

**ANALISIS ISI KUANTITATIF EDUKASI KOGNITIF TAFSIR AL-
QUR'AN**

**(Studi Pada Akun Instagram @quranreview Periode Postingan Bulan Mei –
Desember 2023)**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi**

Disusun Oleh:

Dewi Sekarsari

NIM: 19107030016

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA

YOGYAKARTA

2025

SURAT PERNYATAAN

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama Mahasiswa : Dewi Sekarsari
Nomor Induk : 19107030016
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : *Advertising*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah asli hasil karya/penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya/penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

Yogyakarta, 13 Mei 2025

Yang menyatakan,



Dewi Sekarsari

19107030016

NOTA DINAS PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

NOTA DINAS PEMBIMBING FM-UINSK-PBM-05-02/RO

Hal: Skripsi

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamu 'alaikum Wr. Wb

Setelah memberikan, mengarahkan dan mengadakan perbaikan seperlunya maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Dewi Sekarsari
NIM : 19107030016
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul :

ANALISIS ISI KUANTITATIF EDUKASI KOGNITIF TAFSIR AL-QUR'AN SECARA GRAFIS DIGITAL ARTIFICIAL INTELLIGENCE (Studi Pada Akun Instagram @quranreview Periode Postingan Bulan Mei - Desember 2023)

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 16 Mei 2025

Pembimbing

Dr. Yani Tri Wijavanti, S.Sos., M. Si.
NIP : 19800326 200801 2 010

HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-3157/Un.02/DSH/PP.00.9/07/2025

Tugas Akhir dengan judul : ANALISIS ISI KUANTITATIF EDUKASI KOGNITIF TAFSIR AL-QUR'AN
(Studi Pada Akun Instagram @quranreview Periode Postingan Bulan Mei-Desember 2023)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : DEWI SEKARSARI
Nomor Induk Mahasiswa : 19107030016
Telah diujikan pada : Kamis, 12 Juni 2025
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Valid ID: 686e09d7f3a8

Ketua Sidang

Dr. Yani Tri Wijayanti, S.Sos, M.Si
SIGNED



Valid ID: 686cc463b7fbc

Penguji I

Lukman Nusa, M.I.Kom.
SIGNED



Valid ID: 686cbfd2506d

Penguji II

Rahmah Attaymini, S.I.Kom., M.A.
SIGNED



Valid ID: 68707b36a5c1c

Yogyakarta, 12 Juni 2025
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Prof. Dr. Erika Setyanti Kusumaputri, S.Psi., M.Si.
SIGNED

MOTTO

***“KAMU PASTI MAMPU DAN AKAN DIMAMPUKAN, KARENA INI
SESUAI DENGAN KAPASITASMU!”***

(Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya...)

(QS. Al-Baqarah:286)

*(Karena sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya
bersama kesulitan itu ada kemudahan.)*

(QS. Al-Insyirah:5-6)

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini dipersembahkan kepada:

*Orang-Orang Yang Sangat Luar Biasa Dedikasinya Untuk Hidup Saya; Kepada
Bapak, Mamak, Mas dan Adek, Yang Telah Selalu Ada Untuk Keamanan,
Kenyamanan Dan Kebahagiaan Serta Pelajaran Hidup Saya.
Terimakasih Banyak Atas Dedikasi, Support Dan Doanya.*

*Karya Tulisan Ini Juga Saya Persembahkan Untuk Orang-Orang Yang
Mendampingi Perjuangan Saya; Teman, Sahabat Dan Juga Para Dosen.*

Dan

Almameter Tercinta

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah Subhanahu wa Ta'ala, yang telah melimpahkan rahmat dan pertolongan-Nya. Sholawat serta salam tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad Shalallahu 'Alaihi Wasallam, yang telah menuntun manusia menuju jalan kebahagiaan hidup di dunia dan di akhirat.

Penyusunan skripsi ini merupakan kajian singkat tentang **ANALISIS ISI KUANTITATIF EDUKASI KOGNITIF TAFSIR AL-QUR'AN (Studi Pada Akun Instagram @quranreview Periode Postingan Bulan Mei – Desember 2023)**. Penyusun menyadari, bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini, penyusun mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Noorhaidi, M.A., Phil., Ph.D. selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Dr. Erika Setyani Kusumaputri, S.Psi., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Dr. Mokhamad Mahfud, S.Sos. I, M.Si. selaku Ketua Program studi Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Dr. Rama Kertamukti, S.Sos., M.Sn. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membantu peneliti dalam pengajuan penelitian ini.
5. Dr. Yani Tri Wijayanti, S.Sos., M.Si. selaku dosen Pembimbing Skripsi yang telah mencurahkan waktu, pikiran, dan juga tenaga untuk senantiasa

memberikan bimbingan, arahan, ilmu serta dukungan tiada henti kepada peneliti hingga penyusunan skripsi ini selesai.

6. Lukman Nusa, M.I.Kom. selaku Dosen Penguji 1 dan Rahmah Attaymini, S.I.Kom., M.A. selaku Dosen Penguji 2 yang bersedia meluangkan waktu dan memberikan masukan yang membangun dalam penyusunan dan penyempurnaan skripsi ini.
7. Seluruh Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan yang berharga selama menjalani masa perkuliahan.
8. Setyono, selaku karyawan di Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora yang selalu memberikan energi positif, membantu dan menyemangati peneliti selama proses bimbingan dengan Dosen Pembimbing.
9. Kedua orang tua, Bapak dan Mamak peneliti yang senantiasa memanjatkan do'a dan memberikan kasih sayang yang luar biasa kepada peneliti. Serta ucapan terima kasih yang tiada henti dan tiada taranya atas segala dukungan batin maupun finansial yang menjadi sumber motivasi utama bagi peneliti untuk menyelesaikan studi dan skripsi ini hingga akhir.
10. Ahmad Sulaiman dan Zaidun Abdullah, selaku saudara kandung peneliti yang telah memberikan dukungan secara batin maupun finansial yang sangat membantu dan mendukung peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan perkuliahan ini.

11. Mba Rizsa selaku kakak ipar yang selalu *support* dan menjadikan rumah sebagai tempat yang nyaman untuk peneliti diakhir masa penyelesaian skripsi ini.
12. Para *coder* penelitian, Mba ‘Ain dan Dewi Meiliyan, terimakasih banyak atas kesediaan dan bantuannya, *Jazakunnallahu khairan*. Terima kasih sudah bersedia meluangkan waktu dan pikirannya untuk membantu peneliti menyelesaikan tugas akhir ini. Semoga Allah memudahkan selalu urusan kalian dan senantiasa dalam lindunganNya.
13. Tim @quranreview yang telah membuat akun ini, sehingga menginspirasi peneliti untuk melakukan penelitian terhadap akun ini. Semangat terus dalam menginspirasi dan menyebarkan kebaikan, *Barakallahu fiikum*.
14. Zidny, Mifta, Intan, Wirda, Saras, Tsuroyya, selaku teman dan sahabat peneliti yang telah senantiasa mengingatkan, membantu, menyemangati dan *mensupport* peneliti dalam proses penyusunan skripsi ini hingga selesai. Terima kasih banyak peneliti ucapkan dari hati terdalam.
15. Teman-teman komunitas dan ngaji yang menjadi tempat *charge* bagi peneliti di masa-masa sulit selama penyusunan skripsi.
16. Kepada Allah Subhanahu wa Ta’ala yang terus menemani, memampukan dan menguatkan saya, yaitu Dewi Sekarsari selaku peneliti dari penelitian ini, sehingga peneliti dapat terus berjuang walaupun dengan sangat pelan dan memilih menyerah untuk menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.
17. Semua pihak yang telah berjasa dalam penyusunan skripsi ini, yang tidak mungkin dapat peneliti sebutkan satu per satu.

18. Semua yang selalu mensupport dan mendo'akan saya, saya ucapkan terima kasih banyak, *Jazakumullahu khair wa Barakallahu fukum.*

Kepada semua pihak tersebut, peneliti berterima kasih karena telah membantu, memanjatkan do'a memberikan dukungan dan semangat kepada peneliti. Semoga amal baik yang telah diberikan dapat diterima di sisi Allah Subhanahu wa Ta'ala dan Allah membalas semua kebaikan yang telah diberikan dengan kebaikan yang berlipat.

Yogyakarta, 13 Mei 2025

Peneliti

Dewi Sekarsari

NIM. 19107030016

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
<i>ABSTRACT</i>.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	13
C. Tujuan Penelitian.....	14
D. Manfaat Penelitian	14
E. Tinjauan Pustaka	15
F. Landasan Teori	21
1. Teori Difusi Inovasi.....	21
2. Konsep Pembelajaran Ranah Kognitif.....	25
3. Instagram Sebagai Media Sosial.....	29
G. Kerangka Pemikiran.....	32
H. Metodologi Penelitian.....	33
1. Jenis penelitian.....	33
2. Populasi, Ukuran Sampel dan Teknik Sampling.....	33
3. Unit Analisis	39

4. Definisi Operasional	39
5. Jenis Data	44
6. Metode Pengumpulan Data	45
7. Uji Validitas dan Reliabilitas	46
8. Metode Analisis Data	48
BAB II GAMBARAN UMUM	50
A. Akun Instagram @quranreview	50
B. Lokasi kantor @quranreview	53
BAB III ANALISIS DAN PEMBAHASAN	55
A. Deskripsi Penelitian	55
B. Uji Validitas	56
C. Uji Reliabilitas	57
D. Hasil Analisis Data	64
E. Pembahasan	80
1. Teori Kognitif pada akun Instagram @quranreview	80
2. Aplikasi Difusi Inovasi pada akun Instagram @quranreview	90
BAB IV PENUTUP	93
A. Kesimpulan	93
B. Saran	95
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN	99

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR TABEL

Table 1. Tinjauan Pustaka	20
Table 2. Sampel Konten Penelitian	35
Table 3. Definisi Operasional	41
Table 4. Persentase Konsep Pengetahuan atau Ingatan	66
Table 5. Persentase Konsep Pemahaman	69
Table 6. Persentase Konsep Aplikasi atau Penerapan	71
Table 7. Persentase Konsep Analisis	73
Table 8. Persentase Konsep Sintesis	75
Table 9. Persentase Konsep Evaluasi	78



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Sumber informasi yang biasa diakses masyarakat Indonesia 2020-2022	3
Gambar 2. Media sosial yang banyak digunakan masyarakat Indonesia 2023	4
Gambar 3. Akun Instagram @quranreview	8
Gambar 4. Konten akun @quranreview sebelum menggunakan AI.....	10
Gambar 5. Konten akun @quranreview setelah menggunakan AI.....	11
Gambar 6. Kerangka Berpikir	32
Gambar 7. Akun Instagram @quranreview	51

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Pengumpulan Data.....	99
Lampiran 2. Lembar Coding.....	101
Lampiran 3. Lembar Hasil Koding	105
Lampiran 4. Curriculum Vitae.....	117



ABSTRACT

Tafsir Al-Qur'an education has transitioned from face-to-face to digital. Technological innovation also affects the education of Tafsir Al-Qur'an which can now be accessed through digital media. This study aims to determine the value of cognitive Qur'anic tafsir education on the @quranreview account which presents Qur'anic tafsir education on digital media. The research method used is quantitative content analysis. This research focuses on microblog content that contains the educational value of Qur'anic interpretation on the @quranreview account. Data were collected through a questionnaire containing statements based on Benjamin S. Bloom's cognitive education theory. Bloom's cognitive education theory. This study found that most of the content on the @quranreview Instagram account focuses on the application and analysis domains. This reflects that this account not only provides information, but also encourages its followers to apply and participate in learning and evaluating the understanding of the interpretation of the Qur'an that has been explained. The development of tafsir educational media is also supported by adopting artificial intelligence (AI) innovation for the graphic design of tafsir Al-Qur'an content. The development of tafsir education media is also supported by adopting artificial intelligence (AI) innovation for graphic design of Al-Qur'an tafsir content. Thus, the @quranreview account can be said to be successful in carrying out the function of digital Qur'anic tafsir education, as well as being a representation of the transformation of tafsir education which was previously face-to-face into a more open, visual and interactive through social media, especially Instagram.

