

Qurrata: Quranic Research and Tafsir

P-ISSN : xxxx-xxxx

E-ISSN : xxxx-xxxx

Vol. 2 No. 1, April 2025

DOI :

[Qurrata: Quranic Research and Tafsir](https://www.qurrata.id)

SENI GRAFIS DIGITAL SEBAGAI MEDIA TAFSIR POPULER: STUDI KASUS DI PLATFORM DAKWAH VISUAL @visualquran.id

Umar Al Hakim¹, Wildan Nugraha Ramadhan², Azka Dhia Usufa³, Luthfi Rahman⁴

¹*Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang, Indonesia; email: alhakimumar27@gmail.com*

²*Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang, Indonesia; email: Nugrahawildan428@gmail.com*

³*Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang, Indonesia; email: azkadhiademak@gmail.com*

ABSTRACT

Keywords

Visual Tafsir; Digital Da'wah, Graphic Art; Social Media; VisualQuran

The development of Islamic preaching in the digital era has fostered new forms of religious communication that are more visual, concise, and emotionally engaging – particularly through social media. One prominent expression of this is digital graphic art as a medium for popular Qur'anic interpretation. This study aims to analyze how Qur'anic verses are visually represented, interpreted, and received by audiences through the Instagram platform @visualquran.id. The core question addressed is how digital visual art functions as a medium for conveying accessible and contextually relevant Qur'anic messages.

This research employs a qualitative approach using an interpretive case study design. Data collection techniques include content observation, in-depth interviews with the account's creator and followers, and visual semiotic analysis of illustrations and captions. The findings reveal that @visualquran.id effectively uses symbolism, color, and typography to present Qur'anic messages in a way that resonates with the everyday experiences of young Muslim audiences. Audience responses indicate emotional engagement and spiritual reflection, though there is a potential risk of oversimplifying the text's meaning.

The study concludes that digital graphic art serves a vital role in bridging Qur'anic messages and digital culture through a visual, popular, and contextual interpretative approach. The results underscore the importance of Qur'anic literacy for content creators and suggest stronger integration between religious authority and visual media. This study opens a new avenue for contemporary tafsir studies and Islamic digital communication, and recommends further comparative research across diverse social media platforms

ABSTRAK

Kata Kunci:

Tafsir Visual;
Dakwah Digital;
Seni Grafis; Media
Sosial; VisualQuran

Perkembangan dakwah Islam di era digital telah melahirkan bentuk komunikasi keagamaan yang lebih visual, singkat, dan emosional, terutama di media sosial. Salah satu bentuk yang menonjol adalah seni grafis digital sebagai media tafsir populer. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana representasi visual ayat-ayat Al-Qur'an dikonstruksi, dimaknai, dan diterima oleh audiens melalui platform Instagram @visualquran.id. Pertanyaan utama yang diajukan adalah bagaimana seni visual digital berperan dalam menyampaikan tafsir populer secara kontekstual dan komunikatif.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus interpretatif. Teknik pengumpulan data mencakup observasi konten, wawancara mendalam dengan kreator dan pengikut akun, serta analisis semiotika visual terhadap ilustrasi dan caption yang diunggah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa @visualquran.id memanfaatkan elemen simbolik, warna, dan tipografi secara strategis untuk menyampaikan pesan Qur'ani yang relevan dengan kehidupan sehari-hari audiens muda. Audiens menunjukkan keterlibatan emosional dan reflektif terhadap konten, meskipun terdapat risiko penyederhanaan makna.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa seni grafis digital berperan penting dalam menjembatani teks Qur'ani dengan budaya digital melalui pendekatan tafsir visual yang populis dan kontekstual. Implikasi dari hasil ini menekankan perlunya literasi tafsir bagi kreator konten dan pentingnya integrasi antara otoritas keagamaan dan media visual. Penelitian ini membuka ruang baru bagi studi tafsir kontemporer dan komunikasi Islam visual, serta merekomendasikan kajian lanjutan di berbagai platform media sosial lainnya.

