasar Al-Qur'an dan hanya berinteraksi dengan interpretasi agama yang "populer" atau "viral".

Dakwah digital secara praktis harus menyadari bahaya komodifikasi spiritual melalui estetika media sosial dan aktif mengupayakan konten yang membawa audiens kembali ke refleksi batin, perubahan nilai, dan pengalaman spiritual yang jujur. Simbol Islam, cerita populer, dan konten visual harus berfungsi sebagai jalan menuju kesadaran spiritual daripada hanya tampilan untuk dikonsumsi. Agar nilai-nilai Al-Qur'an dapat diterima, diresapi, dan diubah oleh audiens dalam realitas

kehidupan, bukan hanya di layar komputer, pengembangan dakwah digital harus memadukan kreativitas estetis dengan refleksi normatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Ansori, Mohammad Hasan “Consumerism and the Emergence of a New Middle Class in Globalizing Indonesia”, dalam *Explorations a Graduate Student Journal of Southeast Asian Studies*, Vol. 9 (2009)
- Bakti, Indra Setia Nirzalin, Alwi, “Konsumerisme dalam Perspektif Jean Baudrillard” dalam *Jurnal Sosiologi USK*, Volume 13, Nomor 2, Desember 2019
- Baudrillard. Jean. *The Consumer Society: Myths and Structures*. Sage Publications.1988
- Baudrillard, Jean. *Simulacra and Simulation*. University of Michigan Press.1994
- Baudrillard, Jean P. diterjemahkan oleh Wahyunto. Masyarakat Konsumsi,(Yogyakarta: Peberbit Kreasi Wacana, 2004
- Bauman, Zygmunt. *Consuming Life*. New Jersey: Polity Press. 2007
- Hirsch. Fred Social. *Limits to Growth*. Cambridge, MA: Harvard University Press.1976
- Rusmana, Dadan. Komodifikasi Al-Qur'an Dalam Media Digital,Mutawatir: *Jurnal Keilmuan Tafsir Hadith* Volume 12, Nomor 2, Desember 2022| p-ISSN: 2088-7523; e-ISSN: 2502-6321| 243-260
- Rohayedi, Eddy dan Maulina, “Konsumerisme Dalam Perspektif Islam” dalam *Jurnal Transformatif*, vol. 04 No. 01, 2020
- Rahman A, "Digitalisasi Al-Qur'an dan Tantangan Pemahaman di Era Konsumerisme". Jurnal Studi Islam. 2019
- Halim, Abdul. *Wajah Al-Quran di Era Digital* Yogyakarta: Sulus Pustaka, 2018
- Hasbullah, Moeflich “Cultural Presentation of the Muslim Middle Class inContemporary Indonesia”, dalam *Studi Islamika Indonesian Journal for Islamic Studies*, Vol.7, No. 2 (2000).
- Krisdiana, Putri Kritik Al-Qurán Terhadap Budaya Konsumerisme Masyarakat Modern, *Muslimpreneur*: Vol. 2 Nomor 2 Juli 2022

- Kushendrawati, Selu Margaretha. "Masyarakat Konsumen Sebagai Ciptaan Kapitalisme Global: Fenomena Budaya Dalam Realitas Sosial", *Makara: Sosial Humaniora*. Vol. 10. No. 2, Desember 2006.
- Mubarok, Muhamad Fajar dan Muhamad Fanji Romdhoni, "Digitalisasi al-Qur'an dan Tafsir Media Sosial di Indonesia," *Jurnal Iman dan Spiritualitas UIN Sunan Gunung Djati*, Vol. 1 No. 1, 2021.
- Nirzalin. 2013. Mendamaikan Aktor dan Struktur dalam Analisis Sosial Perspektif Teori Strukturasi Antony Giddens. *Jurnal Sosiologi Universitas Syiah Kuala* 3(3)
- Pathia, L. (2020). PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA DAKWAH (Analisis Multimodal Instagram KH Mustofa Bisri pada Akun @s.kakung). *Mediasi*, 1(3), 174 188.
- Patra, Farhandiah Memahami Interaksi Media dengan Teori Stuart Hall, 2020, <https://kumparan.com/farhandiah-patria/memahami-interaksi-media-dengan-teori-stuart-hall-1uitEsIc80P/1>
- Purwanto, Setyoadi. "Memaknai Hadits Qul Khairan Auliyashmut Dalam Konteks Pendidikan Islam Di Era Revolusi Industri 4.0", *Jurnal Komunikasi dan Pendidikan Islam*, Vol. 8, No. 1 (Juni 2019)
- Ritzer. Geogre. *The McDondaldization of Society: Into the Digital Age*. Thousand Oaks, CA: Pine Forge Press. 2010
- Ritzer, George. *Teori Sosiologi dari Klasik Sampai Perkembangan Terakhir Postmodern*. (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2014)
- Saleh, Qomaruddin. *Larangan dan Perintah dalam Al-Qur'an*. Bandung: Dipenegoro. 2002
- Saputro, M. Endy. Everyday Qur'an di Era Post-Konsumemirme Muslim, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Surakarta, *Mutawâtir: Jurnal Keilmuan Tafsir Hadis* Volume 5, Nomor 2, Desember 2015
- Sutandra, Lagut dan Sulaiman, "Analisis Layanan Teknologi Komunikasi Klinik Fisioterapi Siti Hajar Era Revolusi Industri 4.0", *Query: Jurnal Sistem Informasi* Vol. 3, No. 1, (April 2019)
- Suyanto. Bagong *Sosoilogi Ekonomi: Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat PostModrenisme*, Jakarta: Penerbit KENCANA, 2013
- Schor. Juliet B *The Overspent American: Why We Want What We Don't Need*. New York: HarperCollins, 1998

Yuningsih, Hartati Abdul Ghany, Transformasi Tafsir Al-Qur'an Di Era Media Digital: Analisis Metodologi Tafsir Dalam Channel Youtube Kajian Tafsir Al-Ma'rifah, *AL-QUDWAH Jurnal Studi Al-Qur'an dan Hadis* ISSN: 3025-3144 (p); 3025-1702 (e) Vol. 2, No. 2, January – December 2024 DOI: <http://dx.doi.org/10.24014/alqudwah.v2i2.29123>