Keywords: cognitive education, tafsir al-Qur'an, diffusion of innovation, artificial intelligence

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Media baru atau *new media* kini menjadi bagian yang tidak terpisahkan dengan kehidupan sehari-hari. *New media* merupakan media yang menggunakan internet, media online berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif dan dapat berfungsi secara privat maupun secara publik (Mondry, 2008). Menurut McQuail dalam buku Teori Komunikasi Massa (McQuail's & Deuze, 2020), ciri utama media baru adalah adanya saling keterhubungan, aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima atau pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka, dan sifatnya yang ada dimana-mana. Salah satu ciri perkembangan metode berkomunikasi dalam media baru adalah dapat menjangkau banyak orang sekaligus dalam penyebaran informasinya. Efek dari perkembangan komunikasi ini kemudian menjangkau banyak hal dalam kehidupan, salah satunya dalam hal edukasi keagamaan, yakni perkembangan edukasi tafsir Al-Qur'an.

Pada masa awal, karya tafsir merupakan hasil tulisan tangan dari para mufassir dalam bentuk manuskrip, yang mana menunjukkan keterbatasan dalam penyebaran informasi karena hanya dapat diakses melalui komunikasi langsung atau tatap muka, menyerupai komunikasi interpersonal. Umumnya berlangsung secara konvensional, yakni melalui ceramah langsung, majelis taklim, atau tatap muka secara formal. Namun,

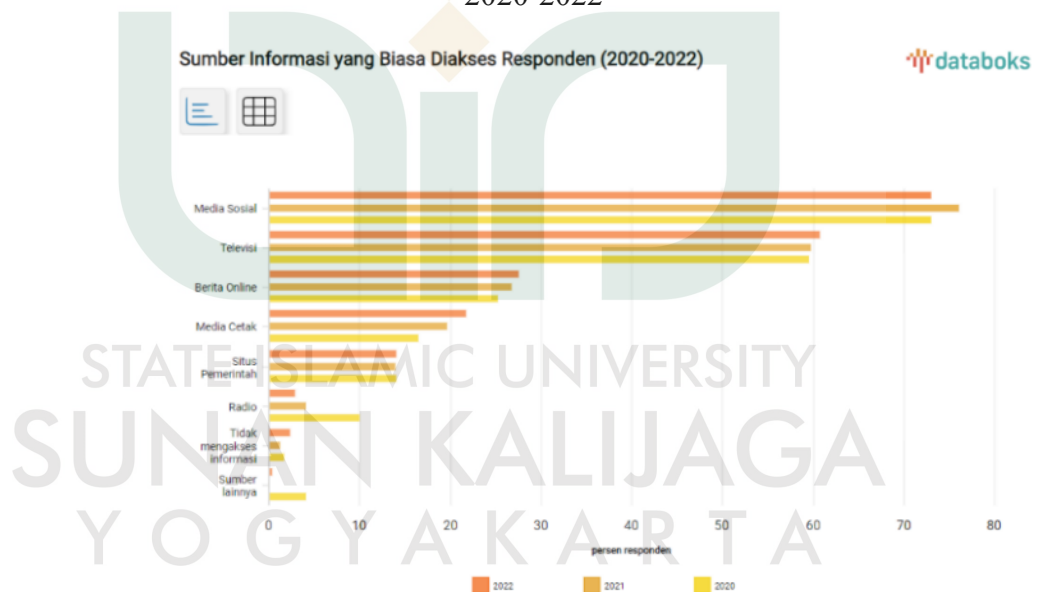
seiring berjalannya waktu, terjadi pergeseran signifikan dalam penyampaian edukasi keagamaan, termasuk tafsir Al-Qur'an. Perkembangan teknologi ini ditandai dengan hadirnya internet yang memperkenalkan media baru sebagai bentuk inovasi dalam penyampaian edukasi tafsir. Media baru ini memungkinkan digitalisasi karya tafsir sehingga dapat diakses melalui berbagai perangkat teknologi tanpa batas ruang dan waktu. Konteks ini menjadikan penyebaran penafsiran Al-Qur'an semakin dinamis, selaras dengan percepatan perkembangan teknologi informasi (Rifai, 2020)

Memasuki era revolusi industri 4.0 dan disrupsi teknologi, membuat setiap individu dituntut untuk mampu berinovasi dalam menggantikan sistem yang konvensional serta menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman melalui pendekatan-pendekatan yang lebih adaptif dan modern. Difusi inovasi sendiri merujuk pada suatu proses penyebaran inovasi yang berlangsung seiring waktu melalui saluran tertentu diantara anggota dalam suatu sistem sosial. Proses komunikasi ini membawa pesan-pesan yang berhubungan dengan gagasan atau ide yang bersifat baru (Rogers, 1995). Penyebaran difusi inovasi berkembang di berbagai bidang kehidupan manusia. Salah satunya dalam bidang tafsir, bentuk pengembangan proses edukasi tafsir ini adalah dalam bentuk dokumentasi dan juga akses terhadapnya. Awal mula inovasi dalam edukasi tafsir Al-Qur'an ini, ditandai dengan adanya digitalisasi kitab tafsir menjadi e-book kemudian muncul aplikasi-aplikasi tafsir Al-Qur'an. Media sosial seperti Facebook,

Youtube, dan Instagram turut mengambil peran dalam perkembangan kajian tafsir Al-Qur'an berkat adanya perkembangan teknologi informasi yang massif.

Pesatnya perkembangan teknologi komunikasi informasi ini membuat generasi yang ada di dalamnya mengandalkan media sosial sebagai platform sumber informasi utama. Berdasarkan data yang diperoleh dari databoks, sumber informasi utama masyarakat Indonesia dalam tiga tahun terakhir adalah media sosial, dengan persentase mencapai 72,6% pada tahun 2022. Berikut merupakan data grafik sumber informasi yang biasa diakses masyarakat Indonesia dari tahun 2020-2022.

Gambar 1. Sumber informasi yang biasa diakses masyarakat Indonesia 2020-2022

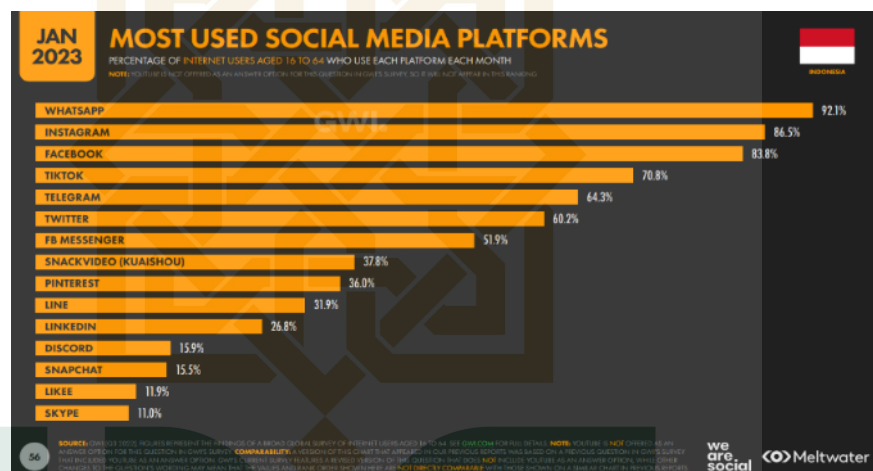


Sumber: databoks.katadata.co.id (2023)

Media sosial sendiri terdiri dari berbagai platform media informasi yang dapat diakses masyarakat. Salah satu platform media sosial yang paling banyak dimanfaatkan oleh pengguna saat ini adalah Instagram.

Berdasarkan data yang diperoleh dari *wearesocial.com* per-April 2023, Instagram menduduki posisi kedua sebagai media sosial yang banyak digunakan. Berikut data grafik media sosial yang paling banyak digunakan masyarakat Indonesia tahun 2023.

Gambar 2. Media sosial yang banyak digunakan masyarakat Indonesia 2023



Sumber: *wearesocial.com* (2023)

Berdasarkan data dari gambar di atas, diketahui bahwa pengguna Instagram di Indonesia sebanyak 86,5% dari jumlah populasi Indonesia. Hal ini menarik untuk mengamati penggunaan Instagram sebagai media sosial kedua paling banyak digunakan dan besarnya peran yang bisa dilakukan Instagram sebagai media informasi. Instagram sebagai salah satu jaringan media sosial mampu memberikan dampak selain penyebaran informasi juga inspirasi dan media edukasi. Instagram memiliki potensi sebagai sumber inspirasi dan informasi bagi para penggunanya serta mendorong peningkatan kreativitas (Sidiq, 2017). Beragamnya fitur yang tersedia dalam platform ini mendukung kemudahan pengguna dalam memanfaatkannya

sebagai sarana edukasi. Selain itu pengoperasian Instagram yang ramah pengguna (*user friendly*), penggunaan data yang relatif efisien, serta tingkat popularitas yang tinggi di kalangan remaja menjadikan platform ini efektif dalam mendukung proses pembelajaran (Veygid et al., 2020). Dengan ditemukannya fakta ini, Instagram sebagai media sosial mempunyai peluang menjadi *platform* penyebaran konten-konten positif dan juga media edukasi.

Peran Instagram yang tidak hanya sebagai media *sharing* foto, namun juga sebagai media dakwah dengan memberikan informasi mengenai ilmu keagamaan, baik yang tercantum dalam Al-Qur'an maupun Hadits (Pathia, 2020). Pengembangan fungsi Instagram ini dapat menjadi langkah strategis dalam rangka peningkatan pemahaman ayat Al-Qur'an di tengah beragamanya fungsi platform ini. Karena di era saat ini media sosial menjadi alat yang berpengaruh dalam kehidupan penggunanya, termasuk didalamnya ialah Instagram (Widjajanta et al., 2018). Dengan fakta bahwa media sosial yang banyak digunakan masyarakat Indonesia adalah Instagram dan pengguna terbanyaknya ialah gen z dan millenials, hal ini menjadikan Instagram memiliki pengaruh bagi penggunanya (Woodley, 2018).

Pembaharuan dan kemajuan dalam penggunaan teknologi untuk kehidupan sehari-hari tersirat dijelaskan sebagaimana dalam nash ayat Al-Qur'an surah Ali Imran ayat 190-191 yang menjelaskan mengenai pentingnya manusia untuk berpikir sekaligus mengamati tanda-tanda kebesaran Allah, yaitu:

إِنَّ فِي خَلْقِ السَّمُوتِ وَالْأَرْضِ وَاخْتِلَافِ اللَّيْلِ وَالنَّهَارِ لَآيَاتٍ لِّأُولِي الْأَلْبَابِ
الَّذِينَ يَذْكُرُونَ اللَّهَ قِيَمًا وَقُعُودًا وَعَلَىٰ جُنُوبِهِمْ وَيَتَفَكَّرُونَ فِي خَلْقِ السَّمُوتِ وَالْأَرْضِ رَبَّنَا
مَا خَلَقْتَ هَذَا بَطْلًا سُبْحَانَكَ فَقِنَا عَذَابَ النَّارِ

“Sesungguhnya dalam penciptaan langit dan bumi dan pergantian malam dan siang terdapat tanda-tanda (kebesaran Allah) bagi orang yang berakal (yaitu orang-orang yang mengingat Allah sambil berdiri, duduk atau dalam keadaan sambil berbaring dan memikirkan tentang penciptaan langit dan bumi (seraya berkata), Ya Tuhan kami, tidaklah Engkau menciptakan sesuatu ini sia-sia. Maha suci Engkau, lindungilah kami dari azab neraka.” (TQS. Ali ‘Imran:190-191).