A. Pendahuluan

Dalam lanskap dakwah kontemporer, seni grafis digital menjadi medium yang semakin diminati untuk menyampaikan pesan keislaman secara estetik dan komunikatif. Platform seperti @visualquran.id memadukan ayat-ayat Al-Qur'an dengan elemen visual yang kuat untuk membentuk tafsir populer yang mudah dipahami oleh khalayak awam, khususnya generasi muda yang akrab dengan budaya visual digital. Seni visual yang dikembangkan bukan sekadar dekorasi, melainkan sarana interpretatif yang berperan penting dalam membumikan nilai-nilai Qur'ani melalui simbol, warna, dan ilustrasi grafis yang kuat dan kontekstual.¹

¹ I. Amalia, "Komodifikasi Nilai Islam sebagai Alat Promosi Busana Muslim di Instagram: Analisis Tafsir Kontekstual," *Living Islam: Journal of Islamic Discourses* 6, no. 2 (2022), <https://ejurnal.uinsuka.ac.id/ushuluddin/li/article/view/3806>.

Fenomena ini muncul di tengah meningkatnya kebutuhan akan media dakwah yang relevan dengan budaya digital. Era media sosial menuntut transformasi bentuk komunikasi Islam agar lebih ringkas, visual, dan resonan secara emosional. Sebagaimana diungkapkan oleh Rachmi, visualisasi dakwah di era digital 5.0 mampu menjembatani antara teks-teks suci dengan audiens yang memiliki preferensi estetik modern, menjadikan pesan-pesan Al-Qur'an lebih "terlihat" dan "terasa" dalam keseharian digital umat Muslim.² Namun demikian, kompleksitas muncul ketika tafsir visual ini berpotensi menimbulkan reduksi makna dan subjektivitas yang tidak terhindarkan.

Sejumlah penelitian sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh Ayuni dan Kasumal, menunjukkan bahwa media sosial telah mengubah paradigma penyampaian tafsir dengan lebih populis dan atraktif.³ Namun, sebagian besar penelitian tersebut lebih menyoroti aspek komunikasi dakwah atau konten teks, bukan pada struktur visual dan dinamika resensi audiens terhadap tafsir bergambar. Di sinilah letak kesenjangan penelitian: bagaimana simbolisme visual sebagai bahasa tafsir populer dikonstruksi, dipahami, dan dimaknai dalam ruang digital? Pendekatan interpretatif terhadap platform seperti @visualquran.id penting untuk menjawab pertanyaan ini secara mendalam.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana seni grafis digital berperan sebagai medium tafsir populer dalam konteks dakwah visual di Instagram. Dengan pendekatan kualitatif interpretatif, studi ini akan mengungkap proses kreatif, struktur visual, serta resensi audiens terhadap pesan Qur'ani yang dikemas dalam format gambar. Hasil penelitian diharapkan tidak hanya memperkaya kajian tafsir kontemporer, tetapi juga memberikan wawasan bagi kreator konten dakwah, lembaga keagamaan, dan pendidik Islam dalam merancang komunikasi visual yang bermakna dan etis di era digital.

B. Metode

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus interpretatif. Jenis kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan memahami secara

² Rina Mardhatillah Rachmi, "Utilisasi Media dan Komunikasi Visual dalam Dakwah di Era 5.0," *Aljamahirah: Jurnal Komunikasi dan Dakwah Islam* 2, no. 1 (2024): 55–68.

³ Qonita Ayuni, "Keagamaan Online di Media Sosial: Mediatisasi Dakwah Humanis di Instagram @husein_hadar" (UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2022), <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/67085>; Muhammad Nur Hidayat Kasumal, "Paradigma Tafsir di Media Sosial: Studi Instagram @quranreview dan @quraish.shihab" (IAIN Manado, 2023), <http://repository.iain-manado.ac.id/id/eprint/1866>.

mendalam fenomena sosial-kultural yang kompleks, yakni bagaimana seni grafis digital digunakan sebagai bentuk tafsir populer terhadap Al-Qur'an di ruang media sosial. Penelitian kualitatif memungkinkan peneliti mengeksplorasi makna di balik representasi visual, proses kreatif penciptaannya, serta resepsi audiens terhadap konten dakwah digital.

Pendekatan studi kasus digunakan karena fokus penelitian diarahkan pada satu unit fenomena yang spesifik, yaitu akun Instagram @visualquran.id, yang menjadi platform representatif dalam konteks dakwah visual digital. Dengan pendekatan studi kasus, peneliti dapat menganalisis fenomena secara kontekstual dan holistik, termasuk faktor sosial, budaya, artistik, dan spiritual yang melatarbelakanginya. Studi kasus ini bersifat interpretatif, karena peneliti tidak hanya mengumpulkan data, tetapi juga menafsirkan simbol-simbol visual, narasi desain, dan interaksi sosial yang terjadi melalui platform tersebut.