Surah ini menjelaskan bagaimana orang-orang yang senantiasa mengingat Allah dalam kondisi apapun. Baik dalam kondisi berdiri, duduk maupun baring. Mereka juga yang senantiasa menggunakan akal pikirannya untuk memikirkan penciptaan langit dan bumi. Sehingga mereka pun berkata “Wahai Rabb, Engkau tidak menciptakan makhluk yang sangat besar ini untuk bersenda gurau. Maha Suci Engkau dari senda gurau. Maka jauhkanlah kami dari azab neraka, dengan cara Engkau bimbing kami kepada perbuatan-perbuatan yang baik dan Engkau lindungi kami dari perbuatan-perbuatan yang buruk. (Tafsir al-Mukhtashar, tafsirweb.com). Dengan diberikannya manusia tanda-tanda kebesaran Allah melalui ciptaannya, manusia diminta untuk merenungi dan berfikir tentang semua hal yang telah Allah ciptakan tersebut dan menemukan serta mencari inovasi yang sesuai dengan perkembangan zamannya.

Perkembangan inovasi edukasi tafsir Al-Qur’an ini muncul dengan berbagai bentuk dan model sehingga memudahkan masyarakat dalam memilih metode yang ingin dipakai. Seperti, digitalisasi literatur tafsir yang

dapat dijumpai dalam banyak bentuk dokumen atau *Portable Document Format* (PDF), *Electronic Book* (E-Book), dan situs website yang dapat menyediakan akses Al-Qur'an serta tafsirnya secara *online*. Kemudian ada juga berupa video, yang merupakan bentuk audio visualisasi tafsir, yakni penggabungan dari media yang dapat didengar dan media yang dipandang.

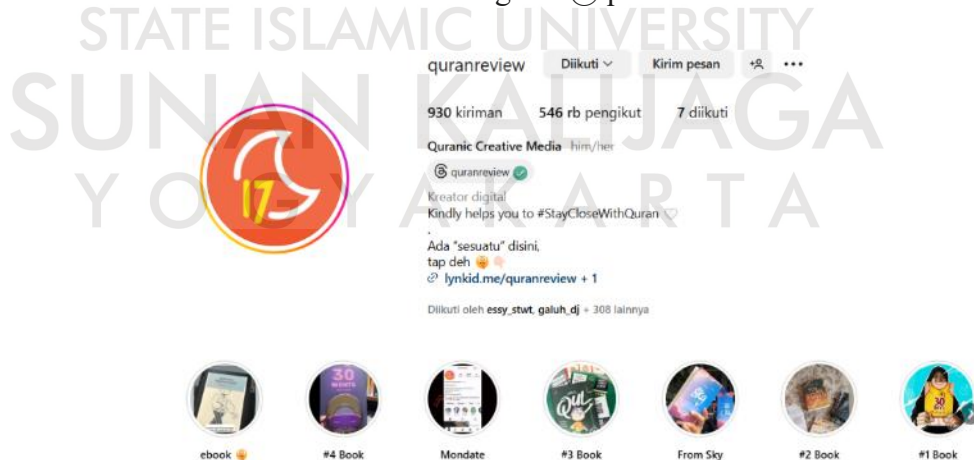
Pada platform media sosial seperti Youtube, Facebook, dan Instagram, tersebar berbagai jenis konten yang berkaitan dengan tafsir Al-Qur'an yang berasal dari beragam sumber. Kemudian ada juga yang berbentuk visualisasi tafsir dalam bentuk gambar, yakni ayat Al-Qur'an ini dinarasikan dalam sebuah gambar atau jenis konten infografis yang relevan dengan ayat tersebut. Untuk jenis penyampaian dalam bentuk gambar, umumnya terdiri dari dua komponen yakni teks dari ayat Al-Qur'annya dan gambar. Kedua elemen tersebut kemudian dikombinasikan dengan cara menambahkan atau menyisipkan teks ayat Al-Qur'an pada gambar yang digunakan, sehingga menghasilkan suatu konten visual berupa gambar yang disertai dengan keterangan (caption) tertentu ataupun tanpa keterangan tambahan (Mudin, 2019).

Adanya perkembangan media atau saluran baru menjadi salah satu bentuk inovasi agar jangkauan dalam menarik masyarakat semakin luas. Mengingat era saat ini media sosial menjadi alat yang berpengaruh dalam kehidupan penggunanya termasuk Instagram (Widjajanta et al., 2018). Inovasi yang hadir di era ini menjadi nilai tersendiri yakni salah satunya dalam bidang edukasi Al-Qur'an. Mengingat pentingnya kajian tafsir Al-

Qur'an ini bagi masyarakat terutama umat Islam, maka memperhatikan media yang lebih efektif dalam mendukung hal ini menjadi cukup penting untuk diperhatikan (Nafisatuzzahro, 2016).

Sehubungan dengan itu, media sosial Instagram ialah media sosial yang banyak digunakan masyarakat, hal ini menjadi inovasi kedepannya untuk meningkatkan pemahaman tafsir Al-Qur'an ditengah-tengah masyarakat. Dimana masyarakat informasi sekarang terbiasa dengan hal-hal yang instan, mudah dan cepat. Meskipun secara umum Instagram lebih sering dimanfaatkan sebagai media pemasaran, pemilihan fokus pada konten edukatif berupa tafsir Al-Qur'an dipandang sebagai langkah strategis dalam upaya meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap kandungan ayat-ayat Al-Qur'an, mengingat beragamnya fungsi dan jangkauan platform ini. Salah satunya hadirnya platform edukasi Al-Qur'an secara *online* di media sosial Instagram dengan nama @quranreview. Berikut gambar dari akun Instagram @quranreview.

Gambar 3. Akun Instagram @quranreview



Sumber: akun instagram @quranreview (2025)

Akun @quranreview menjadi salah satu media edukasi tafsir Al-Qur'an yang menjangkau media Instagram. Strategi pendekatan dalam pembelajaran Al-Qur'an yang diterapkan memperlihatkan karakteristik yang khas, yakni dengan menyajikan konten-konten bertema yang memiliki keterkaitan erat dengan dinamika fenomena sosial yang berkembang di tengah masyarakat, khususnya yang sesuai dengan karakteristik serta kebutuhan generasi milenial dan generasi z. Pemilihan akun Instagram @quranreview ini juga berdasarkan respon positif yang menjadi *followers* @quranreview, dengan total pengikut yaitu 546 ribu pengikut per tanggal 21 Januari 2025, dan dengan *likes* rata-rata diatas 5000 pada setiap postingannya, *share* dan juga komentar yang diterima positif. Sebagaimana yang disampaikan oleh Al-Banna dan Hilmi (2022), akun Instagram @quranreview berbeda dengan akun media sosial pada umumnya, @quranreview mampu menghadirkan kajian tafsir ayat-ayat Al-Qur'an dengan bahasa, diksi, nuansa dan konsep kekinian. Hal ini menjadi daya tarik akun ini sebagai salah satu inovasi dalam kajian edukasi tafsir Al-Qur'an secara *online*. Selain itu dalam penyajian kontennya, didukung dengan gambar, video (*reels*), ilustrasi gambar, dan terkadang cuplikan film dimana hal tersebut sangat dekat dengan kehidupan *millennial* dan gen z.

Dalam perkembangan kontennya, @quranreview menggunakan metode baru dalam penjelasan tafsir Al-Qur'annya yaitu mulai menggunakan *Artificial Intelligence (AI)* pada *design* grafisnya. Akun @quranreview mulai menggunakan AI pada bulan Mei 2023. Perbedaan

yang terlihat dari adanya perubahan penggunaan *design* grafis sebelum dan sesudah menggunakan AI adalah dari jumlah *likes* pada postingan kontennya.

Gambar 4. Konten akun @quranreview sebelum menggunakan AI



Sumber: akun instagram @quranreview (2023)

Sebelum menggunakan AI, konten tafsir @quranreview menyentuh angka 5000 an *likes* pada postingannya per tanggal 27 April 2023, sebagaimana yang tertera pada gambar diatas.

Gambar 5. Konten akun @quranreview setelah menggunakan AI



Sumber: akun instagram @quranreview (2023)

Setelah menggunakan AI, jumlah *likes* postingan bisa menyentuh angka minimal 11.000 *likes* per tanggal 4 Mei 2023. Temuan ini menjadi salah satu bukti, bahwa terdapat perubahan setelah adanya penerapan inovasi dalam konteks edukasi melalui media digital Instagram menggunakan AI.

Dalam konteks pembahasan yang dibawa oleh akun Instagram @quranreview biasanya berkaitan dengan problematika sosial yang ada di masyarakat yang kemudian dikemas dalam bahasa yang ringan dan menyesuaikan gen z serta *millenials*. Kedekatan bahasa dengan *followers* ini dapat berpengaruh dalam meningkatkan ketertarikan *followers* dalam belajar mengenai tafsir ayat Al-Qur'an. Hal ini mendukung sangat mudah dan cepatnya menyebar ke berbagai penjuru (Nurhikmah, 2021). Sebagaimana tujuan utama didirikannya @quranreview yang disampaikan

oleh Dida Utama selaku *Chief Operating Officer @quranreview* menyampaikan dalam salah satu liputannya di liputan6.com mengatakan ia dan tim mengaitkan Al-Qur'an dengan sesuatu yang *viral* atau yang biasa ditemui dalam kehidupan seperti rumah tangga, percintaan, keuangan, hingga film, agar kaum millennial merasa *enjoy* dan tertarik untuk belajar Al-Qur'an. Hal ini tidak menutup kemungkinan akan banyak orang mulai tertarik untuk belajar tafsir ayat Al-Qur'an, mengingat Instagram sebagai media sosial memang menjadi media sosial yang banyak digunakan kaum millennials dan gen z menurut databoks 2023.

Perkembangan dunia edukasi dalam media sosial berlangsung begitu cepat dan kompleks, sehingga menuntut adanya sistem yang terstruktur untuk mengelola dinamika tersebut secara efektif. Sistem ini tentunya memerlukan berbagai komponen pendukung yang saling berintegrasi (Zainudin & Ubabuddin, 2023). Dalam konteks ini, evaluasi memiliki peran krusial sebagai alat untuk menilai sejauh mana tujuan suatu kegiatan tercapai. Melalui tahapan evaluatif, kemajuan maupun efektivitas dari suatu kegiatan, termasuk proses edukasi dapat dianalisis dan diukur secara sistematis dan objektif (Guefera, 2020).

Dalam ranah edukasi atau pendidikan Benjamin S. Bloom mengemukakan bahwa evaluasi pembelajaran mencakup tiga domain utama, yaitu, domain kognitif, domain afektif dan domain psikomotorik. Domain kognitif berkaitan dengan pengukuran tingkat penguasaan pengetahuan dan kemampuan berpikir peserta didik. Domain afektif menilai

aspek-aspek non-intelektual, seperti minat, perasaan, sikap dan motivasi. Adapun domain psikomotorik mencakup keterampilan fisik yang berkaitan dengan gerak tubuh seperti koordinasi motorik, serta kemampuan jasmani individu.

Ranah kognitif, menurut Benjamin S. Bloom dan rekan-rekannya, mencakup berbagai aktivitas yang berhubungan dengan fungsi-fungsi intelektual atau proses-proses mental yang melibatkan kemampuan berpikir dan penalaran (Riinawati, 2021). Kemudian mengelompokkan penerapan ranah kognitif dalam beberapa tingkatan, antara lain, kemampuan dalam menyusun informasi, mengaplikasikan metode, konsep dan teori untuk menyelesaikan masalah baru serta memanfaatkan pengetahuan dan keterampilan yang relevan dalam proses pemecahan masalah. Dalam penelitian ini, fokus yang akan diambil oleh peneliti adalah ranah kognitif sebagai pusat perhatian utama.

Dengan berbagai latar belakang dan fenomena diatas kemudian menjadi daya tarik bagi peneliti untuk melakukan penelitian dengan judul **Analisis Isi Kuantitatif Edukasi Kognitif Tafsir Al-Qur'an (Studi Pada Akun Instagram @quranreview Periode Postingan Bulan Mei – Desember 2023)**

B. Rumusan Masalah

Sebagaimana yang telah peneliti uraikan pada latar belakang, peneliti memiliki ketertarikan untuk menganalisis terkait isi nilai edukasi kognitif tafsir Al-Qur'an secara digital yang dilakukan oleh Instagram

@quranreview. Maka dari itu, peneliti merumuskan rumusan masalah yaitu, bagaimana nilai edukasi kognitif tafsir Al-Qur'an yang terdapat pada akun Instagram @quranreview?

C. Tujuan Penelitian

Melalui penelitian ini, peneliti bertujuan untuk menganalisis lebih detail terkait nilai edukasi kognitif tafsir Al-Qur'an yang terdapat pada akun Instagram @quranreview.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini ditinjau dari dua aspek, yaitu manfaat akademis dan manfaat praktis.

1. Manfaat Akademis

Memberikan sumbangsih bagi khazanah ilmu pengetahuan terlebih pada kajian bidang Ilmu Komunikasi dalam hal pemanfaatan instagram sebagai salah satu *platform new media* dalam dunia edukasi.

2. Manfaat Praktis

a. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi kepada media quran *creative* lainnya, khususnya mengenai bagaimana memanfaatkan Instagram dalam proses edukasi Al-Qur'an secara digital.

b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perorangan, khususnya untuk memberitahu adanya inovasi *platform*

media edukasi terkhususnya edukasi tafsir Al-Qur'an secara digital melalui Instagram.

E. Tinjauan Pustaka

Pertama, dari Skripsi yang ditulis oleh Aisyah Anggun Wijareni (2022) yang berjudul "*Analisis Isi Virtual Personal Branding Mila Rosita Sebagai Wanita Karier Melalui Akun Instagram @milarosinta*". Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis isi kuantitatif. Hasil dari penelitian ini mengatakan bahwa terdapat bentuk *personal branding* Mila Rosinta pada akun *Instagram @milarosinta*.

Penelitian ini memiliki persamaan dalam pendekatan metodologis, yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian analisis isi kuantitatif. Perbedaan utama terletak pada objek yang menjadi fokus utama. Dalam skripsi ini objek penelitiannya adalah bentuk *personal branding* pada akun *Instagram @milarosinta*, sedangkan objek penelitian peneliti ialah nilai edukasi tafsir Qur'an secara *online* oleh akun *instagram @quranreview*.

Kedua, dari Jurnal Iman dan Spiritual (Muhammad Fajar Mubarak & Muhammad Fanji Romdhoni: 2021) yang berjudul "*Digitalisasi Al-Qur'an dan Tafsir Media Sosial di Indonesia*". Metode penelitian yang diterapkan dalam jurnal ini adalah metode kepustakaan atau *Library Research*, yaitu suatu pendekatan pengumpulan data yang dilakukan melalui telaah mendalam

terhadap berbagai sumber tertulis seperti buku, catatan serta laporan yang relevan, guna memperoleh informasi yang diperlukan terkait permasalahan yang dikaji.

Hasil temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa perkembangan teknologi khususnya dalam konteks digitalisasi Al-Qur'an, telah memberikan kemudahan bagi masyarakat, terutama masyarakat perkotaan dengan aktivitas yang padat, untuk tetap dapat mengakses maupun mengikuti pembelajaran Al-Qur'an secara daring tanpa dibatasi oleh ruang dan tempat. Namun demikian, terdapat tantangan yang perlu diperhatikan, yaitu berkurangnya nuansa kesakralan mushaf Al-Qur'an ketika dalam bentuk digital dibandingkan dengan ketika masih berupa mushaf fisik. Oleh karena itu, menjadi perhatian lebih lanjut mengenai digitalisasi Al-Qur'an adalah kualifikasi serta kredibilitas aplikasi atau akun media sosial yang menyajikan tafsir Al-Qur'an, termasuk apakah konten-konten tersebut melibatkan peran ulama atau cendekiawan muslim yang memiliki kompetensi dalam ilmu tafsir.

Penelitian ini memiliki persamaan dalam hal objek penelitian yakni mengenai perkembangan Al-Qur'an yang dimasa sekarang hadir dalam bentuk digital di media sosial terlebih dalam bidang tafsirnya. Hal yang membedakannya adalah terletak pada metode penelitiannya. Jurnal ini menggunakan jenis metode penelitian

metode kepustakaan sedangkan peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif.

Ketiga, dari Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis (Rizki Damastuti: 2021) yang berjudul “*Membedah Feeds Instagram Produk Skincare Lokal (Analisis Isi Kuantitatif Akun Instagram Avoskin)*”. Metodologis pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis isi kuantitatif, dengan paradigma penelitian positivisme, dimana paradigma positivism didasari oleh pengamatan empiris yang mengutamakan obyektifitas, validitas dan reliabilitas suatu data.

Berdasarkan hasil penelitian ini, diketahui bahwa tingkat keterlibatan (*engagement rate*) akun Instagram @Avoskinbeauty tergolong masih sangat rendah. Padahal *engagement rate* merupakan salah satu indikator penting untuk menilai Kesehatan suatu akun serta menunjukkan sejauh mana interaksi yang terjalin antara akun tersebut dengan *followers*nya. Temuan lainnya menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh @Avoskinbeauty lebih menitik beratkan pada elemen produk. Hal ini tercermin dari visualisasi unggahan yang didominasi oleh foto-foto produk serta penggunaan tagar yang berfokus pada *branded* hashtag, produk hashtag, serta ajakan untuk bertindak.

Penelitian ini memiliki persamaan dalam metode penelitian yang digunakan yakni metode analisis isi kuantitatif. Sedangkan hal

yang membedakannya terletak pada objek penelitiannya. Objek dalam penelitian ini ialah akun *Instagram* @Avoskinbeauty, sedangkan objek penelitian peneliti adalah nilai edukasi pada akun *Instagram* @quranreview.

Keempat, dari Jurnal Pendidikan Tambusai (Nurhasanah, Remiswal, Ahmad Sabri: 2023) yang berjudul “*Ranah Kognitif, Afektif, dan Psikomotorik sebagai Objek Evaluasi Hasil Belajar. Jenis dan Model Evaluasi Pendidikan, Serta Implikasinya Dalam Pendidikan Islam*”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Sedangkan untuk jenis yang digunakan dalam penelitian adalah studi pustaka. Metode studi pustaka merupakan pendekatan ilmiah yang digunakan untuk menyelidiki atau menganalisis literatur, jurnal, buku dan sumber-sumber lainnya yang relevan dengan topik penelitian.

Hasil temuan dari penelitian ini adalah dengan menerapkan evaluasi yang holistik pada ketiga ranah berupa kognitif, afektif dan psikomotorik pada pendidikan Islam dapat memastikan bahwa peserta didik tidak hanya memiliki pengetahuan teoritis tetapi juga mengembangkan sikap positif dan keterampilan praktis yang sesuai dengan ajaran islam. Dengan memahami dan mengimplementasikan jenis dan model evaluasi ini, pendidikan Islam dapat mengoptimalkan pembelajaran dan perkembangan peserta didik,

memastikan kesesuaian dengan nilai-nilai keagamaan dan meningkatkan kualitas pendidikan Islam secara keseluruhan.

Penelitian ini memiliki kesamaan dalam penggunaan teori taksonomi bloom dalam menganalisis nilai edukasi. Hanya saja perbedaan dengan peneliti adalah pada objek penelitiannya yakni pada konten Instagram dari @quranreview.



Table 1. Tinjauan Pustaka

No.	Penulis & Tahun	Judul	Sumber	Persamaan	Perbedaan	Hasil
1.	Aisyah Anggun Wijareni (2022)	Analisis isi Virtual Personal Branding Mila Rosinta Sebagai Wanita Karier Melalui Akun Instagram @milarosinta	Skripsi	Memiliki persamaan dalam hal metode penelitian yang digunakan yaitu analisis isi kuantitatif	Memiliki perbedaan pada objek penelitiannya	Berdasarkan hasil analisis terhadap 66 kiriman akun Instagram @milarosinta dapat disimpulkan bahwa terdapat bentuk personal branding pada akun Instagram @milarosinta.
2.	Muhammad Fajar Mubarak & Muhammad Fajri Romdhoni (2021)	Digitalisasi Al-Qur'an dan Tafsir Media Sosial di Indonesia	Jurnal Iman dan Spiritual Vol. 1 No. 1, (2021). DOI: https://doi.org/10.15575/jis.v1i1.11552	Memiliki persamaan dalam hal objek penelitian yakni mengenai perkembangan Al-Qur'an yang hadir dalam bentuk digital di media sosial.	Hal yang membedakan adalah terletak pada metode penelitiannya	Adanya kemajuan teknologi khususnya Al-Qur'an memberikan kemudahan masyarakat terutama masyarakat perkotaan yang sibuk dengan hiruk pikuk perkotaan, untuk tetap dapat mengakses maupun mengikuti pembelajaran Al-Qur'an secara online, dimanapun dan kapanpun.
3.	Nurhasanah, Remisyal, Ahmad Sabri. (2023)	Ranah Kognitif, Afektif dan Psikomotorik Sebagai Objek Evaluasi Hasil Belajar, Jenis dan Model Evaluasi Pendidikan, Serta Implikasinya dalam Pendidikan Islam.	Jurnal Pendidikan Tambusai Vol. 7 No. 3 (2023). DOI: https://doi.org/10.31004/jptam.v7i3.11169	Penelitian ini memiliki kesamaan dalam penggunaan teori taksonomi bloom dalam menganalisis nilai edukasi	Perbedaan dengan peneliti adalah pada objek penelitiannya yakni pada konten Instagram dari @quranreview	Dengan menerapkan evaluasi yang holistik pada ketiga ranah taksonomi Bloom, pada pendidikan Islam dapat memastikan bahwa peserta didik tidak hanya memiliki pengetahuan teoritis tetapi juga mengembangkan sikap positif dan keterampilan praktis yang sesuai dengan ajaran Islam.
4.	Riski Damastuti. (2021)	Membedah Feeds Instagram Produk Skincare Lokal (Analisis Isi Kuantitatif Akun Instagram Avoskin)	Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis. Vol. 5 No 2. (2021). DOI: https://doi.org/10.24853/pk.5.2.189-199	Memiliki persamaan dalam pendekatan penelitian yang digunakan yakni analisis isi kuantitatif	Memiliki perbedaan pada objek penelitiannya	Hasil penelitian ini adalah <i>engagement rate</i> akun Instagram @avoskinbeauty masih sangat rendah. Sementara <i>engagement rate</i> merupakan indikator bahwa akun tersebut ialah akun yang sehat dan memiliki hubungan yang erat antara akun dengan <i>followersnya</i>

Sumber: Olahan Peneliti (2023)

F. Landasan Teori

1. Teori Difusi Inovasi

Menurut (Rogers, 1995) difusi adalah proses dimana inovasi dikomunikasikan dari waktu ke waktu melalui saluran tertentu diantara anggota sistem sosial. Jenis komunikasi ini memiliki pesan-pesannya berkaitan dengan ide-ide baru. Di sisi lain, Keputusan manusia menggunakan inovasi sebagai alat tindakan yang disebut sebagai adopsi.