Alasan pemilihan pendekatan ini didasarkan pada kebutuhan untuk memahami tafsir sebagai proses kultural dan komunikatif yang tidak selalu berbentuk teks, tetapi dapat disampaikan melalui bentuk visual dan estetika. Dalam konteks ini, tafsir tidak hanya dipahami secara akademis atau literer, tetapi juga sebagai praktik komunikasi visual yang membentuk makna sosial keagamaan dalam kehidupan digital sehari-hari. Penelitian kualitatif memungkinkan penggalian nilai-nilai yang tersembunyi di balik gambar, warna, tipografi, dan narasi yang dihadirkan oleh kreator dakwah visual.

Jenis penelitian ini diharapkan mampu berkontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan di bidang tafsir kontemporer, komunikasi dakwah digital, dan seni visual Islam. Secara teoritis, pendekatan ini dapat memperluas pemahaman tentang mediasi teks suci dalam ruang visual populer. Secara praktis, ia membantu kreator, pendidik, dan pemangku kebijakan dalam merancang strategi dakwah yang kontekstual, relevan, dan komunikatif di era digital.

C. Hasil dan Pembahasan

Representasi Tafsir Visual di @visualquran.id

Dalam era digital yang serba visual, representasi makna keagamaan mengalami transformasi besar dari teks verbal menjadi bentuk grafis dan visual yang komunikatif. Akun Instagram @visualquran.id hadir sebagai salah satu pelopor dalam menyampaikan pesan-pesan Al-Qur'an melalui seni grafis digital yang memadukan tipografi, simbolisme,

warna, dan narasi ringkas. Sebagai platform dakwah, @visualquran.id menekankan pada pentingnya pemahaman ayat Al-Qur'an yang mudah diakses, terutama oleh generasi muda yang tumbuh dalam ekosistem visual dan teknologi. Setiap unggahan konten pada akun ini menyuguhkan satu ayat Al-Qur'an (biasanya dalam bahasa Arab dan terjemahan), dilengkapi dengan desain ilustratif yang menggambarkan makna kontekstual dari ayat tersebut.

Visualisasi yang digunakan oleh @visualquran.id dapat dianalisis menggunakan pendekatan semiotika visual Roland Barthes, yaitu melalui tiga level: denotasi, konotasi, dan mitos. Pada level denotasi, konten menampilkan teks literal dari ayat Al-Qur'an dan terjemahannya. Pada level konotasi, ilustrasi berwarna, objek simbolik (seperti gunung untuk kesabaran, cahaya untuk petunjuk, atau rantai untuk dosa), dan komposisi visual tertentu memberikan makna tambahan yang mendukung interpretasi ayat. Sedangkan pada level mitos, visualisasi ini menyampaikan narasi besar tentang Islam yang penuh kasih, pemaaf, adil, dan damai—narasi yang berusaha menandingi stereotip negatif terhadap Islam di ruang publik global.⁴

Sebagai contoh, unggahan yang menampilkan QS. An-Nur: 35 ("Allah adalah cahaya langit dan bumi") digambarkan dengan ilustrasi cahaya keemasan yang bersinar dari jendela masjid, yang dikelilingi suasana redup. Komposisi warna kontras antara terang dan gelap secara visual memperkuat makna teologis ayat tersebut sebagai simbol petunjuk ilahi. Dengan pendekatan visual seperti ini, audiens tidak hanya membaca ayat secara literer, tetapi juga "merasakan" maknanya secara emosional dan estetik. Ini menunjukkan bahwa visual tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap, tetapi sebagai media penafsiran itu sendiri.

Peran visual sebagai tafsir populer juga tampak dalam cara @visualquran.id menyajikan ayat-ayat yang berkaitan dengan isu sosial kontemporer seperti kesabaran (QS. Al-Baqarah: 153), keadilan (QS. An-Nahl: 90), dan pengendalian diri (QS. Ali Imran: 134). Desain kontennya disesuaikan dengan tema-tema kehidupan sehari-hari: konten tentang kesabaran sering digambarkan dengan manusia yang berjalan sendiri dalam kabut; keadilan divisualisasikan melalui simbol timbangan dan garis simetris. Pendekatan ini

⁴ Roland Barthes, *Image, Music, Text* (London: Fontana Press, 1977).

sejalan dengan gagasan bahwa tafsir populer harus kontekstual, yakni mampu menjembatani pesan transenden dengan situasi konkret masyarakat.⁵

Namun, pendekatan ini juga menyimpan tantangan. Visualisasi adalah bentuk interpretasi yang sangat subjektif, bergantung pada perspektif pembuat konten dan persepsi audiens. Tidak semua unsur tafsir visual dapat mewakili kompleksitas makna Al-Qur'an yang kaya dan berlapis. Oleh karena itu, tafsir visual memerlukan kehati-hatian agar tidak terjadi penyempitan makna atau pengaburan konteks. Dalam hal ini, penting bagi kreator konten untuk menyertakan penjelasan atau narasi pelengkap, agar visual tidak berdiri sendiri sebagai "tafsir mutlak."⁶

Dengan demikian, representasi tafsir visual di @visualquran.id mencerminkan dinamika baru dalam penyampaian pesan-pesan Qur'ani yang menggabungkan estetika, makna, dan teknologi. Ia menandai pergeseran dari budaya baca-tulis menuju budaya lihat-rasakan. Perpaduan antara pesan keagamaan dan strategi komunikasi visual digital menjadikan konten-konten tersebut tidak hanya religius, tetapi juga komunikatif dan relevan. Meski demikian, posisi tafsir visual tetap harus dilihat sebagai pelengkap dari tafsir akademik, bukan sebagai pengganti.

Strategi Komunikasi dan Proses Kreatif di Balik Konten @visualquran.id

Proses kreatif dalam produksi konten dakwah visual di era digital tidak sekadar berkaitan dengan kemampuan desain grafis, melainkan juga melibatkan strategi komunikasi, pemahaman keagamaan, dan sensitivitas terhadap dinamika sosial. Akun Instagram @visualquran.id memadukan ketiganya dalam setiap karyanya, dengan mempertimbangkan kebutuhan dakwah yang kontekstual, estetis, dan mudah dipahami. Setiap konten bukan hanya hasil ekspresi artistik, tetapi juga merupakan hasil dari proses komunikasi yang sadar terhadap audiens dan algoritma platform digital. Dalam konteks ini, pemilik akun tidak hanya berperan sebagai desainer, tetapi juga sebagai mufassir visual yang menyampaikan pesan Al-Qur'an dalam bahasa gambar.

Melalui wawancara dengan kreator konten serupa dalam studi-studi sebelumnya, diketahui bahwa proses produksi biasanya dimulai dengan pemilihan ayat berdasarkan isu

⁵ Amalia, "Komodifikasi Nilai Islam sebagai Alat Promosi Busana Muslim di Instagram: Analisis Tafsir Kontekstual."

⁶ Kasumal, "Paradigma Tafsir di Media Sosial: Studi Instagram @quranreview dan @quraish.shihab."

atau tema yang sedang berkembang, seperti ketenangan batin, kejujuran, atau ujian hidup. Setelah itu, makna ayat dikaji secara singkat melalui tafsir populer seperti *Tafsir al-Misbah* atau *Tafsir Ibnu Katsir*. Selanjutnya, perancang konten menciptakan ilustrasi yang dianggap dapat menggambarkan ruh pesan tersebut. Misalnya, untuk ayat tentang kesabaran, kontennya disusun dengan latar hujan, seseorang yang berteduh, dan Cahaya kecil di kejauhan—menandakan harapan dan keteguhan hati. Dalam kasus ini, pesan spiritual didekati secara emosional dan visual, sehingga lebih mudah menyentuh khalayak.⁷

Strategi komunikasi @visualquran.id tampak selaras dengan prinsip encoding/decoding dalam teori Stuart Hall, di mana produsen pesan menyandikan makna dalam bentuk simbol visual dan caption ringkas, lalu diinterpretasikan ulang oleh audiens dalam konteks sosialnya masing-masing.⁸ Kreator konten harus memahami dua hal penting: pertama, bagaimana cara menyampaikan pesan agama tanpa terlalu menggurui; kedua, bagaimana konten tersebut tetap menarik dan sesuai dengan logika media sosial (visual kuat, ringkas, dan dapat dibagikan). Mereka sering menggunakan layout minimalis, warna-warna lembut, serta tipografi yang menenangkan untuk mendukung suasana kontemplatif.