Adopsi merupakan suatu proses di mana individu atau kelompok menerima dan mengimplementasikan ide-ide baru yang disebarkan melalui saluran komunikasi tertentu. Dalam konteks difusi inovasi, adopsi dipahami sebagai bentuk penerimaan terhadap suatu gagasan atau inovasi baru. Individu atau kelompok yang menerima ide tersebut disebut sebagai adopter. Rogers (1995) mengklasifikasikan adopter ke dalam lima kategori berdasarkan kecepatan mereka menerima dan mengadopsi suatu inovasi. Kelima kategori adopter tersebut ialah *innovator* (*innovator*), penerima awal (*early adopter*), mayoritas awal (*early majority*), mayoritas akhir (*late majority*), dan kelompok penerima terakhir (*laggards*).

Menurut Rogers (1995), inovasi didefinisikan sebagai suatu gagasan, praktik, atau objek yang dipersepsikan sebagai hal baru

oleh individu atau kelompok yang berpotensi mengadopsinya. Dalam proses adopsi inovasi, individu umumnya melalui serangkaian tahap awal seperti munculnya kesadaran, ketertarikan, evaluasi serta keputusan untuk mencoba atau menolak inovasi tersebut. Secara lebih sistematis, tahapan pengambilan keputusan dalam adopsi inovasi dijelaskan melalui lima fase dalam model keputusan inovasi, yaitu tahap pengetahuan, tahap persuasi, tahap keputusan, tahap implementasi, dan tahap konfirmasi.

Pertama, tahap pengetahuan, merupakan fase di mana individu belum memiliki informasi atau pemahaman yang memadai mengenai inovasi yang diperkenalkan. Karena dibutuhkan transfer informasi mengenai inovasi, melalui berbagai saluran komunikasi yang ada. Ini dapat dilakukan melalui media elektronik, media cetak, maupun komunikasi interpersonal diantara masyarakat. Selain itu, beberapa karakteristik sosial ekonomi, nilai-nilai pribadi dan pola komunikasi juga mempengaruhi fase ini.

Kedua, tahap persuasi, merupakan fase di mana individu mulai menunjukkan ketertarikan terhadap suatu inovasi dan secara aktif mencari informasi tambahan yang berkaitan dengan inovasi tersebut. Pada tahap ini, proses kognitif calon pengguna cenderung lebih mendalam, seiring dengan upaya mereka mengevaluasi karakteristik inovasi, seperti keunggulan relative, tingkat kesesuaian (kompatibilitas), kompleksitas, kemampuan untuk diuji coba, serta

sejauh mana hasilnya dapat diamati. Dalam konteks ini, penyajian atau pengemasan pesan komunikasi memegang peranan penting dalam memengaruhi sikap individu terhadap inovasi dan keputusan adopsi yang akan diambil.

Ketiga, tahap pengambilan keputusan, dimana individu mengambil konsep inovasi dan menimbang keuntungan/kerugian dari menggunakan inovasi dan memutuskan apakah akan mengadopsi atau menolak inovasi.

Keempat, tahap implementasi, dimana individu mulai menentukan bagaimana inovasi tersebut akan digunakan serta menggali informasi tambahan terkait inovasi tersebut.

Kelima disebut tahap konfirmasi. Setelah mengambil keputusan, seseorang kemudian akan mencari alasan atau justifikasi atas pilihan yang telah dibuat. Pada tahap ini tidak menutup kemungkinan adanya terjadi perubahan keputusan, misalnya yang semula menolak jadi menerima inovasi, setelah melakukan evaluasi lebih lanjut.

Keberhasilan adopsi suatu inovasi dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor yang tercermin dalam karakteristik inovasi itu sendiri. Faktor-faktor ini dapat menjadi dasar pertimbangan dalam proses pengadopsian suatu inovasi. Lima karakteristik utama dari inovasi tersebut antara lain:

1) Relative Advantage

Merupakan pengukuran sejauh mana suatu inovasi dinilai lebih baik atau unggul dibandingkan dengan ide atau metode sebelumnya yang hendak digantikan.

2) *Compatibility*

Mengacu pada tingkat kecocokan inovasi dengan nilai-nilai yang dianut, pengalaman masa lalu, dan kebutuhan calon pengguna. Jika inovasi tidak sesuai dengan nilai dan norma suatu sistem sosial, maka tidak akan diadopsi secepat inovasi yang kompatibel.

3) *Complexity*

Menunjukkan sejauh mana suatu inovasi dipersepsikan sebagai sesuatu yang sulit untuk dipahami dan diterapkan. Inovasi yang mudah dimengerti cenderung lebih cepat diadopsi dibandingkan inovasi yang membutuhkan pemahaman dan keterampilan baru bagi penggunanya.

4) *Triability*

Merujuk pada sejauh mana inovasi tersebut dapat diujicobakan dalam skala kecil sebelum diadopsi secara penuh.

5) *Observability*

Menggambarkan seberapa jelas dampak atau hasil dari inovasi dapat diamati oleh orang lain. Semakin mudah

individu melihat manfaat nyata dari suatu inovasi, maka semakin besar juga peluang mereka untuk mengadopsinya (Rogers, 1995).

2. Konsep Pembelajaran Ranah Kognitif

Edukasi dapat juga dikatakan sebagai pendidikan, adalah sebuah proses yang tidak hanya sekedar memberikan informasi materi atau teori dari seseorang ke orang lain, melainkan terjadinya proses perubahan perilaku yang terjadi karena kesadaran individu (Mubarak & Khayatin, 2009). Sedangkan Tadjab menjelaskan belajar ialah proses yang mengubah kemampuan seseorang untuk mengamati, berpikir, merasakan dan melakukan aksi-aksi tertentu melalui berbagai pengalaman (Pleden et al., 2022).

Menurut Benyamin S. Bloom dkk. taksonomi (pengelompokan) ruang lingkup pembelajaran dalam mencapai tujuan pendidikan diklasifikasikan ke dalam tiga domain utama yang mencerminkan aspek-aspek fundamental dalam diri peserta didik, yakni ranah kognitif yang berkaitan dengan aspek berpikir dan penalaran, ranah afektif yang berhubungan dengan sikap dan nilai, dan ranah psikomotorik yang mencakup keterampilan fisik dan koordinasi motorik. Dalam ranah pendidikan maka ketiga ranah inilah yang dijadikan sasaran pendidik dalam melakukan evaluasi hasil belajar peserta didik.

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia, kognitif adalah sesuatu hal yang berhubungan dengan kognisi. Secara sederhana, kognitif dapat diartikan sebagai kemampuan berpikir atau sebuah pemikiran. Berdasarkan Undang-undang Nomor 23 Tahun 2016, penilaian terhadap ranah kognitif merupakan suatu proses yang bertujuan untuk mengukur kemampuan pada tingkat penguasaan pengetahuan yang dimiliki peserta didik.

Seperti yang dijelaskan oleh Benjamin S. Bloom dan rekan-rekannya bahwa konsep ranah kognitif mencakup semua kegiatan yang berkaitan dengan fungsi otak. Domain kognitif sangat bergantung pada kemampuan untuk berpikir, termasuk di dalamnya keterampilan memori, pemahaman, aplikasi, analisis, sintesis dan evaluasi.

Menurut Bloom, dkk, domain kognitif terdiri dari enam tingkatan. Aspek-aspek penilaian ranah kognitif (Riinawati, 2021), yaitu:

a. Tingkat pengetahuan atau ingatan (*Knowledge*)

Dalam taksonomi Bloom tingkat pengetahuan yakni pada tingkat yang berkaitan dengan kemampuan seseorang dalam mendefinisikan, menghafal, mengingat kembali, atau mengulang pengetahuan yang telah diterimanya.

b. Tingkat kemampuan pemahaman

Pada tingkat pemahaman ini memiliki tingkat yang lebih kompleks. Pemahaman menuntut peserta didik dapat menginterpretasikan dan mengorganisir informasi sehingga dapat dipahami dengan jelas. Peserta didik pada tingkat ini tidak hanya mampu menghafal secara verbal, tetapi juga, memahami konsep, situasi dan fakta yang dikuasainya. Sebagai contoh, ukhti dari kemampuan pemahaman peserta didik dalam konteks pembelajaran Islam, dapat dilihat misalnya mampu menjelaskan makna dan konsep dari iman atau Islam dengan kalimatnya sendiri.

c. Tingkat kemampuan aplikasi atau penerapan

Ialah kemampuan seseorang untuk menerapkan ide-ide umum, prosedur, metode, prinsip, rumus, teori dan sejenisnya dalam konteks yang baru dan konkret. Sebagai contoh konteks domain kognitif tingkat penerapan dalam pembelajaran Islam ialah ketika peserta didik mampu mempertimbangkan konsep nilai tauhid dalam kehidupan sehari-hari, baik dalam lingkungan keluarga, sekolah, maupun dalam masyarakat.

d. Tingkat kemampuan analisis

Kemampuan analisis adalah upaya memecah sesuatu hal besar menjadi unsur atau bagian-bagian kecil yang lebih detail sehingga susunannya menjadi jelas. Melalui analisis, peserta didik diharapkan memiliki pemahaman yang mendalam dan

mampu memilah suatu kesatuan menjadi bagian-bagian kecil yang tetap menyatu.

e. Tingkat kemampuan sintesis

Tingkat kemampuan sintesis mengarah pada kemampuan menggabungkan unsur-unsur atau bagian-bagian menjadi suatu bentuk yang utuh. Tingkat sintesis dalam konteks ini melibatkan beberapa kemampuan, antara lain:

- Menggeneralisasi fakta-fakta yang diberikan
- Menghubungkan pengetahuan dari berbagai area
- Memprediksi dan menarik kesimpulan
- Menggunakan ide lama untuk menciptakan hal yang baru

f. Tingkat kemampuan evaluasi

Kemampuan evaluasi merujuk pada proses pengambilan keputusan yang berkaitan dengan penilaian terhadap nilai atau kualitas suatu objek, yang dapat mencakup tujuan, ide, metode, materi, maupun unsur-unsur lainnya. Kemampuan ini mencerminkan aktivitas analitis dalam menilai validitas atau kelayakan suatu ide, kreativitas, maupun pendekatan tertentu.

Dalam Riinawati (2021), tingkat kemampuan evaluasi meliputi sejumlah aspek sebagai berikut:

- Menilai teori
- Membuat Keputusan berdasarkan pertimbangan pemikiran
- Memverifikasi nilai bukti

- Mengenal kesubjektifan
- Membandingkan serta membedakan antara gagasan.

3. Instagram Sebagai Media Sosial

Membahas media baru maka tidak bisa lepas dengan media sosial yang telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat modern zaman ini. Boyd dalam Nasrullah (2016), mengemukakan bahwa media sosial merupakan kumpulan perangkat lunak yang memfasilitasi individu maupun komunitas dalam berinteraksi, berbagi informasi, berkomunikasi, serta dalam kondisi tertentu dapat saling berkolaborasi. Salah satu karakteristik utama dalam media sosial terletak pada kemampuannya mendukung *User Generated Content* (UGC), yakni konten yang dihasilkan secara langsung oleh pengguna, bukan oleh editor atau pihak institusional sebagaimana pada media massa konvensional.