Selain itu, pemanfaatan caption yang pendek dan padat menjadi bagian dari strategi naratif yang efektif. Caption biasanya berupa kutipan tafsir populer atau refleksi pribadi yang berkaitan dengan ilustrasi, bukan penjelasan akademik mendalam. Ini menunjukkan bahwa yang dibangun adalah komunikasi spiritual yang populis, yang menjembatani antara nilai-nilai Qur'ani dan kehidupan sehari-hari audiens. Hal ini sejalan dengan pendapat Ayuni, yang menyatakan bahwa dakwah digital yang efektif tidak hanya menyampaikan konten agama secara kaku, tetapi juga melalui pendekatan yang empatik, humanis, dan estetis.⁹

Dalam praktiknya, pemilihan konten juga mempertimbangkan ritme algoritma Instagram—yakni kapan waktu terbaik untuk unggah, jenis konten yang paling banyak disukai, dan respons terhadap tren visual yang sedang berkembang. Dengan strategi ini,

⁷ Kasumal.

⁸ Stuart Hall, "Encoding/Decoding," dalam *Culture, Media, Language*, ed. oleh Stuart Hall dkk. (London: Routledge, 1980), 128–38.

⁹ Ayuni, "Keagamaan Online di Media Sosial: Mediatisasi Dakwah Humanis di Instagram @husein_hadar."

dakwah tidak lagi hadir dari mimbar konvensional, tetapi dari explore page dan beranda Instagram, bersanding dengan konten lifestyle, hiburan, dan motivasi. Fenomena ini menunjukkan bahwa dakwah visual kini telah menjadi bagian dari budaya digital mainstream.

Namun, kreator konten juga menghadapi tantangan dalam menjaga keseimbangan antara popularitas visual dan kedalaman pesan. Beberapa kritikus menyebut bahwa visualisasi yang terlalu estetis berisiko menggeser substansi ajaran, karena audiens bisa lebih fokus pada "desain" ketimbang pesan ayat. Oleh karena itu, perancang konten dakwah perlu memahami posisi mereka sebagai jembatan antara teks dan konteks, antara estetika dan etika. Mereka bukan sekadar kreator grafis, melainkan komunikator spiritual yang beroperasi dalam logika visual zaman ini.¹⁰

Dengan demikian, proses kreatif dan strategi komunikasi di balik konten @visualquran.id merefleksikan sintesis antara teknologi, spiritualitas, dan kebudayaan. Ini menjadi praktik tafsir yang bersifat visual-performatif, sekaligus bentuk baru dari ijtihad dakwah yang menyesuaikan diri dengan tuntutan zaman. Keberhasilan platform ini tidak semata ditentukan oleh kualitas desainnya, tetapi juga oleh kemampuannya menyentuh realitas psikologis dan sosial audiens Muslim digital masa kini.

Resepsi Audiens terhadap Konten Dakwah Visual @visualquran.id

Dalam konteks dakwah digital berbasis visual, pemaknaan konten oleh audiens menjadi elemen yang sangat penting untuk dikaji. Seiring dengan berkembangnya komunikasi dua arah melalui media sosial, audiens tidak lagi bersifat pasif, melainkan aktif dalam menyerap, menginterpretasi, bahkan membagikan kembali pesan keagamaan yang mereka konsumsi. Akun Instagram @visualquran.id merupakan salah satu contoh platform dakwah yang berhasil menciptakan keterlibatan emosional dan spiritual dengan pengikutnya melalui pendekatan visual yang sederhana namun menyentuh. Dengan lebih dari seratus ribu pengikut dan ribuan interaksi dalam bentuk komentar, likes, dan shares, konten yang disampaikan tidak hanya dikonsumsi secara estetis, tetapi juga menjadi sarana kontemplasi dan refleksi bagi banyak pengikutnya.

¹⁰ Hafizh Setiawan, "Analisis Semiotika Desain Komunikasi Visual pada Grup Facebook Meme Dakwah Islam" (UIN Gus Dur, 2024), <http://etheses.uingusdur.ac.id/11191/>.