Ketiadaan batasan ruang dan waktu serta kemudahan akses terhadap konten kapan pun dan di mana pun menjadikan media sosial sebagai media yang semakin mendominasi dalam hal konsumsi informasi oleh masyarakat. Hal ini sejalan dengan data yang dirilis oleh *We are Social* pada Januari 2023 yang menunjukkan bahwa terdapat 167 juta pengguna aktif media sosial di Indonesia dari total populasi penduduk 276,4 juta jiwa atau setara dengan 60,4% dari keseluruhan populasi. Temuan ini juga mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh *Crowdtap*, *Ipsos MediaCT*, dan *The*

Wall Street Journal pada tahun 2014 yang menyimpulkan bahwa jumlah pengguna yang mengakses internet dan media sosial telah melampaui pengguna media tradisional (Nasrullah, 2016).

Media sosial mencakup beragam platform aplikasi digital yang umum digunakan dalam kehidupan sehari-hari, antara lain WhatsApp, Instagram, Facebook, Twitter, Youtube, dan berbagai aplikasi lainnya. Instagram adalah sebuah layanan berbagi foto dan video yang didirikan oleh Perusahaan Burbn, Inc. tahun 2010. Jejaring sosial jenis ini memungkinkan setiap penggunanya mampu mengambil foto, melakukan *editing*, melakukan filterisasi pada foto, lalu membagikannya ke laman jejaring sosial lainnya seperti Facebook, Twitter dan Tumblr (Utami, 2016). Istilah Instagram berasal dari gabungan dua kata yaitu "*insta*" yang merujuk pada kata instan, yang mengandung makna bahwa pengguna dapat membagikan foto secara langsung dan cepat, serta kata "*gram*" yang diadaptasi dari kata telegram, yang secara historis digunakan untuk mengirim pesan secara cepat kepada pihak lain (Utami, 2016).

Instagram sebagai salah satu platform media sosial memiliki sejumlah keunggulan dibandingkan dengan platform lainnya. Pertama, Instagram dirancang secara optimal untuk perangkat seluler, karena pada dasarnya Instagram adalah aplikasi berbasis ponsel. Kedua, Instagram tergolong sebagai media sosial yang ringan karena tidak berfokus hanya pada komunikasi berbasis teks

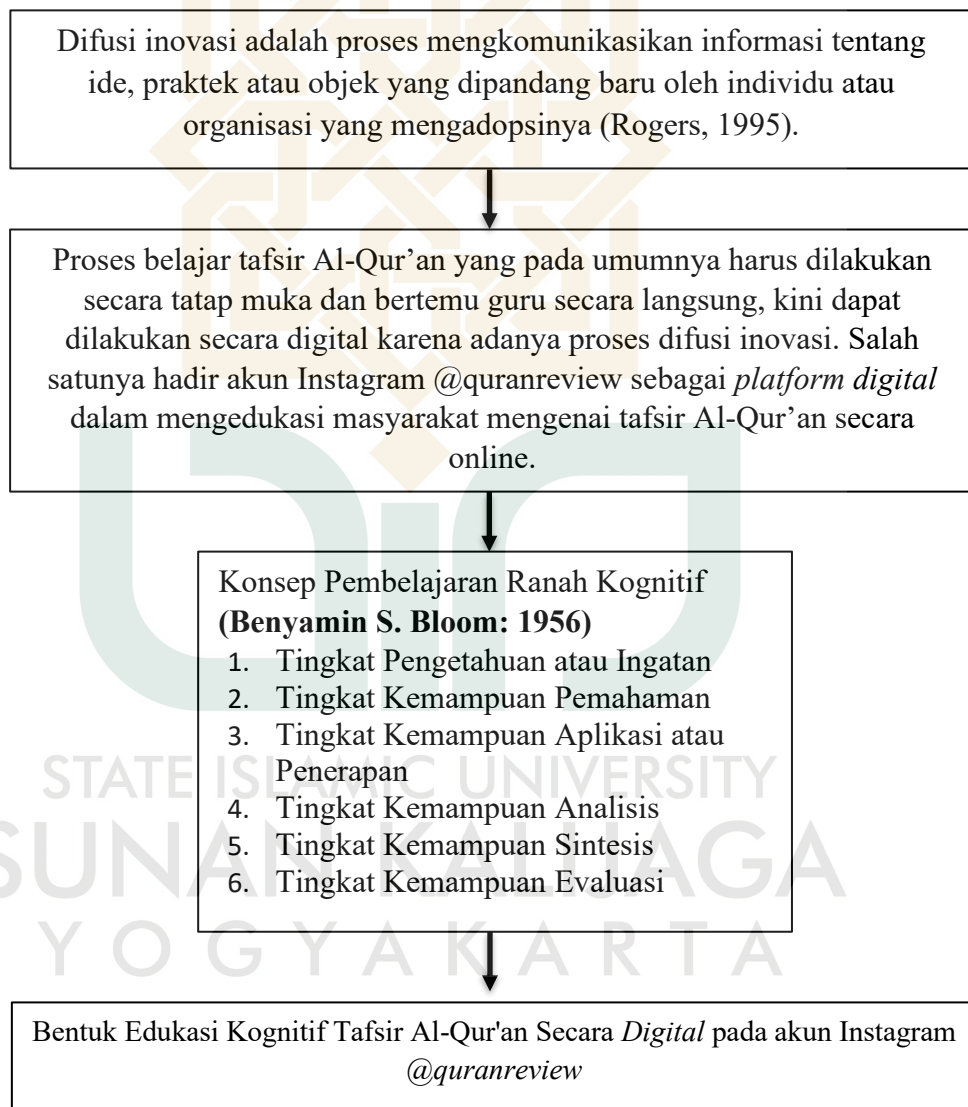
atau percakapan, sehingga lebih mudah dalam hal pengelolaan dibandingkan Facebook ataupun Twitter. Ketiga, konten yang dibagikan melalui Instagram cenderung memiliki daya simpan yang lebih lama, menjadikannya lebih berkelanjutan dalam hal visibilitas dibandingkan dengan konten yang dipublikasi di Facebook atau Twitter.

Fenomena ini menunjukkan bahwa Instagram banyak diminati dan digunakan oleh masyarakat luas karena keunggulan dan karakteristik khas yang dimilikinya. Salah satu karakteristik khas penting lainnya dari Instagram adalah kemampuan menyajikan konten yang menarik secara emosional melalui perpaduan visual dan suio yang lebih optimal, sehingga pesan yang disampaikan dapat lebih efektif dalam menarik perhatian dan membangkitkan respon emosional dari audiens.

G. Kerangka Pemikiran

Sebagaimana penjelasan dan uraian dari landasan penelitian, maka peneliti mencoba untuk mengembangkan kerangka pemikiran yaitu sebagai berikut:

Gambar 6. Kerangka Berpikir



Sumber: Olahan Peneliti (2024)

H. Metodologi Penelitian

1. Jenis penelitian

Jenis penelitian pada penelitian ini ialah menggunakan jenis penelitian analisis isi kuantitatif. Krippendorff (1980) mengemukakan bahwa analisis isi dalam pengertian luas merupakan suatu teknik analisis yang digunakan untuk menarik kesimpulan dari berbagai dokumen tertulis maupun rekaman, melalui proses identifikasi yang sistematis dan objektif terhadap suatu pesan atau informasi dalam konteks tertentu. Desain analisis ini tidak ditujukan untuk menguji hipotesis maupun mengkaji hubungan antar variabel, melainkan bertujuan untuk mendeskripsikan karakteristik dan aspek-aspek tertentu dari suatu pesan secara mendalam (Eriyanto, 2011).

Analisis isi yang digunakan dalam penelitian adalah analisis isi deskriptif (*descriptive content analysis*) yaitu untuk menggambarkan karakteristik pesan (Eriyanto, 2011). Dalam konteks penelitian ini yakni, menganalisis dan menggambarkan nilai edukasi kognitif tafsir Al-Qur'an. Dengan demikian penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai nilai edukasi tafsir qur'an yang dilakukan oleh akun Instagram @quranreview.

2. Populasi, Ukuran Sampel dan Teknik Sampling

a. Populasi

Populasi diartikan sebagai keseluruhan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek dengan karakteristik dan

kualitas tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti sebagai fokus kajian, yang selanjutnya menjadi dasar untuk penarikan kesimpulan dalam suatu penelitian (Sugiyono, 2021). Menurut Sugiyono populasi juga bukan hanya sekedar jumlah yang ada pada objek/subjek yang dipelajari, melainkan meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek tersebut. Adapun populasi yang akan diambil dalam penelitian ini ialah postingan yang terdapat pada akun instagram @quranreview pada bulan Mei – Desember 2023

Dipilihnya bulan Mei – Desember 2023 adalah karena setelah peneliti melakukan pra-riset pada akun @quranreview, pada bulan-bulan tersebut, konten-konten tafsir qur'an di akun instagram @quranreview mulai menggunakan *drafts design AI* sepanjang tahun 2023, sehingga peneliti membatasi sampai dengan bulan tersebut saja untuk sampel penelitian.

b. Sampel

Menurut Sugiyono (2021), sampel merupakan sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi. Dalam penelitian ini, sampel yang digunakan mencakup seluruh konten microblog yang menggunakan desain grafis AI yang menjadi objek penelitian peneliti.

Berikut daftar konten pada akun instagram @quranreview yang menjadi sampel dalam penelitian ini:

Table 2. Sampel Konten Penelitian

No.	Tanggal/Waktu	Postingan Instagram
1.	4 Mei 2023	Tafsir surah At- Taghabun: 3
2.	8 Mei 2023	Tinggal sama mertua? Ath-Thalaq:6
3.	22 Mei 2023	Buat Orangtua Aja! Al An'am: 151
4.	25 Mei 2023	Uang adalah Solusi? Al-Qoshosh: 6
5.	25 Mei 2023	Cantik, diselingkuhin? Al-Hijr: 39
6.	26 Mei 2023	Cewek Tuh Kenapa sih? Masryam: 23
7.	27 Mei 2023	Sebelum Putusin Cerai Al-Baqarah: 229
8.	28 Mei 2023	Cewek tuh kenapasi? #2 An-Naml: 32
9.	29 Mei 2023	Apa pisah aja ya? An-Nisa': 19
10.	30 Mei 2023	Lho ga bahaya tah? Al-Hajj: 11
11.	1 Juni 2023	Pernah liat orang lain gini? An-Nisa: 36
12.	1 Juni 2023	Muslim auto pancasilais Al-Maidah: 8
13.	2 Juni 2023	Iblis iri dengan ini

		Al-A'raf: 20
14.	7 Juni 2023	Wanita Idamanmu? Al-Qassas: 25
15.	9 Juni 2023	Ujian ini ga adil? Al-Baqarah: 286
16.	16 Juni 2023	She's Perfect; Putri Ariani Al-Baqarah: 18
17.	26 Juni 2023	Ganteng, diselingkuhin? Yusuf: 23
18.	14 Juli 2023	Kok Lepas Hijab? Muhammad: 38
19.	26 Juli 2023	Copot Aja Jilbabnya Mbak! Al-Anfal: 70
20.	31 Juli 2023	Kamu Beruntung Banget Ar-Rahman: 1
21.	3 Agustus 2023	Emang Boleh Secakep ini? Ar-Rahman: 1
22.	8 Agustus 2023	Memakna Gear Fifth Yusuf: 9
23.	9 September 2023	Protes Isi Qur'an ke Allah Surah Muhammad
24.	27 September 2023	Melepas karena Allah Al Isra': 78
25.	28 September 2023	Jangan Gini, Bahaya Al Hujurat: 2

26.	30 September 2023	Kenapa Ga Sholat? Al Qiyamah: 31
27.	4 Oktober 2023	Kamu di-bully? Al Furqon: 63
28.	5 Oktober 2023	Formula Doa Asik Shod: 35
29.	24 Oktober 2023	Ngerasa Worhtless Al-A'raf: 11
30.	25 Oktober 2023	All in Palestine Ar Rum: 4
31.	4 November 2023	Udah Menang ga sih? Al Fath: 1
32.	6 November 2023	Fir'aun Junior Yunus: 88
33.	8 November 2023	Kenapa Bisa Rindu? Ibrahim: 37
34.	9 November 2023	Ini "senjata" H@m45? Al-Anfal: 30
35.	12 November 2023	"Ngapain Bantu Negara Lain?" At-Taubah: 42
36.	15 November 2023	Kok bisa setangguh itu? Ali Imran: 173
37.	20 November 2023	Just Allah and You Maryam: 95
38.	23 November 2023	Hidup lagi capek-capeknya

		Al Ankabut: 1
39.	28 November 2023	Rindu: Ingin Pulang Al Baqarah: 125
40.	30 November 2023	Jangan bawa-bawa agama! Al Baqarah: 208
41.	3 Desember 2023	Azab untuk I5-R4W-3L? At Taubah: 14
42.	5 Desember 2023	Kesabaran setipis tisu? Al Kahf: 75
43.	11 Desember 2023	Arti nama Muhammad SAW Shaff: 6
44.	12 Desember 2024	Harta atau Cinta At Taubah: 25

Sumber: Olahan Peneliti

c. Teknik Sampling

Sampel ialah suatu isi yang akan diteliti dan didalami dalam penelitian yang akan dilakukan. Fungsi dari sampel sendiri sebagai batasan yang tegas, bagian mana yang akan diteliti dan yang tidak diteliti. Penentuan sampel sendiri berdasarkan pada tujuan analisis isi yang telah dirumuskan diawal (Eriyanto, 2013:63).

Penarikan jumlah sampling dalam penelitian ini diambil dengan metode acak (*probability random sampling*). Sedangkan

untuk penentuan jumlah sampel dilakukan dengan cara perhitungan statistik yaitu menggunakan Rumus Slovin.

3. Unit Analisis

Menetapkan unit analisis isi adalah langkah awal dalam penelitian analisis isi. Menurut Krippendorff dalam Eriyanto (2011) unit analisis adalah apa yang diobservasi, dicatat dan dianggap sebagai data, memisahkan menurut batasan-batasannya dan mengidentifikasi untuk analisis berikutnya. Secara sederhananya unit analisis dapat digambarkan sebagai bagian apa dari isi ini dapat berupa kata, kalimat, foto atau potongan adegan, paragraf.

Unit analisis dalam penelitian ini adalah konten, yakni setiap konten yang berbentuk postingan tafsir Al-Qur'an yang diunggah oleh akun Instagram @quranreview pada periode Mei-Desember 2023. Dimana setiap postingan dianalisis menggunakan kategori nilai edukasi kognitif sesuai teori Taksonomi Bloom.

4. Definisi Operasional

Dengan telah dijabarkannya konsep dari edukasi ranah kognitif maka dibuatlah definisi operasional untuk menghindari penafsiran yang berbeda. Definisi operasional ialah seperangkat prosedur yang menggambarkan usaha atau aktivitas peneliti untuk secara empiris menjawab apa yang digambarkan dalam konsep (Eriyanto, 2011)

Adapun definisi operasional konsep edukasi ranah kognitif yang telah peneliti susun adalah sebagai berikut:



Table 3. Definisi Operasional

Konsep	Variable	Indikator	Alat ukur
Edukasi ranah Kognitif	Pengetahuan atau Ingatan	Mendefinisikan, Mengingat kembali, menghafal, mengulang pengetahuan,	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konten instagram yang menunjukkan adanya sebuah terjemah dari ayat Al-Qur'an yang dikutip. 2. Konten instagram yang menunjukkan adanya kalimat yang <i>me-recall</i> atau mengingat kembali tentang tafsir ayat Al-Qur'an dari postingan sebelumnya. 3. Konten instagram yang menunjukkan adanya kalimat ajakan menghafal sebagian kata atau seluruh dari ayat maupun tafsir ayat Al-Qur'an. 4. Konten instagram yang menunjukkan adanya kalimat pengulangan baik ayat atau penjelasan tafsir dari konten tersebut.
	Pemahaman	Memahami, memberikan sebuah contoh, memahami konsep atau situasi, memahami fakta, menjelaskan arti	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konten instagram yang menunjukkan adanya penjelasan yang memuat pemahaman baru 2. Konten instagram yang menunjukkan sebuah contoh dari tafsir ayat Al-Qur'an tersebut. 3. Konten instagram yang menunjukkan adanya penjelasan dari sebuah konsep atau situasi 4. Konten instagram yang menunjukkan sebuah penjelasan dari sebuah fakta 5. Konten instagram yang menunjukkan penjelasan dari sebuah arti ayat Al-Qur'an.

	Aplikasi atau Penerapan	Mengaplikasikan atau menerapkan ide-ide umum, prosedur, metode prinsip, teori dan sejenisnya dalam konteks yang baru.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konten instagram yang menunjukkan bahwa penjelasan tafsir Al-Qur'an dijelaskan dengan ide-ide umum dan dapat diterapkan atau diaplikasikan ke konteks yang baru dalam kehidupan. 2. Konten instagram yang menunjukkan adanya respon <i>followers</i> yang merasa penjelasan tafsir Al-Qur'an dapat diterapkan dalam konteks yang baru.
	Analisis	Analisis, pemahaman yang mendalam, pemahaman proses, pemahaman cara kerja, pemahaman sistematika dalam konteks	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konten instagram yang menunjukkan adanya penjelasan yang mendalam terkait tafsir ayat Al-Qur'an. 2. Konten instagram yang menunjukkan adanya pemahaman yang sistematis dalam penjelasan tafsir Al-Qur'an.
	Sintesis	<ul style="list-style-type: none"> • Menggeneralisasi fakta-fakta • Menghubungkan pengetahuan • Memprediksi dan menarik kesimpulan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konten instagram yang menunjukkan ada penjelasan secara umum fakta-fakta yang berkaitan dengan tafsir ayat Al-Qur'an yang dibahas 2. Konten instagram yang menunjukkan adanya proses menghubungkan pengetahuan satu dengan tafsir ayat Al-Qur'an 3. Konten instagram yang menunjukkan adanya kesimpulan dari sebuah penjelasan tafsir ayat Al-Qur'an

		<ul style="list-style-type: none"> ● Menggunakan ide lama untuk menciptakan hal yang baru 	4. Konten instagram yang menunjukkan adanya proses adopsi penggunaan ide lama untuk menciptakan hal baru dalam penjelasan tafsir ayat Al-Qur'an
	Evaluasi	<ul style="list-style-type: none"> ● Menilai teori ● Membuat keputusan berdasarkan pertimbangan pemikiran ● Memverifikasi nilai bukti ● Mengenali kesubjektifan ● Membandingkan serta membedakan antara gagasan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konten instagram yang menunjukkan adanya kalimat atau frasa mengajak audiens memberikan pendapat mengenai penjelasan tafsir yang sudah dijabarkan 2. Konten instagram yang mengajak berfikir <i>followers</i> atas penjelasan tafsir yang sudah dijabarkan 3. Konten instagram yang menunjukkan adanya kalimat mengajak berdiskusi <i>followers</i> untuk memverifikasi penjelasan tafsir yang telah dijabarkan. 4. Konten instagram yang menunjukkan adanya kalimat yang bersifat subjektif dalam tafsir Al-Qur'an yang dijabarkan 5. Konten instagram atau komentar yang menunjukkan adanya proses membandingkan sebuah gagasan dari tafsir Al-Qur'an yang dijabarkan.

Sumber: Olahan data peneliti

5. Jenis Data

Urgensi dari diperlukannya data penelitian ini ialah untuk memecahkan masalah ataupun menjawab pertanyaan peneliti. Jenis data dalam penelitian ini dibagi menjadi 2 yakni data primer dan data sekunder:

a. Data Primer

Data primer merupakan jenis data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti dari sumber utama atau lokasi tempat dilaksanakan penelitian. Data primer ini didapatkan peneliti dengan cara mengumpulkan data secara langsung yaitu menggunakan kuesioner.

Dalam menyebarkan kuesioner, peneliti akan membuatkan *coding sheet* berisi pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan edukasi kognitif, kemudian diberikan kepada dua *coder* yang merupakan *followers* akun instagram @quranreview.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang tidak langsung didapatkan kepada peneliti. Data sekunder ini bisa diperoleh dari dokumen atau sebuah arsip penunjang data yang berkaitan. Menurut Siyoto & Sodik (2015), data sekunder merupakan data yang diperoleh dari sumber-sumber tidak langsung, seperti literatur, jurnal ilmiah, laporan, dan dokumen tertulis lainnya. Data sekunder dari penelitian ini nantinya ialah dokumen, referensi

buku, jurnal maupun literasi pendukung yang relevan dengan objek penelitian.

6. Metode Pengumpulan Data

a. Kuesioner

Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang melibatkan pemberian sejumlah pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk mereka jawab (Sugiyono, 2015). Pertanyaan atau pernyataan tersebut kemudian akan diberikan kepada responden untuk diisi sesuai dengan pengetahuan dan kemampuan mereka.

Dalam keperluan penelitian ini, kuesioner akan diberikan kepada dua *coder* yang nantinya juga akan meneliti pernyataan-pernyataan mengenai konten edukasi di akun Instagram @quranreview.

b. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data sekunder yang berfungsi sebagai pelengkap terhadap metode observasi dalam penelitian kuantitatif. Tujuan utama dari teknik ini adalah untuk memperkuat proses analisis serta interpretasi data yang diperoleh. Dokumentasi dalam penelitian ialah berupa tangkapan layar (*screenshoot*) dari Instagram @quranreview.

7. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Dalam penelitian yang menggunakan pendekatan analisis isi, validitas adalah aspek penting yang berperan dalam menjamin keabsahan instrument pengukuran yang digunakan. Validitas berperan dalam menjamin bahwa instrumen yang digunakan oleh peneliti secara tepat mengukur konstruk atau variabel yang dimaksud, sehingga hasil penelitian yang diperoleh dapat dikatakan akurat serta memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi (Eriyanto, 2011).

Pada penelitian ini, validitas yang digunakan adalah validitas isi (*content validity*), yang merujuk pada sejauh mana instrumen pengukuran mencakup seluruh dimensi dan indikator yang merepresentasikan konsep yang diteliti secara komprehensif. Setelah peneliti menentukan jenis validitas yang akan dipakai, peneliti mengubah indikator dan konsep menjadi lembar koding (*coding sheet*) sebagai salah satu data primer berdasarkan pembelajaran ranah kognitif yang merupakan teori dari Benyamin S. Bloom yang terdapat dalam buku “Pengantar Evaluasi Pendidikan” karya Dr. Riinawati, M.Pd.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas ialah sebuah konsep untuk mengukur sejauh mana alat ukur yang dipakai menghasilkan temuan yang sama,

berapa kalipun dipakai. Analisis isi harus dilakukan secara objektif, tidak boleh ada beda penafsiran antara satu *coder* dengan *coder* yang lain (Eriyanto, 2011).

Jenis reliabilitas yang diterapkan dalam penelitian ini ialah *reproductibility*, yang lebih dikenal sebagai reliabilitas antar-*coder* (*intercoder reliability*). Pengujian reliabilitas antar-*coder* dinilai efektif dalam konteks penelitian kuantitatif karena pendekatan ini menuntut objektivitas dalam proses analisis data. Oleh karena itu, untuk memastikan konsistensi dalam penilaian antar-*coder*, diperlukan pembandingan guna menyelaraskan persepsi dan interpretasi terhadap data. Dalam penelitian ini, perhitungan reliabilitas antar-*coder* dilakukan menggunakan rumus yang dikembangkan oleh Holsti, yaitu:

$$CR = \frac{2M}{N1+N2}$$

Keterangan:

CR : *Coefficient Reliability* (reliabilitas antar-*coder*)

M : Jumlah coding yang sama

N1 : Jumlah coding yang dibuat oleh *coder* 1

N2 : Jumlah coding yang dibuat oleh *coder* 2

Reliabilitas ini dinyatakan dalam skala numerik antara 0 dan 1, dimana nilai 0 menunjukkan tidak adanya kesepakatan antar-*coder*, sedangkan nilai 1 merepresentasikan tingkat kesepakatan

antar-coder. Semakin tinggi angka yang didapat, maka semakin tinggi pula tingkat reliabilitas (Eriyanto, 2015, p. 288).