Berdasarkan hasil observasi interaksi dan studi literatur sebelumnya, mayoritas audiens @visualquran.id terdiri dari kalangan muda Muslim urban yang aktif di media sosial dan mencari pendekatan keagamaan yang lebih personal dan relevan. Mereka cenderung mengapresiasi konten yang menampilkan keseimbangan antara nilai-nilai spiritual dan kebutuhan emosional sehari-hari. Konten dengan ilustrasi yang menggambarkan ketenangan, harapan, atau kesabaran mendapatkan respons positif, seperti komentar "Ini menyentuh banget," "Pas banget dengan kondisi saya sekarang," atau "Masya Allah, visualnya menenangkan." Hal ini menunjukkan bahwa bentuk visual memiliki kekuatan tersendiri dalam membangun resonansi emosional terhadap pesan-pesan Qur'an.¹¹

Dari perspektif teori resepsi Stuart Hall, pola pemaknaan yang muncul dari audiens @visualquran.id dapat diklasifikasikan ke dalam tiga jenis: dominan-hegemonik, negosiasi, dan oposisi. Pada kategori dominan, audiens menerima pesan dakwah visual sesuai dengan maksud pembuatnya, yaitu sebagai pengingat akan nilai-nilai ilahiah. Pada kategori negosiasi, terdapat audiens yang mengapresiasi nilai estetika tetapi mempertanyakan kedalaman tafsir yang ditampilkan, sementara pada kategori oposisi, meskipun minoritas, ada pula komentar yang mempertanyakan validitas visualisasi ayat-ayat suci dan khawatir akan bentuk "komersialisasi" ayat Al-Qur'an melalui konten Instagram.¹² Namun demikian, sebagian besar audiens menunjukkan kecenderungan positif terhadap konten yang dikemas dengan niat baik, selama tidak menyalahi prinsip dasar agama.

Menariknya, terdapat pula dimensi resepsi yang tidak hanya bersifat pasif, melainkan partisipatif. Banyak audiens yang membagikan ulang konten @visualquran.id ke story pribadi mereka, menambahkan refleksi singkat, atau bahkan menjadikan desainnya sebagai wallpaper digital. Tindakan ini bukan hanya bentuk konsumsi visual, tetapi juga reproduksi makna dalam kehidupan personal. Dalam hal ini, dakwah visual mengalami pergeseran dari komunikasi satu arah menjadi ekosistem makna bersama (*shared meaning system*) yang dibentuk oleh pengguna media digital.

Namun, penting juga untuk dicermati bahwa tidak semua pemaknaan berjalan sejalan dengan maksud kreator. Sebagian pengguna cenderung memaknai konten hanya

¹¹ Kasumal, "Paradigma Tafsir di Media Sosial: Studi Instagram @quranreview dan @quraish.shihab."

¹² Hall, "Encoding/Decoding."

sebagai “estetika spiritual” tanpa melibatkan proses reflektif terhadap nilai Qur’ani yang lebih dalam. Ada pula yang mengapresiasi desainnya tetapi melewatkannya pesan substantif dari ayat yang diangkat. Fenomena ini mencerminkan tantangan besar dalam komunikasi dakwah visual: bagaimana memastikan bahwa pesan religius tidak dikalahkan oleh daya tarik estetikanya. Dalam konteks ini, penelitian oleh Setiawan menekankan perlunya pelengkap berupa narasi atau tautan ke sumber tafsir resmi agar audiens tidak hanya mengakses keindahan visual, tetapi juga kedalaman pesan spiritualnya.¹³

Dengan demikian, resensi audiens terhadap konten @visualquran.id menunjukkan bahwa seni grafis digital berperan signifikan dalam membangun keterlibatan emosional dan spiritual dengan teks suci. Meski memiliki keterbatasan dalam hal kedalaman tafsir, pendekatan ini terbukti berhasil dalam menjembatani teks Qur’ani dengan realitas emosional masyarakat Muslim kontemporer. Konten dakwah visual tidak lagi hanya berfungsi sebagai penyampaian ajaran, tetapi juga sebagai ruang interaktif yang memungkinkan umat beragama merespons, berbagi, dan merefleksikan nilai-nilai spiritual dalam bentuk yang lebih intim dan kontekstual.

Tantangan dan Implikasi Dakwah Visual di Era Digital

Meskipun seni grafis digital telah terbukti menjadi medium yang efektif dalam menyampaikan pesan-pesan Qur’ani secara populer, pendekatan ini juga menyimpan berbagai tantangan, baik secara teologis, etis, maupun sosiokultural. Dalam konteks dakwah visual seperti yang dilakukan oleh @visualquran.id, tantangan utama terletak pada batas antara visualisasi yang memperkuat makna ayat dan visualisasi yang justru menyederhanakan, mereduksi, atau bahkan menyelewengkan makna dari teks suci tersebut. Tantangan ini semakin kompleks ketika media sosial menuntut kecepatan produksi, tren visual yang berubah cepat, dan algoritma yang menekankan keterlibatan pengguna, bukan akurasi teologis.¹⁴

Secara teologis, visualisasi ayat Al-Qur'an memiliki batasan yang tidak selalu jelas. Dalam tradisi keilmuan Islam klasik, tafsir menuntut metodologi yang ketat dan akurat – berdasarkan bahasa Arab, konteks turunnya ayat (*asbāb al-nuzūl*), serta pengetahuan tentang *maqāṣid al-shari'ah*. Sementara itu, pendekatan visual dalam dakwah seringkali

¹³ Setiawan, “Analisis Semiotika Desain Komunikasi Visual pada Grup Facebook Meme Dakwah Islam.”

¹⁴ Kasumal, “Paradigma Tafsir di Media Sosial: Studi Instagram @quranreview dan @quraish.shihab.”

menggunakan tafsir tematik populer atau pemahaman personal kreator konten tanpa landasan tafsir yang sistematis. Hal ini menimbulkan risiko pemaknaan yang terlalu bebas, yang dapat menyebabkan kesalahpahaman publik terhadap maksud ayat, terutama jika tidak disertai dengan penjelasan atau sumber tafsir otoritatif. Sebagaimana dicatat oleh Arifin, penyajian ayat tanpa konteks melalui media sosial bisa membentuk pemahaman yang parsial dan emosional, bukan holistik dan intelektual.¹⁵

Dari sisi etika komunikasi keagamaan, penggunaan ayat Al-Qur'an dalam desain visual juga harus memperhatikan kesakralan teks suci. Tidak semua bentuk seni atau media cocok digunakan untuk menampilkan ayat suci, apalagi jika dikemas dalam format yang terlalu dekoratif, humoris, atau mengikuti gaya pasar yang banal. Konten yang dirancang untuk mengikuti tren estetika media sosial – seperti ilustrasi imut, warna pastel, atau gaya minimalis – bisa menjadi ambigu antara sarana penghayatan spiritual atau sekadar konsumsi visual. Fenomena ini menimbulkan pertanyaan penting: apakah nilai dakwah masih menjadi inti dari konten, atau telah bergeser menjadi estetika religius yang mudah viral tetapi kosong dari makna teologis yang mendalam?

Tantangan lain datang dari sisi sosiologis, yakni potensi eksklusivitas konten terhadap kalangan urban digital yang memiliki akses teknologi dan literasi visual tinggi. Sementara itu, kalangan tradisional yang tidak akrab dengan budaya visual digital mungkin merasa terasing dari bentuk dakwah ini. Ini menunjukkan bahwa dakwah visual belum tentu inklusif, dan memerlukan upaya untuk menjangkau spektrum umat Islam yang lebih luas, termasuk mereka yang terbiasa dengan bentuk dakwah konvensional seperti ceramah, kitab kuning, atau *halaqah*.

Namun, di balik berbagai tantangan tersebut, dakwah visual melalui seni grafis digital juga menyimpan potensi strategis yang besar bagi masa depan komunikasi keagamaan Islam. Pertama, ia mampu menjangkau generasi muda yang cenderung visual, mobile, dan cepat dalam mengonsumsi informasi. Kedua, ia memberikan ruang bagi kolaborasi antara ulama, desainer, dan pendidik untuk merancang media tafsir yang informatif dan inspiratif. Ketiga, ia menciptakan kanal baru dakwah yang lebih empatik, karena tidak bersifat instruktif semata, tetapi juga reflektif dan kontemplatif. Keberhasilan dakwah visual di

¹⁵ Muhammad Rofiq Arifin, "Literasi Dakwah Visual dalam Media Sosial: Studi Konten Dakwah Visual Instagram," *Jurnal Komunikasi Islam* 11, no. 1 (2021): 45–59.

platform seperti @visualquran.id membuktikan bahwa pesan Islam yang luhur dapat disampaikan dengan cara yang estetik, humanis, dan tetap berakar pada nilai-nilai Qur'ani.

Untuk menjawab tantangan tersebut, perlu ada panduan bersama antara pelaku kreatif dan lembaga keagamaan dalam membuat batasan dan pedoman desain dakwah visual. Literasi tafsir harus menjadi bagian dari pelatihan bagi kreator konten dakwah agar mereka tidak hanya kreatif secara artistik, tetapi juga bertanggung jawab secara teologis. Demikian pula, lembaga pendidikan Islam dapat membuka ruang kurikulum baru yang mengintegrasikan tafsir, desain komunikasi visual, dan media digital sebagai bentuk *ijtihad* baru dalam menyampaikan pesan agama secara kontekstual dan transformatif.

Dengan demikian, dakwah visual tidak hanya harus dipahami sebagai tren media sosial, tetapi sebagai ruang tafsir baru yang membutuhkan kedalaman, etika, dan orientasi spiritual yang kuat. Seni grafis digital bisa menjadi jembatan antara teks suci dan dunia kontemporer, antara keindahan visual dan kebenaran spiritual, asalkan dijalankan dengan kesadaran intelektual dan tanggung jawab keagamaan yang tinggi.

D. Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa seni grafis digital telah menjadi sarana tafsir populer yang efektif dalam menjembatani teks Al-Qur'an dengan konteks kehidupan modern, khususnya di kalangan generasi muda Muslim pengguna media sosial. Akun Instagram @visualquran.id menjadi contoh konkret bagaimana ayat-ayat Qur'ani dapat disampaikan dalam format visual yang tidak hanya menarik secara estetika, tetapi juga menyentuh sisi emosional dan spiritual audiens. Representasi yang disampaikan mencakup elemen simbolik, warna, dan tipografi yang secara visual menyampaikan makna yang sebelumnya hanya tersedia dalam bentuk teks atau ceramah.

Strategi komunikasi visual yang diterapkan oleh kreator konten memperlihatkan pendekatan yang sadar akan dinamika algoritma media sosial dan kebutuhan psikologis audiens masa kini. Mereka tidak hanya menyandikan makna dalam bentuk gambar, tetapi juga menciptakan ruang kontemplasi bagi audiens melalui narasi dan visual yang beresonansi dengan pengalaman hidup sehari-hari. Selain itu, pemaknaan yang muncul dari audiens mencerminkan pola interaksi spiritual yang partisipatif, di mana konten tidak sekadar dikonsumsi, tetapi juga dibagikan dan dipersonalisasi.

Namun demikian, pendekatan ini juga menghadirkan sejumlah tantangan, terutama terkait validitas tafsir, etika visualisasi teks suci, dan risiko estetisasi yang mengaburkan pesan

teologis. Dalam konteks ini, tafsir visual harus tetap dilihat sebagai pelengkap dari tradisi tafsir akademik yang lebih sistematis, bukan sebagai pengganti. Oleh karena itu, penting bagi semua pihak yang terlibat—baik kreator konten, akademisi, maupun institusi keagamaan untuk menjaga integritas pesan Qur'ani dalam setiap bentuk representasinya.

Daftar Pustaka

- Amalia, I. "Komodifikasi Nilai Islam sebagai Alat Promosi Busana Muslim di Instagram: Analisis Tafsir Kontekstual." *Living Islam: Journal of Islamic Discourses* 6, no. 2 (2022). <https://ejournal.uin-suka.ac.id/ushuluddin/li/article/view/3806>.
- Arifin, Muchammad Rofi'. "Literasi Dakwah Visual dalam Media Sosial: Studi Konten Dakwah Visual Instagram." *Jurnal Komunikasi Islam* 11, no. 1 (2021): 45–59.
- Ayuni, Qonita. "Keagamaan Online di Media Sosial: Mediatisasi Dakwah Humanis di Instagram @husein_hadar." UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2022. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/67085>.
- Barthes, Roland. *Image, Music, Text*. London: Fontana Press, 1977.
- Hall, Stuart. "Encoding/Decoding." Dalam *Culture, Media, Language*, disunting oleh Stuart Hall dkk., 128–38. London: Routledge, 1980.
- Kasumal, Muhammad Nur Hidayat. "Paradigma Tafsir di Media Sosial: Studi Instagram @quranreview dan @quraish.shihab." IAIN Manado, 2023. <http://repository.iain-manado.ac.id/id/eprint/1866>.
- Rachmi, Rina Mardhatillah. "Utilisasi Media dan Komunikasi Visual dalam Dakwah di Era 5.0." *Aljamahirah: Jurnal Komunikasi dan Dakwah Islam* 2, no. 1 (2024): 55–68.
- Setiawan, Hafizh. "Analisis Semiotika Desain Komunikasi Visual pada Grup Facebook Meme Dakwah Islam." UIN Gus Dur, 2024. <http://etheses.uingusdur.ac.id/11191/>.