Dalam perhitungan reliabilitas yang menggunakan rumus Holsti ini, nilai ambang batas yang dapat diterima adalah 0,7 atau setara dengan 70%, artinya apabila hasil perhitungan menunjukkan nilai di atas angka tersebut, maka instrumen pengukuran (lembang koding) dianggap memiliki tingkat reliabilitas yang memadai dan dinyatakan reliabel. Sebaliknya, jika nilai yang diperoleh berada dibawah 0,7 atau dibawah 70% maka instrumen tersebut dinilai tidak reliabel dan kurang dapat dipercaya untuk digunakan dalam analisis data.

8. Metode Analisis Data

Proses analisis data memiliki ketepatan yang sebanding dengan proses pengumpulan data, di mana keakuratannya sangat bergantung pada kesesuaian antara jenis data yang dikumpulkan dan metode analisis yang diterapkan (Mustami, 2015). Dalam penelitian kuantitatif, analisis data dilakukan setelah seluruh data yang berasal dari coder atau sumber lainnya terkumpul secara menyeluruh. Karena penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif deskriptif, maka hasil analisis disajikan dalam bentuk tabel frekuensi sederhana, yang memuat frekuensi kemunculan setiap kategori serta persentase kemunculannya masing-masing (Eriyanto, 2011).

Langkah awal yang dilakukan dalam proses analisis adalah memasukkan data ke dalam lembar koding (*coding sheet*) yang telah

disusun berdasarkan unit analisis yang diterapkan. Selanjutnya, data dianalisis dengan menggunakan rumus Holsti untuk mengukur reliabilitas antar-coder, serta mengacu pada kerangka teori edukasi kognitif yang dikembangkan Benyamin S. Bloom sebagai dasar klasifikasi kategori analisis. Kemudian setelahnya peneliti akan menghitung, menganalisis dan mendeskripsikan bentuk-bentuk nilai edukasi kognitif yang muncul pada akun Instagram @quranreview bulan Mei – Desember 2023.



BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis isi kuantitatif terhadap akun Instagram @quranreview periode Mei-Desember 2023, dapat disimpulkan bahwa akun ini menyampaikan edukasi kognitif Al-Qur'an secara terstruktur melalui pendekatan visual digital. Enam domain kognitif yang dianalisis sesuai dengan domain Taksonomi Bloom, yaitu: tingkat pengetahuan, pemahaman, aplikasi atau penerapan, analisis, sintesis, dan tingkat evaluasi.

Dari hasil kuantifikasi diketahui bahwa seluruh aspek kognitif muncul dalam proporsi yang relatif seimbang, dengan kecenderungan kuat pada aspek aplikasi dan analisis. Hal ini menunjukkan bahwa akun ini tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga memfasilitasi pengikut untuk ikut mengaitkan isi tafsir dengan realitas kehidupan, serta mengembangkan kemampuan berpikir kritis terhadap pesan ayat.

Dalam perspektif teori difusi inovasi Everett Rogers, akun @quranreview dikategorikan sebagai bentuk inovasi dalam penyampaian edukasi kognitif tafsir Al-Qur'an secara digital. Aplikasi difusi inovasi pada penelitian ini ditunjukkan melalui karakteristik berikut:

1. *Relative advantage* (keunggulan relative), konten digital @quranreview memberikan keunggulan dalam aspek aksesibilitas, penyajian visual yang menarik, dan gaya bahasa populer dibanding metode kajian tafsir konvensional pada umumnya.

2. *Compatibility* (kesesuaian), inovasi ini sejalan dengan kebutuhan informasi dan gaya komunikasi masyarakat masa kini, khususnya generasi digital seperti gen z dan milenial, sehingga penyampaian nilai-nilai tafsir disesuaikan dengan gaya yang relevan dengan kondisi sosial dan budaya masyarakat modern ini.
3. *Complexity* (tingkat kerumitan), konten @quranreview dikemas dengan format yang ringkas, mudah dipahami, dan didukung tampilan visual yang menarik, sehingga menyederhanakan pemahaman kajian tafsir. Penyajian ini memudahkan audiens, termasuk mereka yang tidak memiliki latar belakang keislaman yang mendalam, dalam menerima dan mengadopsi inovasi tersebut.
4. *Triability* (dapat dicoba), audiens atau *followers* @quranreview dapat menguji secara mandiri makna tafsir yang disampaikan melalui penerapan nilai-nilainya dalam aktivitas sehari-hari. Hal ini mendorong keterlibatan kognitif yang lebih dalam serta secara perlahan membangun kepercayaan terhadap konten yang disajikan.
5. *Observability* (keterlihatan hasil), dampak dari konten edukasi kognitif tafsir ini terlihat melalui berbagai respons dan partisipasi audiens, seperti komentar yang menunjukkan refleksi, interaksi ulang, serta testimoni pengalaman pribadi. Hal ini menjadi bukti konkret bahwa pesan edukatif dalam tafsir telah tersampaikan dan diterima dengan baik oleh pengikut.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa akun @quranreview telah berhasil menjalankan fungsi edukasi sekaligus berperan aktif sebagai agen difusi inovasi dalam penyebaran nilai-nilai tafsir Al-Qur'an. Inovasi ini tidak hanya efektif dalam mengkomunikasikan isi tafsir secara kognitif, tetapi juga strategis dalam menjangkau dan mempengaruhi perilaku audiens melalui pendekatan digital yang kontekstual, menarik dan mudah diterapkan.

B. Saran

1. Bagi Quran *Creative*

Melalui penelitian ini, peneliti harap bisa menambah khazanah keilmuan terlebih pemanfaatan *platform new media* dalam bidang edukasi, sebagaimana yang telah dilakukan oleh @quranreview sebagai salah satu media edukasi tafsir quran melalui instagram. Pemanfaatan dunia digital dalam edukasi menjadi salah satu topik yang menarik untuk diperhatikan dan dikembangkan oleh quran *creative* lainnya. Bagaimana keilmuan mengenai qur'an seperti ini dapat berkembang pada ruang-ruang inovasi guna menyebarkan informasi dan ilmu baik terutama dalam ruang digital.

2. Bagi Pembaca

Melalui penelitian ini, peneliti berharap bisa memberikan perspektif baru bagi pembaca atau perorangan diluar sana, bahwa sosial media yang dikenal sebagai wadah mencari hiburan, bisa juga menjadi media edukasi yang praktis. Apalagi dengan kemudahan informasi dan teknologi saat

ini. Berbagai ilmu bisa kita pelajari hanya melalui *device* seperti gawai atau laptop yang kita miliki. Salah satu bentuk pemanfaatan sosial media instagram adalah menjadikan instagram sebagai media belajar atau edukasi. Berbagai macam edukasi bisa ditemukan melalui instagram, salah satu ialah edukasi tafsir Al-Qur'an yang disediakan oleh @quranreview.



DAFTAR PUSTAKA

- Eriyanto. (2011). *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya* (Ed. 1). Kencana.
- Guefera, R. L. (2020). Kajian Teoritik Evaluasi Pembelajaran Agama Islam. *Jurnal Oaramurobi*, 3(2), 27–42.
- McQuail's, D., & Deuze, M. (2020). *McQuail's Media and Mass Communication Theory* (7th edition). SAGE.
- Mondry. (2008). *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik*. Ghalia Indonesia.
- Mubarak, W. I., & Khayatin, N. (2009). *Ilmu Kesehatan Masyarakat: Teori dan Aplikasi* (R. Angriani, Ed.). Salemba Empat Medika.
- Mudin, M. (2019). *Islam Virtual: Diskursus Hadis, Otoritas, dan Dinamika Keberislaman di Media Sosial* (Nurul. Afifah, Ed.). Bildung.
- Mustami, Muh. K. (2015). *Metodologi Penelitian Pendidikan* (Muh. K. Mustami, Ed.; Cet. 1). Aynat Publishing.
- Nafisatuzzahro. (2016). *Tafsir Audio Visual di Cyber Media: Kajian Terhadap Tafsir Al-Qur'an di Youtube dan Implikasikan Terhadap Studi Al-Qur'an dan Tafsir*. Universitas Negeri Islam Sunan Kalijaga.
- Nasrullah, R. (2016). *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)* (E. Wahyudin, Ed.). PRENADAMEDIA GROUP.
- Nurhikmah, Z. (2021). *The Effectiveness of Media Instagram Toward the Students Speaking Skills at Islamic Institute Sunan Kalijogo Malang*. Universitas Islam Malang.
- Pathia, L. (2020). Instagram Usage as Preaching Media (Multimodality Analysis on KH Mustofa Bisri's Instagram Account @s.kakung). *MEDIASI Jurnal Kajian dan Terapan Media, Bahasa, Komunikasi*, 1(Vol. 1 No. 3 (2020): September), 174–188. <https://doi.org/https://doi.org/10.46961/mediasi.v1i3.140>
- Pleden, D. O. R. C., Heni, A. M., Nama, J., Lasmi, A., & Satyawati, S. T. (2022). Manajemen Evaluasi Hasil Belajar Psikomotorik: Tatap Muka dan Daring. *Jurnal Prakarsa Paedagogia*, 4(2).
- Rifai, A. (2020). Tafsir Web: Digitalization of Qur'anic Interpretation and Democratization of Religious Sources in Indonesia . *Jurnal At-Tibyan*, 5(2).
- Riinawati. (2021). *Pengantar Evaluasi Pendidikan*. Thema Publishing.

- Rogers, E. (1995). *Diffusion of Innovations* (Fourth Edition). Free Press.
- Sidiq, A. (2017). *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah (Study Akun @Fuadbakh)*. UIN Raden Intan Lampung.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian* (Ayub, Ed.; Cet. 1). Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Pendidikan* (Cet. ke-3). Alfabeta.
- Utami, M. A. , M. T. L. , dan B. P. S. P. (2016). Strategi Komunikasi Pemasaran SMB Telkom University Tahun 2015/2016 Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Sosioteknologi*.
- Veygid, A., Aziz, S. M., & S.R., W. S. (2020). Analisis Fitur dalam Aplikasi Instagram sebagai Media Pembelajaran Online Mata Pelajaran Biologi untuk Siswa Sekolah Menengah Atas. *ALVEOLI: Jurnal Pendidikan Biologi*, 1(1), 39–48. <https://doi.org/10.35719/alveoli.v1i1.5>
- Widjajanta, B., Senen, S. H., Marharyono, Lisnawati, & Anggraeni, C. P. (2018). THE IMPACT OF SOCIAL MEDIA USAGE AND SELF-ESTEEM ON CONSPICUOUS CONSUMPTION: INSTAGRAM USER OF HIJABERS COMMUNITY BANDUNG MEMBER. *International Journal of eBusiness and eGovernment Studies*, 10(2), 1–13.
- Woodley, A. (2018). How does Instagram impact on people's perceptions of their appearance? *Journal of Aesthetic Nursing*, 7(2), 94–95. <https://doi.org/10.12968/joan.2018.7.2.94>
- Zainudin, Z., & Ubabuddin, U. (2023). Ranah Kognitif, Afektif dan Psikomotorik sebagai Objek Evaluasi Hasil Belajar Peserta Didik. *ILJ: Islamic Learning Journal*, 1(3).

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA