

Resepsi Al-Qur'an di Ruang Online: Studi atas Tren

Surah Maryam Ayat 30-35 di Platform TikTok



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam Universitas Islam

Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta Untuk Memenuhi Sebagian Syarat

Memperoleh Gelar Sarjana Agama

Disusun Oleh:

Rakasya Marshanda Milaneta

NIM: 22105030086

STATE ISLAMIC UNIVERSITY

SUNAN KALIJAGA

YOGYAKARTA

**JURUSAN ILMU AL-QUR'AN DAN TAFSIR
FAKULTAS USHULUDDIN DAN PEMIKIRAN ISLAM**

UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA

2026

HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS USHULUDDIN DAN PEMIKIRAN ISLAM
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 512156 Fax. (0274) 512156 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-909/Un.02/DU/PP.00.9/06/2026

Tugas Akhir dengan judul : Resepsi Al-Qur'an di Ruang Online: Studi atas Tren Surah Maryam Ayat 30-35 di Platform TikTok

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : RAKASYA MARSHANDA MILANETA
Nomor Induk Mahasiswa : 22105030086
Telah diujikan pada : Selasa, 02 Juni 2026
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang/Penguji I

Imas Lu'ul Jannah, M.A.
SIGNED

Valid ID: 6a2673711a610



Penguji II

Lien Iffah Nafatu Fina, M.Hum.
SIGNED

Valid ID: 6a27992a4cb93



Penguji III

Subkhani Kusuma Dewi, M.A.
SIGNED

Valid ID: 6a2282409ed1c



Yogyakarta, 02 Juni 2026
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam

Prof. Dr. H. Robby Habiba Abror, S.Ag., M.Hum.
SIGNED

Valid ID: 6a28c10dd9ffc

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI



Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rakasya Marshanda Milaneta
NIM : 22105030086
Program Studi : Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir (IAT)
Fakultas : Ushuluddin dan Pemikiran Islam

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul "*Resepsi Al-Qur'an di Ruang Online: Studi atas Tren Surah Maryam Ayat 30-35 di Platform TikTok*" adalah asli hasil karya penulisan saya sendiri dan bukan plagiasi dari karya orang lain, kecuali pada bagian-bagian yang menjadi sumber rujukan, namun dengan tetap mencantumkan nama penulis aslinya.

Yogyakarta, 25 Mei 2026

Yang menyatakan



Rakasya Marshanda Milaneta

NIM. 22105030086

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

SURAT PERNYATAAN BERJILBAB



Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

SURAT PERNYATAAN BERJILBAB

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rakasya Marshanda Milaneta
Tempat, Tanggal Lahir : Magetan, 03 April 2003
NIM : 22105030086
Program Studi : Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir
Fakultas : Ushuluddin dan Pemikiran Islam
Alamat : Jalan Diponegoro No. 31 Kelurahan Selosari, Kec.
Magetan, Kab. Magetan Jawa Timur
No. Hp : 083832614927

Menyatakan bahwa saya menyerahkan diri dengan mengenakan jilbab untuk dipasang pada ijazah saya. Atas segala konsekuensi yang timbul di kemudian hari sehubungan dengan pemasangan pasfoto berjilbab pada ijazah saya tersebut adalah menjadi tanggung jawab saya sepenuhnya

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 25 Mei 2026



Rakasya Marshanda Milaneta

NIM. 22105030086

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI



Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Persetujuan Skripsi
Lampiran : 1 (satu) lembar
Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum wr. wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk, dan mengoreksi, serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara :

Nama : Rakasya Marshanda Milaneta
NIM : 22105030086
Judul Skripsi : Resepsi Al-Qur'an di Ruang Online: Studi atas Tren Surah Maryam Ayat 30-35 di Platform TikTok

Sudah dapat diajukan kepada Program Studi Ilmu al-Qur'na dan Tafsir Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1)

Dengan ini kami berharap agar skripsi/tugas akhir saudara tersebut dapat dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

Yogyakarta, 25 Mei 2026

Pembimbing

Imas Lu'ul Jannah, M. A.

NIP. 19940113 000000 2 101

HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillāhir-rahmānir-rahīm Skripsi ini saya persembahkan kepada kedua orang tua tercinta, keada diri sendiri serta kepada pihak yang turut berkontribusi atas perjalanan perkuliahan penulis.



MOTTO

هدف جميل، لا يمكن تحقيقه بالطريق السهل

“Tujuan yang indah tidak diraih dengan jalan yang mudah”



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul *“Resepsi Al-Qur’an di Ruang Digital: Analisis Tren Surah Maryam ayat 30-35 di Platform TikTok”* dengan sebaik-baiknya. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Agung Muhammad SAW sebagai suri tauladan umat manusia, semoga kita mendapat syafaat beliau di hari akhir kelak.

Dalam proses penyelesaian studi dan penulisan skripsi ini penulis mendapatkan banyak bantuan berupa bimbingan, arahan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh Karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada beberapa pihak berikut:

1. Bapak Prof Noorhaidi Hasan S.Ag., M.A., M. Phil., PH.D., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Prof Dr. Robby Habiba Abror, S.Ag., M.Hum., selaku Dekan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Ibu Subkhani Kusuma Dewi, M.A., PH.D., dan Ibu Aida Hidayah, S.Th.I., M.Hum., selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Ilmu Al-Qur’an dan Tafsir Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Ibu Imas Lu’ul Jannah, M.A., selaku Dosen Pembimbing Akademik sekaligus Pembimbing Skripsi yang senantiasa memberikan arahan dan nasehat yang membangun kepada penulis selama proses penulisan skripsi, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan percaya diri sesuai arahan yang diberikan.
5. Segenap Dosen Program Studi Ilmu Al-Qur’an dan Tafsir yang telah mengajarkan ilmu, pengetahuan baik yang berkaitan dengan Ilmu Al-Qur’an dan Tafsir maupun ilmu diluar itu dan pengalaman yang luar biasa kepada mahasiswa.
6. Kepada segenap pihak yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menerima beasiswa selama masa studi. Kesempatan tersebut sangat berharga bagi penulis. Skripsi ini menjadi salah satu ungkapan terima kasih penulis. Semoga kedepannya kesempatan seperti ini dapat terbuka lebih luas.
7. Kepada kedua orang tua tercinta Ibu dan Bapak yang selalu mendukung keinginan penulis serta mengusahakan segala kebutuhan baik materiil maupun non materiil.

Selalu meyakinkan penulis untuk menghargai setiap proses kehidupan terutama dalam menyelesaikan skripsi ini. Yang tidak pernah luput mendoakan penulis agar selalu dimudahkan dalam segala urusan. Alasan utama bagi penulis untuk senantiasa semangat dalam menyelesaikan skripsi.

8. Kepada adik satu-satunya yang sekarang sedang duduk di bangku SMA yang menjadi salah satu motivasi penulis untuk terus berjuang dalam menempuh pendidikan tinggi, yang akan penulis usahakan agar kelak bisa mendapatkan kehidupan yang lebih baik dari penulis.
9. Kepada teman-teman seperjuangan yang turut kebersamai dalam proses penulisan skripsi baik dalam waktu panjang maupun singkat yaitu Uzik, Nanda, Hanifah, Nikmah, Amira, Nailul, Savina, Akmal dan Ashom semoga proses kita menjadi langkah awal dalam menuju kesuksesan di masa depan.
10. Segenap teman-teman mahasiswa IAT GAZA Angkatan 2022 yang keren-keren. Terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan akademik penulis.
11. Kepada segenap UKM JQH al-Mizan yang sudah menjadi ruang bagi penulis untuk menembangkan kemampuan di luar akademik dan menjalin relasi selama perkuliahan sehingga penulis mendapat banyak pelajaran berharga selama bergabung sebagai anggota dan kepengurusan.
12. Kepada teman-teman Multimedia UKM JQH al-mizan periode 2023/2024 dan periode 2024/2025 yang sudah seperti keluarga, terimakasih sudah menjadi tempat berbagi cerita, serta ruang belajar yang penuh pengalaman berharga.
13. Kepada teman-teman KKN 117 Kelompok Ratamba 2, orang-orang yang hadir di akhir masa perkuliahan namun kehadirannya tidak terputus hingga sekarang atau nanti, yang memberikan pengalaman berharga dalam pengabdian kepada masyarakat, semoga selalu dimudahkan dalam perjalanan menyelesaikan skripsi.
14. Kepada kelima akunTikTok yaitu @cremeladreme_, @quote_acak, @bundajombang_, @winda_gusti, dan @irfanrizki_ yang menjadi objek penelitian dalam tren “The Power of Surah Maryam.”
15. Kepada seluruh kru Kimbogi sebagai rekan kerja penulis yang telah memberikan kesan berharga kepada penulis di dunia kerja. Tidaklah mudah bagi penulis bekerja di sela-sela penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih atas penerimaan yang baik, teman-teman yang selalu menghibur dikala lelah

nya bekerja, mengajarkan banyak hal baru, terimakasih kesempatan ini membantu meringankan kebutuhan finansial penulis.

16. Terakhir terimakasih kepada diri sendiri yang telah berjuang sampai di titik ini, terimakasih sudah berupaya membagi waktu semoga waktu tidur yang tersita bisa diganti lain waktu. Terimakasih telah menyelesaikan skripsi dengan keterbatasan yang ada, walaupun mungkin masih banyak kurangnya. Nmaun, setidaknya sudah berusaha semaksimal mungkin, selalu berprogres dan tidak menggampangkan.

Terimakasih kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam kebaikan selama masa studi. Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memerlukan penyempurnaan dengan penelitian lanjutan pada kasus resepsi Al-Qur'an di ruang media. Semoga penelitian ini bisa bermanfaat bagi pembacanya, serta penulis membuka ruang yang luas untuk menampung kritik dan saran untuk penelitian ini.

Yogyakarta, 25 Mei 2026

Penulis,

Rakasya Marshanda Milaneta

NIM. 22105030086

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

Transliterasi huruf arab ke latin pada penyusunan skripsi ini berdasarkan surat keputusan bersama (SKB) Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Menteri Kebudayaan RI No. 158/1987 serta No. 0543b/U/1987 tertanggal 22 Januari 1988.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta	T	te
ث	Sa'	Ś	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	-
ح	Ha'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha'	Kh	ka serta ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	ze (dengan titik di atas)
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)

ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	'el
م	Mim	M	'em
ن	Nun	N	'en
و	Waw	W	W
ه	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap Karena *Syaddah* ditulis rangkap

مُنْعَدَّةٌ	ditulis	<i>muta'addidah</i>
عِدَّةٌ	ditulis	<i>'iddah</i>

C. Ta' Marbutoh di Akhir Kata

1. Bila dimatikan ditulis h

(ketentuan tersebut tidak berlaku pada kata-kata arab yang telah terserap ke dalam bahasa Indonesia, misalnya zakat, salat, serta sebagainya, terkecuali jika menghendaki kata aslinya).

حِكْمَةٌ	ditulis	<i>Hikmah</i>
عِلَّةٌ	ditulis	<i>'illah</i>

2. Jika diikuti kata sedang al serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h

الأولياءِ كَرَامَةٌ	ditulis	<i>Karāmah al-Auliyā'</i>
---------------------	---------	---------------------------

3. Bila ta' marbutah hidup ataupun dengan harokat fathah kasroh serta dammah ditulis t ataupun h

الْفِطْرَةِ زَكَاةٌ	ditulis	<i>Zakah al-Fitri</i>
---------------------	---------	-----------------------

D. Vokal Pendek

فَعَلَ	Fathah	ditulis	a <i>fa'ala</i>
ذُكِرَ	Kasrah	ditulis	i <i>zukiro</i>
يَذْهَبُ	Dhamah	ditulis	u <i>yazhabu</i>

E. Vokal Panjang

1	Fathah + alif	ditulis	ā
	جَاهِلِيَّةٌ	ditulis	<i>jāhiliyah</i>
2	Fathah + ya' mati	ditulis	ā
	تَنْسَى	ditulis	<i>tansā</i>
3	Kasrah + ya' mati	ditulis	ī
	كَرِيمٌ	ditulis	<i>Karīm</i>
4	Dammah + wawu mati	ditulis	ū
	فُرُوضٌ	ditulis	<i>furūd</i>

F. Vokal Rangkap

1	Fathah + ya' mati	ditulis	Ai
	بَيْنَكُمْ	ditulis	<i>Bainakum</i>
2	Fathah + wawu mati	ditulis	Au
	قَوْلٌ	ditulis	<i>Qaul</i>

G. Vokal Pendek Berurutan dengan Satu Kata dipisahkan dengan Apostrof

أَنْتُمْ	ditulis	<i>a'antum</i>
أَعَدتْ	ditulis	<i>u'iddat</i>
شَكَرْتُمْ لَيْنٌ	ditulis	<i>la'in</i>
		<i>syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lam

Kata sandang pada tulisan arab dilambangkan dengan huruf ال, tapi pada transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah serta kata sandang yang diikuti huruf qamariyah.

1. Jika diikuti Huruf Qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh Huruf Qamariyah ditransliterasikan berdasarkan bunyinya

الْقُرْآنُ	ditulis	<i>Al-Qur'ān</i>
الْقِيَّاسُ	ditulis	<i>al-Qiyās</i>

2. Jika diikuti Huruf Syamsiyah ditulis dengan menggandakan Huruf Syamsiyah yang mengikutinya, dengan menghilangkan huruf l (el) nya

السَّمَاءُ	ditulis	<i>as-Samā</i>
السُّمُسُ	ditulis	<i>asy-Syams</i>

I. Penulisan Kata-kata Dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya

ذَوِي الْفُرُوضِ	ditulis	<i>Żawi al-furūd</i>
أَهْلُ السُّنَّةِ	ditulis	<i>Ahl- as-Sunnah</i>

J. Huruf Kapital

Walaupun sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, dalam transliterasi tetap digunakan huruf besar. Aturannya mengikuti kaidah EYD,

misalnya huruf kapital dipakai pada awal kalimat dan pada huruf pertama nama diri. Jika suatu nama didahului kata sandang, bagian yang ditulis dengan huruf kapital adalah huruf pertama nama tersebut, bukan huruf pertama kata sandangnya.

Contoh:

شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ	<i>Syahru Ramaḍān al-laḏī unzila fih</i> <i>al-Qur'ān</i>
---------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------

K. Pengecualian

Sistem transliterasi ini tidak berlaku pada:

- a. Kosakata Arab yang lazim pada bahasa Indonesia serta ada pada Kamus Umum Bahasa Indonesia, contohnya zakat, lafaz, hadis, shalat, serta sebagainya.
- b. Judul buku yang memakai kata Arab, tapi telah dilatinkan oleh penerbit, contohnya judul buku Fiqh Jinayah, Fiqh Mawaris, Al-Hijab, serta sebagainya.
- c. Nama pengarang yang memakai nama Arab, namun dari negara yang memakai huruf latin, misalnya Ahmad Syukri Soleh, Quraish Shihab, serta sebagainya.
- d. Nama penerbit di Indonesia yang memakai kata Arab, contohnya Al-Ma'arif, Taufiq, Hidayah, Mizan, serta sebagainya.

ABSTRAK

Skripsi ini mengkaji resepsi Al-Qur'an di media sosial. Berangkat dari adanya tren *The Power of Surah Maryam* di platform TikTok yang memframing surah Maryam ayat 30-35 sebagai energi untuk melawan kemustahilan dan amalan spiritual tertentu. Dalam tradisi tafsir Surah Maryam ayat 30-35 umumnya dipahami dalam konteks kisah dan kenabian Isa a.s yang sekaligus menegaskan keesaan dan kekuasaan Allah. Sementara itu, di platform TikTok ayat tersebut berkembang dalam narasi *The Power of Surah Maryam*. Sehingga fenomena ini menimbulkan pertanyaan terkait bagaimana bentuk resepsi yang berkembang dan dinamika diskursus yang melatarbelakangi terbentuknya resepsi tersebut di platform TikTok.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk resepsi Surah Maryam ayat 30-35 di platform TikTok serta dinamika diskursus terbentuknya resepsi tersebut. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan melakukan observasi digital. Data diperoleh melalui analisis konten dari kelima akun yang mengunggah konten *The Power of Surah Maryam*, yaitu @cremeladreme_, @quote_acak, @bundajombang, @windagusti dan @irfanrizki serta respon audiens terhadap narasi yang tersebut pada kolom komentar. Adapun pemilihan kelima akun tersebut berdasarkan tingkat keterlibatan audiens (*engagement*) yang cukup tinggi serta kesamaan niche dan karakteristik konten seputar dakwah populer yang sejalan dengan topik penelitian.

Hasil penelitian memperlihatkan adanya perluasan fungsi ayat yang ditunjukkan dengan kecenderungan resepsi di platform TikTok yang menekankan pada fungsi ayat sebagai motivasi dan amalan spiritual pengkabul hajat. Adapun terbentuknya resepsi tersebut paling tidak dipengaruhi oleh tiga faktor yaitu, karakteristik media/plaform TikTok, partisipasi aktif audiens, serta kebutuhan emosional dan spiritual pengguna. Sehingga resepsi tersebut menghasilkan dua implikasi yaitu menjadikan teks Al-Qur'an lebih dekat dengan masyarakat luas, tetapi sekaligus menghadirkan tantangan baru dalam menjaga kedalaman pemahaman dan otoritas keagamaan.

Kata kunci: Resepsi, Al-Qur'an, Surah Maryam ayat 30-35, TikTok

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRACT

The study examines the reception of the Qur'an on social media. It begins with the trend "The Power of Surah Maryam" on the TikTok platform, which frames verses 30–35 of Surah Maryam as a source of energy to overcome impossibilities and as a guide for specific spiritual practices. In the tradition of exegesis, Surah Maryam verses 30–35 are generally understood within the context of the story and prophethood of Jesus (*peace be upon him*), while also emphasizing affirms the oneness and power of Allah. Meanwhile, on the TikTok platform, these verses have evolved into the narrative of "The Power of Surah Maryam." Consequently, this phenomenon raises the question of how reception has evolved and the dynamics of the discourse underlying the formation of reception on the TikTok.

This study aims to analyze the forms of reception of Surah Maryam verses 30–35 on the TikTok platform, as well as the discursive dynamics underlying the formation of such reception. This is a qualitative study conducted through digital observation. Data was obtained through content analysis of the five accounts that uploaded content titled "The Power of Surah Maryam," namely @cremeladreme_, @quote_acak, @bundajombang, @windagusti, and @irfanrizki, as well as audience responses to the narratives mentioned in the comments section. The selection of these five accounts was based on their high audience engagement levels, as well as the similarity of their niches and content characteristics regarding popular da'wah, which align with the research topic.

The research findings reveal an expansion of the verse's functions, as evidenced by reception trends on the TikTok platform that emphasize the verse's role as a source of motivation and a spiritual practice for fulfilling wishes. The formation of this reception is influenced by at least three factors: the characteristics of the TikTok platform, active audience participation, and users' emotional and spiritual needs. Consequently, this reception has two implications: it brings the text of the Qur'an closer to the general public, but at the same time presents new challenges in maintaining the depth of understanding and religious authority.

Keywords: Reception, Qur'an, Surah Maryam verses 30-35, TikTok Platform

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN BERJILBAB	iv
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	xi
ABSTRAK	xvii
ABSTRACT	xviii
DAFTAR ISI	xix
DAFTAR GAMBAR	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	6
D. Tinjauan Pustaka	7
E. Kerangka Teori.....	15
F. Metode Penelitian.....	19
G. Sistematika Pembahasan	22
BAB II MEDIATISASI AL-QUR'AN DI RUANG ONLINE	25
A. Mediatisasi Al-Qur'an di Media Online	25
B. TikTok Sebagai Platform Media Sosial	31
C. Kesimpulan	43
BAB III VARIASI KONTEN <i>THE POWER OF</i> SURAH MARYAM DI TIKTOK	45
A. Deskripsi Konten "<i>The Power of</i> Surah Maryam" di TikTok	45
1. Postingan @cremeladreme_.....	46
2. Postingan @quote_acak	47
3. Postingan @bundajombang	48
4. Postingan @windagusti_.....	50
5. Postingan @irfanrizki	51

B. Deskripsi Akun yang Menayangkan Konten <i>The Power of Surah Maryam</i>	53
1. Akun @cremeladreme	53
2. Akun @quote_acak	54
3. Akun @bundajombang	55
4. Akun @windagusti_	55
5. Akun @irfanrizki	56
C. Engagement Konten.....	58
D. Kesimpulan	60
BAB IV ANALISIS RESEPSI SURAH MARYAM AYAT 30-35 DALAM NARASI THE POWER OF SURAH MARYAM	62
A. Surah Maryam Ayat 30-35 dalam Tradisi Keilmuan Islam	62
1. Surah Maryam Ayat 30-35 dalam Literatur Tafsir	63
2. Surah Maryam dalam Literatur Fadā'il dan Maqāṣid	72
B. Analisis Resepsi Surah Maryam di Platform TikTok	78
C. Dinamika Diskursus Resepsi Surah Maryam Ayat 30-35 di Platform TikTok dan Implikasinya di Media Online	90
D. Kesimpulan	98
BAB V PENUTUP.....	100
A. Kesimpulan	100
B. Saran.....	102
DAFTAR PUSTAKA	105
CURRICULUM VITAE.....	110

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Dakwah Fikih Gen Z oleh akun Kadam Sidik.....	39
Gambar 2. 2 Postingan quotes ayat al-Qur'an oleh akun hijrah.....	40
Gambar 2. 3 Murottal Surah Fatir ayat 30 Syekh Muhammad Ghazali oleh akun Channel Tilawah	41
Gambar 2. 4 Murottal Surah Fatir ayat 32-33 oleh akun Nadia Badra.....	41
Gambar 2. 5 Testimoni Surah al-Waqi'ah dan Ayat 1000 Dinar sebagai amalan penambah rezeki oleh akun Rizkaramelia.....	42
Gambar 3. 1 “Keajaiban Surah Maryam” oleh akun @cremeladreme_.....	47
Gambar 3. 2 “Apa Nutrisi dan Prioritas Surah Maryam?” oleh akun @quote_acak.....	48
Gambar 3. 3 “Untuk Kamu Yang Sedang Melawan Kemustahilan” oleh akun @bundajombang_	49
Gambar 3. 4 “Raih Kemustahilan Dengan Wasilah Surat Maryam” oleh akun @windagusti_	51
Gambar 3. 5 “Surat Maryam Energi Bagi yang Sedang Melawan Kemustahilan” oleh akun @irfanrizki	52



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring berkembangnya teknologi digital, terjadi perubahan cara masyarakat dalam menerima dan menyebarkan informasi keagamaan, terutama Al-Qur'an. Kehadiran media sosial sebagai bagian dari perkembangan teknologi digital melahirkan bentuk baru penyampaian Al-Qur'an yang lebih kreatif dan menyesuaikan perkembangan media modern.¹ Hal ini dipengaruhi oleh karakteristik media sosial yang bersifat interaktif dan terbuka, sehingga memudahkan masyarakat dalam mengakses serta memperoleh informasi terkait Al-Qur'an. Kondisi tersebut menjadikan media sosial sebagai bagian dari budaya populer masyarakat modern.

TikTok sebagai platform media sosial favorit menjadikan Indonesia sebagai negara dengan pengguna TikTok terbanyak di dunia mencapai 225,58 juta pengguna.² Dengan ini TikTok sebagai platform media sosial membuka ruang baru bagi penyebaran nilai-nilai agama, terutama Al-Qur'an. Di media sosial kajian Al-Qur'an banyak disajikan dalam bentuk konten yang tentunya

¹ Gary R. Bunt, *The Qur'an and The Internet*, dalam *The Routledge Companion to Qur'an*, (London: Routledge Taylor and Francis Group, 2022), hlm 385-388.

² Berdasarkan laporan *We Are Social* dan Melwater, "10 Negara dengan Pengguna TikTok terbanyak di Dunia." Indonesia menempati urutan pertama per April 2026, <https://dataloka.id/humaniora/6567/indonesia-jadi-negara-pengguna-tiktok-terbanyak-april-2026/> , diakses pada, 25 April 2026.

bersifat interaktif dan terbuka. Hal ini berimplikasi terhadap bagaimana Al-Qur'an disajikan, dipahami dan disebarluaskan. Melihat TikTok merupakan platform sosial media yang berpotensi mentransmisikan informasi secara cepat dan luas.

Penelitian ini merujuk pada satu fenomena resepsi di media sosial TikTok yang sempat menjadi tren pada akhir hingga awal tahun 2025. Viralnya surah Maryam ayat 30-35 di platform TikTok yang mendadak menjadi ayat favorit sekelompok pengguna TikTok setelah beberapa kali muncul di beranda terkait video murottal merdu surah Maryam ayat 30-35. Banyak *content creator* yang kemudian membagikan konten seputar surah Maryam ayat 30-35. Adapun konten yang sering ditemui yaitu murottal merdu dan penggunaan rekaman bacaan surah Maryam yang dipadukan dengan efek dramatis untuk menarik perhatian. Tidak hanya itu, konten yang sering dibagikan dan menarik perhatian adalah konten seputar “*The Power of Surah Maryam*” yang memosisikan surah Maryam ayat 30-35 sebagai ayat motivasi dan amalan spiritual bagi mereka yang sedang melawan kemustahilan. Narasi seperti inilah yang kemudian mengundang ragam respon dan interaksi pengguna, sehingga menarik untuk dikaji lebih lanjut terkait ragam resepsi yang muncul serta faktor yang melatarbelakangi berkembangnya narasi tersebut.

Berdasarkan penelusuran awal pada video bertagor **#surahmaryam** memiliki sejumlah 823,8 juta penonton.³ Adapun video yang berisi konten “*The*

³ Berdasarkan *hashtag generator* pada platform, <https://countik.com/tiktok-hashtag-generator>, diakses pada 20 September 2025.

Power of Surah Maryam” ditemukan lebih dari 100 postingan dan disukai rata-rata di atas 100 ribu. Postingan tersebut secara signifikan ramai di *upload* dalam kurun waktu 5 bulan berturut-turut.⁴

Dalam narasi tren *The Power of Surah Maryam*, Al-Qur’an divisualisasikan dalam ragam bentuk video pendek dengan durasi 30 hingga 60 detik dengan fokus pada pesan moral yang disampaikan. Seperti dalam konten pada akun *@cremeladreme* yang menampilkan *quotes* terkait penangkal kemustahilan dalam kurung surah Maryam ayat 30-35 menggunakan *sound* murottal surah Maryam. Kemudian pada konten *@bundajombang* sebagai seorang konsultan menampilkan keistimewaan Surah Maryam yang memiliki energi yang begitu besar, terutama dalam membantu mewujudkan sesuatu yang mustahil terjadi. Kreator *@windagusti* menyampaikan wasilah surah Maryam dan ajakan mengamalkan surah Maryam terutama bagi ibu hamil agar dipermudah dalam proses persalinan. Dalam konten *@quote_acak* menyajikan Surah Maryam ayat 30-35 dalam bentuk foto slide dengan caption yang berjudul “Apa Nutrients dan Prioritas Surah Maryam?” kemudian dijelaskan terkait keutamaan Surah Maryam yang salah satunya dapat memberi ketenangan dan kemudahan dalam proses kehamilan dan dikaruniai anak yang sholeh. Kemudian konten seorang ustadz *@irfanrizki* yang menampilkan *quotes* energi surah Maryam sebagai motivasi dari kisah inspiratif seperti kisah Maryam yang melahirkan Nabi Isa tanpa suami dan kisah inspiratif lain yang terdapat dalam

⁴ Berdasarkan hasil pencarian tagar *#surahmaryam* di aplikasi TikTok dengan kata kunci “*The Power of Surah Maryam*” dan menganalisis jumlah *viewers*, *like* dari postingan yang muncul, dianalisis pada September-April 2026.

surah Maryam, dipadukan dengan background video ceramah dan *sound* murottal merdu surah Maryam ayat 30-35.

Surah Maryam ayat 30-35 dalam Al-Qur'an menceritakan pernyataan Nabi Isa ketika masih dalam buaian, ia menyatakan kenabiannya dan apa yang diutuskan kepadanya.⁵ Dalam tradisi tafsir Surah Maryam ayat 30-35 umumnya dipahami dalam konteks kisah kelahiran dan kenabian Isa a.s yang sekaligus menegaskan keesaan dan kekuasaan Allah. Sehingga ayat ini sering ditempatkan dalam pembahasan akidah dan penegasan posisi Nabi Isa dalam Islam.⁶ Seiring berkembangnya teknologi digital, kehadiran Al-Qur'an di ruang online terutama di platform TikTok ayat tersebut juga hadir dalam berbagai bentuk penerimaan salah satunya dalam narasi *The Power of Surah Maryam* seperti yang telah dijelaskan sebelumnya.

Penerimaan terhadap Surah Maryam ayat 30-35 di platform TikTok menunjukkan bahwa Al-Qur'an dipahami bukan hanya dari sisi teks normatif, tetapi juga dihidupi sebagai ayat motivasi yang memberi energi melawan kemustahilan. Hal ini sejalan dengan gagasan James W. Jones dalam *Living Religion* yang menekankan pemahaman agama sebagai *understanding as living*, yang mana agama hadir dalam pengalaman hidup (*lived experience*) bukan hanya pemahaman teologis.⁷

⁵ Tim Penyusun, Al-Qur'an dan Terjemahnya, 2019.

⁶ Lihat Ibn Jarir al-Thabari. *Jami' al-Bayan 'an Ta'wil Ayi al-Qur'an*, jilid 17, hlm. 557-570; M. Quraish Shihab. *Tafsir Al-Mishbah*, jilid 8, hlm. 179-186; Baidlawi, *Al-Anwar at-Tanzil wa Asrar at-Ta'wil*, jilid 5, hlm 10-12.

⁷ James W. Jones, *Living Religion: Embodiment, Theology, and the Possibility of a Spiritual Sense* (Oxford: Oxford University Press, 2019), 8.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini berangkat dari ketertarikan penulis untuk melihat bagaimana bentuk penerimaan Surah Maryam ayat 30–35 yang berkembang di platform TikTok serta bagaimana dinamika yang membentuk penerimaan tersebut di tengah perkembangan media sosial saat ini. Selain itu, penelitian ini juga penting dilakukan karena belum ditemukan kajian yang secara khusus membahas resepsi Surah Maryam ayat 30–35 dalam tren konten *The Power of* Surah Maryam di platform TikTok.

Sehingga penelitian ini tidak bermaksud untuk menilai kesesuaian atau mencari legitimasi antara pemaknaan Surah Maryam ayat 30–35 dalam tradisi tafsir dengan narasi yang berkembang di TikTok. Literatur tafsir digunakan sebagai landasan konseptual untuk memahami horizon pemaknaan ayat dalam tradisi keilmuan Islam. Adapun fokus penelitian ini terletak pada bagaimana ayat tersebut diterima, dimaknai, dan difungsikan oleh pengguna media sosial dalam konteks kehidupan kontemporer. Hal ini didasarkan pada asumsi bahwa penerimaan Al-Qur'an di tengah masyarakat kontemporer tidak selalu hadir dalam bentuk teks formal, melainkan dapat berkembang melalui pengalaman, kebutuhan, dan konteks sosial yang melingkupi pembacanya.

Peneliti berargumen bahwa munculnya resepsi Surah Maryam ayat 30-35 di platform TikTok dalam narasi konten *The Power of* Surah Maryam tidak terlepas dari kehadiran Al-Qur'an di ruang media. Sebagaimana dijelaskan oleh Gary R. Bunt, internet atau media online membuka ruang baru bagi interaksi masyarakat dengan Al-Qur'an.⁸ Dengan demikian, media sosial tidak hanya

⁸ Gary R. Bunt, *The Qur'an and The Internet*, dalam *The Routledge Companion to Qur'an*, (London: Routledge Taylor and Francis Group, 2022), hlm 390.

menjadi sarana penyebaran Al-Qur'an, tetapi juga menjadi ruang terbentuknya ragam resepsi dan diskursus keagamaan yang melibatkan partisipasi aktif pengguna.

Selain menggunakan pendekatan resepsi penelitian ini juga akan mempertimbangkan partisipasi audiens atau dinamika pembaca dalam konteks media sosial untuk melihat seberapa aktif dan kreatif pembaca dalam merespon narasi yang diunggah di platform TikTok. Meskipun demikian, penelitian ini tetap mempertimbangkan horizon pemaknaan yang berkembang dalam tradisi keilmuan Islam. Sehingga resepsi Surah Maryam ayat 30–35 di TikTok tidak hanya dipahami dari sisi bentuk penerimaannya, tetapi juga dari dinamika diskursus yang melatarbelakangi kemunculannya di ruang online.

B. Rumusan Masalah

Berangkat dari latar belakang di atas, maka penulis merumuskan beberapa masalah sebagai fokus pembahasan dalam kajian ini sebagaimana berikut:

1. Bagaimana bentuk resepsi surah Maryam ayat 30-35 dalam narasi konten *The Power of* Surah Maryam di platform TikTok?
2. Bagaimana dinamika diskursus terbentuknya resepsi tersebut di platform TikTok?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan batasan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Menjelaskan bentuk resepsi terhadap surah Maryam ayat 30-35 dalam konten TikTok.
- b. Menguraikan dinamika diskursus terbentuknya resepsi surah Maryam ayat 30-35 di platform TikTok.

2. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini sebagai berikut:

- a. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam memperluas kajian resepsi Al-Qur'an di ruang online. Penelitian ini tidak hanya menganalisis bentuk resepsi, tetapi juga mempertimbangkan faktor-faktor yang mempengaruhi terbentuknya ragam resepsi di ruang online, seperti mediatisasi Al-Qur'an, karakteristik media sosial, serta konteks pengguna dalam meresepsi ayat. Hal tersebut penting mengingat kajian resepsi Al-Qur'an di ruang online yang masih bersifat berkembang dan kontekstual.
- b. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dalam pengembangan dakwah digital, khususnya dalam memahami pola pembacaan dan penerimaan audiens di media sosial, terutama platform TikTok. Dengan demikian, penelitian ini dapat menjadi pertimbangan dalam menyusun strategi komunikasi dan penyajian konten keagamaan yang lebih sesuai dengan karakteristik media dan budaya audiens digital.

D. Tinjauan Pustaka

Penelitian ini berfokus pada kajian resepsi Al-Qur'an di media sosial. Meskipun demikian, terdapat beberapa penelitian terdahulu yang juga

membahas tema serupa. Oleh karena itu, guna menunjukkan posisi dan kebaruan penelitian ini dalam memperkaya khazanah keilmuan, penulis akan menyajikan beberapa telaah pustaka yang berfokus pada dua kajian utama, yaitu resepsi Al-Qur'an di media sosial serta penafsiran Surah Maryam.

1. Resepsi Al-Qur'an di media sosial

Skripsi yang ditulis oleh Rahmat L. Limbong yang berjudul "Resepsi Terhadap Ayat-Ayat Al-Qur'an Dalam Konten Komik Al-Qur'an di Media Sosial Instagram (Tinjauan Atas Akun @akhlakpedia dan Akun @fqe.id)" Skripsi ini berfokus pada resepsi pesan religius dalam media populer (film pendek) dan bagaimana pemaknaan ulang terjadi dalam konteks budaya masyarakat lokal. Dengan tujuan melihat bagaimana pesan dakwah yang dikodekan pembuat film dibaca ulang oleh audiens dengan latar budaya, pengalaman, dan nilai masing-masing.⁹

Dalam artikel yang berjudul "Resepsi Al-Qur'an di Media Sosial: studi kasus film animasi Nussa dan Rara episode Hiii Sereem" karya Qurrota A'yun. Artikel ini meneliti tentang resepsi al-Qur'an di media sosial, khususnya dalam satu episode film animasi Nussa "Hii Serem!!!" yang tayang di Youtube dan telah ditonton lebih dari 11,7 juta kali. Penelitian ini menggunakan teori resepsi al-Qur'an yang

⁹ Rahmawati Hunawa, *Resepsi Masyarakat terhadap Pesan Dakwah dalam Film Pendek "Tilik"* (Skripsi S1, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2020).

digagas oleh Ahmad Rafiq. Hasil yang didapat menunjukkan bahwa film animasi Nussa merupakan salah satu tayangan edutainment bagi anak-anak yang juga meresepsi al-Qur'an dan hadis di dalamnya. Bentuk resepsi dalam episode "Him Serem!!!" ini adalah resepsi eksegesis yakni QS. Ali Imran: 185 dan resepsi fungsional dalam aspek informatif, yakni agar tidak perlu takut kepada orang yang meninggal dunia dikarenakan kematian yang telah pasti bagi setiap manusia.¹⁰

Artikel yang ditulis oleh Althauf Husein Muzakky, dkk yang berjudul "Resepsi Tafsir Q.S Al-Mujadilah di TikTok Sebagai Upaya Edukasi dan Pembelaan Hak-Hak Perempuan." Artikel ini berusaha mengkaji resepsi penafsiran Q.S Al-Mujadilah di Platform TikTok berdasarkan observasi konten-konten di TikTok dan dokumentasi respon audiens. Kemudian penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa konten TikTok dimanfaatkan untuk menyampaikan penafsiran ayat yang berkaitan dengan relasi gender dan perlindungan hak perempuan melalui format video singkat dan alur algoritma TikTok sehingga mudah diterima audiens. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa media TikTok berperan dalam memperluas penyebaran tafsir

¹⁰ Qurrota A'yun. *Resepsi Al-Qur'an di Media Sosial: studi kasus film animasi Nussa dan Rara episode Hiii Sereem*, dalam *Journal of Islamic Discourse* Vol. 3, No. 2 (2019).

Al-Qur'an di ruang digital serta membentuk cara baru masyarakat menerima pesan keagamaan.¹¹

Thesis yang ditulis oleh Inayatul Mustautina yang berjudul "Resepsi Al-Qur'an pada Konten Islami di Platform TikTok." Penelitian ini berusaha menganalisis resepsi Al-Qur'an pada konten Islami di platform TikTok menggunakan teori resepsi Ahmad Rafiq dan teori *cyber islamic environment* Gary R. Bunt. Penelitian ini kemudian menghasilkan klasifikasi konten keagamaan di TikTok yaitu konten yang bersifat komidifikasi, popularisasi dan mediaisasi. Selain itu, penelitian ini juga mengidentifikasi tipologi konten Qur'ani di TikTok serta menunjukkan adanya konstruksi penerimaan pada konten Qur'ani di TikTok yang cenderung diresepsi secara eksegesis, estetik dan fungsional. Tidak hanya itu, konten Qur'ani di TikTok menunjukkan ketertarikan audiens untuk mencari pengetahuan melalui konten tersebut, sehingga menunjukkan adanya keuntungan popularitas dari ulama yang aktif di media sosial.¹²

Skripsi yang ditulis oleh Uswatuh Khasanah yang berjudul "Resepsi Al-Qur'an di Media Sosial (Studi Kasus Akun Instagram @ismailascholy)." Penelitian ini berusaha menggali paada pemaknaan

¹¹ Althauf Husein Muzakky, dkk. *Resepsi Tafsir Q.S Al-Mujadilah di TikTok Sebagai Upaya Edukasi dan Pembelaan Hak-Hak Perempuan*, dalam *Jurnal Smart*, Vo. 02, No. 01, Juni 2022.

¹² Inayatul Mustautina, "Resepsi Al-Qur'an pada Konten Qur'ani di Platform TikTok", Thesis Program Magister Fakultas Ushuluddin UIN Sunan Kalijaga, 2021.

yang diberikan oleh produsen yaitu si pemilik akun dan penonton terhadap penafsiran yang di unggah oleh @ismailascholy. Dengan menggunakan pendekatan etnografi digital dan teori encoding decoding Stuart Hall. Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa penafsiran yang di unggah oleh akun tersebut diresepsi secara berbeda oleh audiens, dengan beberapa faktor seperti latar belakang pendidikan, pengalaman, dan pengetahuan agama. Kemudian menjelaskan gaya penyampaian penafsiran yang dipengaruhi oleh istilah populer dan gaya komunikasi digital. Sehingga menunjukkan produsen meng-encode pesan tafsir, sedangkan audiens men-decoding sesuai pengalaman dan pemahaman pribadi.¹³

Dalam Artikel yang ditulis oleh Sari Silviani dan Akbar dalam jurnal hasil penelitian yang berjudul “Resepsi Al-Qur’an di Media Sosial (Studi atas Pengamalan QS. Yūsuf/12: 4 di Tiktok)” disini peneliti mendeskripsikan cara pengamalan QS. Yūsuf/12: 4 oleh pengguna Tiktok dan mengungkap hubungannya dengan fungsi makna ayat tersebut serta menganalisis motif dan sumber perilaku mereka dengan pendekatan Resepsi al-Qur’an. Hasil penelitian menunjukkan bahwa para pengguna Tiktok meresepsi QS. Yūsuf/12: 4 secara fungsional dengan beragam praktik dan memanfaatkan sejumlah media untuk mendapatkan ketundukan, kepatuhan, penghargaan, bahkan rasa

¹³ Uswatun Khazanah, “Resepsi Al-Qur’an di Media Sosial (Studi atas Pengamalan QS. Yūsuf/12: 4 di Tiktok)” Skripsi Fakultas Udhuluddin dan Humaniora UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri, 2025

cinta dari pihak yang diinginkannya. Motivasi tersebut dilatari oleh pemahaman mereka yang merelevansikan makna “lī sājidīn” yang tertuang dalam ayat. Mereka mengklaim bahwa penerimaan seperti itu merujuk ke berbagai sumber tafsir dan guru formal dan non-formal. Meski terdapat korelasi semantik antara praktik dan makna ayat, namun maksud dan tujuan dan pesan dari kisah Nabi Yusuf tidak terepresentasikan dalam praktik mereka.¹⁴

2. Penafsiran Surah Maryam

Artikel yang ditulis oleh Ahmad Sutrisno, dkk yang berjudul “Tafsir Nilai-Nilai Transendensi dalam Al-Qur'an: Kajian Tafsir Ibnu Katsir Terhadap Q.S. Maryam Ayat 1-37” artikel ini berisi nilai transendensi dalam Q.S. Maryam (19): 1-37 meliputi doa, raja', tasbih, rida, i'tisam, iman, taat, dan taqwa. Penafsiran Ibnu Katsir terhadap nilai transendensi dalam Q.S. Maryam (19): 1-37 memberikan penjelasan yang mendalam mengenai konsep-konsep tersebut. Dalam konteks doa, Ibnu Katsir menjelaskan kata doa dengan berbagai makna seperti ibadah, memanggil, berdzikir, meminta, perkataan, dan adzan, yang disesuaikan dengan konteks kalimat pada suatu ayat. Raja' diartikan sebagai sesuatu yang memotivasi hati menuju hal yang dicintai, yaitu Allah dan akhirat. Rida dijelaskan sebagai kecintaan kepada Allah, Rasul, dan jihad yang

¹⁴ Sari Silviana dan Akbar, *Resepsi Al-Qur'an di Media Sosial (Studi atas Pengamalan QS. Yūsuf/12: 4 di Tiktok)*, Jurnal Hasil-Hasil Penelitian Vol. 18, No. 1.

melebihi kecintaan terhadap diri sendiri, keluarga, harta, dan perniagaan.¹⁵

Dalam Skripsi Ahmad Fiqhan Jawwafi yang berjudul “Pesan-Pesan Moral dari Kisah Maryam dan Isa: Analisis Surah Maryam (19): 26-35,” Penelitian ini berangkat dari dekadensi moral masyarakat yang semakin parah dan berusaha menanggulangnya dengan menerapkan nilai-nilai yang terkandung dalam kisah Maryam dan Nabi Isa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kisah Maryam dan Nabi Isa mengandung pesan moral seperti kesabaran, ketundukan kepada Allah, keberkahan hidup, dan berbakti kepada orang tua. Nilai-nilai tersebut kemudian dikontekstualisasikan dalam menghadapi fenomena hoaks di era modern, baik terkait informasi tentang Maryam dan Isa maupun informasi umum yang belum jelas kebenarannya. Sikap Maryam diposisikan sebagai teladan untuk tidak terburu-buru menerima atau menyebarkan informasi sebelum terbukti kebenarannya.¹⁶

Serupa dengan artikel sebelumnya, artikel yang berjudul “Telaah Pelajaran dari Mukjizat Nabi Isa dalam Surat Maryam Ayat 26-36” yang ditulis oleh Taufik Hidayat dan Farhan Masyrury. Artikel ini berusaha menelaah pelajaran yang didapat melalui pembacaan penafsiran Surat Maryam ayat 26-36 dengan perspektif penafsiran kontemporer

¹⁵ Ahmad Dwi Sutrisno dkk, *Tafsir Nilai-Nilai Transendensi dalam Al-Qur'an: Kajian Tafsir Ibnu Katsir Terhadap Q.S. Maryam Ayat 1-37*, Jurnal Hamalatul Qur'an, Vol. 15(2), 217.

¹⁶ Ahmad Fiqhan Jawwafi, “Pesan-Pesan Moral dari Kisah Maryam dan Isa: Analisis Surah Maryam (19): 26-35,” Skripsi Fakultas Ushuluddin dan Filsafat UIN Sunan Ampel, 2021.

Quraish Shihab dalam Tafsir Al-Mishbah. Dari hasil pembacaan artikel ini menyimpulkan bahwa kisah Maryam dan Nabi Isa dalam Surah Maryam ayat 26–36 menurut tafsir M. Quraish Shihab mengandung banyak pelajaran moral dan spiritual, seperti ketegaran Maryam dalam menghadapi ujian, keyakinan terhadap pertolongan Allah, serta penegasan bahwa Nabi Isa adalah hamba Allah, bukan anak Tuhan. Penelitian ini juga menegaskan bahwa kekuasaan Allah melalui kalimat *kun fa-yakūn* menunjukkan bahwa segala sesuatu terjadi atas kehendak-Nya, namun tetap melalui proses kehidupan manusia.¹⁷

Artikel yang ditulis oleh Irfan Rizky Maulana yang berjudul “Wanita Mulia dalam Al-Qur’an: Tafsir Tematik Surat Maryam” artikel ini menyajikan analisis nilai-nilai dari kisah Maryam yang terkandung dalam surah, serta relevansinya dengan spiritualitas, pendidikan, dan pemberdayaan perempuan. Sehingga artikel ini menuliskan hasil dari analisis bahwa kisah Maryam dipahami sebagai teladan spiritual yang menunjukkan ketakwaan, kesabaran, dan kekuatan perempuan dalam menghadapi ujian kehidupan. Selain itu, kisah Maryam juga dipandang relevan dengan kehidupan modern karena mengandung nilai keimanan, keberanian menghadapi stigma sosial, serta bukti kasih sayang Allah kepada hamba-Nya.¹⁸

¹⁷ Taufik Hidayat dan Farhan Masyrury, *Telaah Pelajaran dari Mukjizat Nabi Isa dalam Surat Maryam Ayat 26-36*, *Jurnal Ilmu Ushuluddin*, Vol. 4, No. 1, Januari 2025.

¹⁸ Irfan Rizky Maulana, *Wanita Mulia dalam Al-Qur’an: Tafsir Tematik Surat Maryam*, *Jurnal Ilmu Al-Qur’an dan Tafsir* Vol. 5, No.02, Juni 2025.

Berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya, belum ditemukan kajian yang secara khusus meneliti resepsi terhadap Surah Maryam ayat 30–35 di platform TikTok dengan pendekatan resepsi yang dikaitkan dengan fenomena mediatisasi Al-Qur'an, transformasi pemaknaan di ruang digital, serta budaya partisipasi audiens. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk mengisi kekosongan kajian tersebut sekaligus memperkaya kajian resepsi Al-Qur'an di media online.

E. Kerangka Teori

Perkembangan media digital turut membawa perubahan terhadap cara agama diproduksi, disampaikan dan diterima oleh masyarakat. Dalam konteks ini, kehadiran media sosial yang menjadi tren masyarakat moderen tidak hanya berfungsi sebagai tempat komunikasi, mata pencaharian, dan kegiatan sosial, tetapi juga menjadi ruang baru bagi praktik keagamaan, termasuk dalam penyebaran Al-Qur'an.

Kehadiran Al-Qur'an di ruang media tentunya mengalami proses panjang yang mana di setiap fasenya memiliki konsekuensi tersendiri terkait bagaimana Al-Qur'an disajikan, dipahami dan disebarluaskan.¹⁹ Stig Hjarvard menyebutnya sebagai bagian dari mediatisasi agama, dimana media berpotensi membentuk ulang representasi agama bahkan menggeser

¹⁹ Charles Hirschkind, "Media and the Qur'an," dalam *Encyclopedia of the Qur'an*, ed. Jane Dammen McAuliffe (Leiden: Brill, 2006), hlm. 344-346.

sebagian otoritas lembaga keagamaan akibat kebergantungan pada karakteristik dan logika media.²⁰

Dengan adanya karakteristik dan logika media, penyajian Al-Qur'an di media sosial menjadi lebih terbuka, interaktif dan mudah tersebar luaskan. Akan tetapi, kehadirannya juga menjadi tantangan dan kekhawatiran akan pengaruhnya terhadap peran dan otoritas keagamaan. Melihat bentuk penyajian Al-Qur'an di media online yang beragam, Gary R. Bunt dalam "*The Qur'an and The Internet*" menyoroti kemungkinan tantangan yang muncul seperti potensi hiper-informasi akibat banyaknya situs yang menyajikan informasi terkait Al-Qur'an. Namun, disisi lain perkembangan internet dan media online membuka peluang konektivitas antara individu dengan teks Al-Qur'an.²¹

Kehadiran Al-Qur'an di media online terutama dalam platform media sosial menumbuhkan interaksi antara pengguna dengan teks Al-Qur'an, sehingga memunculkan berbagai bentuk penerimaan baru. Seperti munculnya fenomena pada penelitian ini yang menunjukkan bentuk penerimaan Surah Maryam ayat 30-35 dalam narasi *The Power of Surah Maryam* di platform TikTok.

Interaksi teks Al-Qur'an dengan pembaca yang merujuk pada fenomena sosial atau budaya menunjukkan Al-Qur'an yang hidup. Dimana Al-Qur'an

²⁰ Stig Hjarvard, "*The Mediatization of Religion: A Theory of the Media as Agents of Religious Change*," Northern Lights: Film & Media Studies Yearbook, Vol. 6, No. 1 (2008), hlm. 7.

²¹ Gary R. Bunt, *The Qur'an and The Internet*, hlm 390.

menghubungkan fenomena atau makna teks dengan fenomena pembaca dalam proses penerimaan. Hal ini sejalan dengan gagasan Living Qur'an Ahmad Rafiq, yang menekankan bahwa Al-Qur'an tidak hanya dipahami sebagai teks normatif, tetapi juga dihidupi melalui praktik sosial yang nyata.²²

Dalam tulisannya Jauss menegaskan bahwa dalam sejarah, karya sastra bukan sekedar kumpulan karya atau data melainkan adanya proses penerimaan dan pemaknaan yang dinamis dari waktu ke waktu.²³ Sehingga makna dan nilai dari teks atau sastra dapat berubah sepanjang sejarah, sehingga penerimaan tidak akan berhenti pada satu waktu melainkan berlanjut dari generasi ke generasi, dari yang awalnya diterima secara pasif berkembang menjadi pemahaman aktif dan menimbulkan adanya penerimaan baru sesuai dengan konteks zaman.²⁴

Adapun statementnya ini bertujuan untuk menjembatani kesenjangan yang mengabaikan unsur penting dalam karya sastra yaitu bagaimana karya

²² Ahmad Rafiq. "Living Qur'an: Its Texts and Practices in the Functions of the Scripture", Jurnal Studi Ilmu-Ilmu Al-Qur'an dan Hadis, Vol. 22, No.2, (2021), hlm. 474.

²³ Hans Robert Jauss. *Literary History as a Challenge to Literary Theory* (Translated by Elizabeth Benzjinger, Universitas Konstanz, Sejarah Sastra Baru), Vol. 2, No. 1, (1967), hlm. 11, dalam Simposium Sejarah Sastra (Muisim gugur, 1970), <https://www.jstor.org/stable/468585> diakses pada, 20 Februari 2026.

²⁴ Hans Robert Jauss. *Literary History as a Challenge to Literary Theory*, hlm. 23, <https://www.jstor.org/stable/468585> diakses pada, 20 Februari 2026.

itu diterima dan apa dampaknya secara sosial.²⁵ Selain itu, Jauss juga memperkenalkan konsep *horizon of expectation* (cakrawala harapan) berupa nilai, norma, dan pengetahuan yang menentukan bagaimana teks disampaikan, diterima dan dinilai. Maka perlunya merekonstruksi horizon harapan pembaca pada masa karya tersebut diterima. Sehingga dapat dipahami sebagaimana koteks pada masa itu.²⁶ Dimana horizon harapan dipengaruhi oleh budaya maupun pengalaman pembaca sebelumnya²⁷

Berkaitan dengan proses penerimaan, Ahmad Rafiq menjelaskan bahwa resepsi Al-Qur'an dapat mengalami proses transmisi dan transformasi. Transmisi menunjukkan adanya kesinambungan pemaknaan dari tradisi sebelumnya, sedangkan transformasi menunjukkan adanya perubahan bentuk penerimaan sesuai konteks sosial dan budaya masyarakat.²⁸ Dalam penelitian ini, konsep tersebut digunakan untuk melihat bagaimana penerimaan Surah Maryam ayat 30–35 yang sebelumnya dipahami dalam dimensi teologis kemudian mengalami transformasi di platform TikTok.

Selain itu, resepsi Al-Qur'an di media sosial juga tidak terlepas dari budaya partisipasi audiens digital. Henry Jenkins dalam *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide* menjelaskan bahwa audiens

²⁵Jauss. *Literary History as a Challenge to Literary Theory*, hlm. 7.

²⁶ Jauss. *Literary History as a Challenge to Literary Theory*, hlm. 19.

²⁷Jauss. *Literary History as a Challenge to Literary Theory*, hlm. 13.

²⁸ Ahmad Rafiq. *Living Qur'an: Its Texts and Practices in the Functions of the Scripture*, Vol. 22, No. 2, (2021), hlm. 478-479.

media digital tidak lagi bersifat pasif, melainkan turut aktif memproduksi, mereproduksi, dan menyebarluaskan makna melalui interaksi digital.²⁹Dalam konteks TikTok, budaya partisipasi tersebut terlihat melalui komentar, afirmasi, refleksi pengalaman pribadi, hingga reproduksi ulang narasi keagamaan yang berkaitan dengan Surah Maryam ayat 30–35.

Berdasarkan kerangka tersebut, konsep-konsep teoretis yang digunakan dalam penelitian ini tidak diposisikan sebagai teori yang berdiri sendiri, melainkan sebagai perangkat analisis yang saling terhubung untuk memahami resepsi Surah Maryam ayat 30–35 di platform TikTok. Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya menganalisis bentuk resepsi Surah Maryam ayat 30–35 di platform TikTok, tetapi juga mempertimbangkan bagaimana perkembangan media digital, karakteristik platform, serta konteks pengguna turut mempengaruhi terbentuknya resepsi tersebut. Pendekatan ini penting mengingat penelitian juga berfokus pada dinamika diskursus yang melatarbelakangi terbentuknya resepsi Surah Maryam ayat 30–35 di platform TikTok.

F. Metode Penelitian

Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan observasi digital berupa data yang diperoleh dari platform

²⁹ Henry Jenkins, *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, (New York: New York University Press, 2006), 18.

TikTok dan studi kepustakaan (*library research*). Penelitian kualitatif bersifat deskriptif, data yang terkumpul berbentuk kata-kata atau gambar sehingga tidak menekankan pada angka, namun lebih menekankan pada proses daripada produk atau *outcome*.³⁰

2. Sumber Data

Pada penelitian ini, penulis membagi sumber data dalam dua macam. Pertama, sumber data primer memuat data-data yang diamati secara daring sebagai bentuk observasi digital, berupa konten-konten yang memuat surah Maryam ayat 30-35 yang terdapat pada akun @cremeladreme, @bundajombang-, @windagusti, @quote_acak, dan @irfanrizki serta respon audiens terhadap kelima konten yang terdapat pada kolom komentar. Adapun alasan peneliti membatasi data pada kelima akun tersebut karena beberapa pertimbangan yaitu; *pertama*, merupakan video rekomendasi dari pencarian tagar #surahmaryam yang secara khusus mengandung konteks *The Power of* Surah Maryam. *Kedua*, video terkait surah Maryam yang diunggah oleh akun-akun tersebut memiliki jangkauan yang luas dengan capaian lebih dari 10.000 tanda suka, lebih dari 100 komentar dan jumlah tayangan yang mencapai ratusan ribu hingga jutaan tayangan. *Ketiga*, kelima akun tersebut memiliki *nich* dakwah populer di platform TikTok yang sejalan dengan topik penelitian.

³⁰ Abdul Fattah Nasution, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Harfa Creative, 2023), hlm. 22.

Kedua, data sekunder. Data sekunder dalam penelitian ini berupa literatur yang digunakan untuk memahami pemaknaan Surah Maryam ayat 30–35 dalam tradisi keilmuan Islam sekaligus sebagai landasan konseptual sebelum memasuki analisis resepsi di platform TikTok. Untuk memperoleh gambaran mengenai pemaknaan ayat dalam tradisi tafsir, peneliti menggunakan beberapa kitab tafsir yang mewakili tiga periode, yaitu klasik, pertengahan dan kontemporer. Adapun kitab-kitab tafsir yang dipilih yaitu kitab tafsir *Jami' al-Bayan 'an Ta'wil Ayi al-Qur'an* karya Imam Thabari, *Al-Anwar at-Tanzil wa Asrar at-Ta'wil* karya Imam Baidlowi dan Tafsir Al-Mishbah karya M. Quraish Shihab. Selain itu, peneliti juga menggunakan literatur *fadā'il al-Qur'an* dan *maqāsid al-suwar* untuk memperoleh informasi mengenai dimensi spiritual Surah Maryam yang berkembang dalam tradisi Islam. Serta mengumpulkan literatur penunjang lainnya untuk memberikan pemahaman dalam menganalisis dinamika diskursus yang melatarbelakangi terbentuknya resepsi Surah Maryam ayat 30–35 di platform TikTok.

3. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik observasi dokumentasi digital, dengan mengumpulkan tangkapan layar atau *screenshot* dari postingan yang diunggah oleh kelima akun yang diteliti dan kutipan respon audiens di kolom komentar. Serta melakukan studi kepustakaan untuk mengumpulkan literatur pendukung analisis.

4. Teknik Pengolahan Data

Setelah data terkumpul, peneliti akan melakukan pengolahan data menggunakan metode deskriptif-analitis. Setelah itu, data dianalisis dengan menjelaskan bentuk resepsi yang muncul serta menghubungkannya dengan literatur tafsir, *fadā'il*, *maqāṣid al-suwar*, dan teori resepsi Al-Qur'an. Analisis ini dilakukan untuk melihat dinamika diskursus terbentuknya resepsi di platform TikTok dengan mempertimbangkan faktor mediatisasi Al-Qur'an, karakteristik media sosial, dan budaya partisipasi audiens digital.

G. Sistematika Pembahasan

Agar pembahasan dalam penelitian ini memiliki susunan yang sistematis dan memudahkan pembaca, maka sistematika pembahasan penelitian ini disusun sebagai berikut:

BAB I berisi latar belakang penelitian yang berusaha menguraikan permasalahan yang menjadi inspirasi dari penelitian, serta alasan permasalahan ini perlu diteliti. Kemudian untuk menentukan batasan dan fokus penelitian ditentukan rumusan masalah disertai tujuan dan kegunaan penelitian. Untuk membuktikan adanya keterbaruan dan memperjelas posisi penelitian, dalam bab ini ditunjukkan tinjauan pustaka yang berisi penelitian-penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan topik penelitian. Dalam bab ini diuraikan kerangka teori yang menjadi landasan konseptual peneliti untuk menganalisis dan menafsirkan data. Kemudian juga disajikan metode penelitian yang relevan untuk menyelesaikan masalah

yang ada. Terakhir sistematika pembahasan yang memberikan gambaran umum terkait struktur penelitian.

BAB II menyajikan penjelasan mengenai mediatisasi Al-Qur'an di ruang online. Pembahasan diawali dengan menguraikan sejarah dan perkembangan mediatisasi al-Qur'an ke dalam media online. Kemudian dilanjutkan penjelasan platform TikTok sebagai ruang terbentuknya resepsi. Serta deskripsi konten Islami di platform TikTok sebagai angka awal sebelum menuju pada analisis resepsi.

BAB III menyajikan Surah Maryam ayat 30-35 di platform TikTok yang dibungkus dalam narasi tren "The Power of Surah Maryam" diawali dengan menyajikan deskripsi kelima konten yang diteliti beserta profil akun yang mengunggah konten tersebut. Kemudian terakhir disajikan tingkat keterlibatan audies (*engagement konten*) sehingga dapat dijadikan sebagai gambaran awal dalam membaca pola resepsi melalui interaksi audiens terhadap konten *The Power of Surah Maryam*.

BAB IV mengenai hasil penelitian yaitu analisis resepsi terhadap tren surah Maryam ayat 30-35 di platform TikTok yang diawali dengan menyajikan informasi terkait Surah Maryam ayat 30-35 dalam literatur tafsir, serta informasi dalam literatur faḍā'il dan maqāṣid sebelum masuk pada analisis resepsi di platform TikTok. Kemudian menyajikan analisis resepsi kreator dan narasi konten yang diunggah dan resepsi audiens dari narasi yang tercantum di kolom komentar. Terakhir disajikan dinamika

diskursus terbentuknya resepsi dalam konten “*The Power of Surah Maryam*” beserta dampak yang ditimbulkan.

BAB V berisi kesimpulan dari hasil pembahasan dan saran-saran yang diharapkan dapat membuka peluang bagi penelitian selanjutnya.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan pada bab-bab sebelumnya, penulis menyimpulkan dua poin penting yang menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini. Diantaranya sebagai berikut:

Pertama, analisis resepsi Surah Maryam ayat 30-35 di Platform TiKTok menunjukkan adanya kecenderungan penerimaan Al-Qur'an secara fungsional. Berdasarkan analisis terhadap konten "*The Power of Surah Maryam*" kelima kreator yang diteliti cenderung merepresentasikan Surah Maryam ayat 30-35 maupun keseluruhan sebagai motivasi spiritual dan amalan untuk melawan kemustahilan, terutama yang berkaitan dengan harapan terkabulnya hajat terutama bagi ibu hamil. Sementara itu, respon audiens di kolom komentar yang cenderung afirmasi dengan menaruh harapan, doa serta refleksi pengalaman pribadi setelah mengamalkan ayat tersebut. Disini audiens menunjukkan ketertarikan yang lebih terhadap aspek pengamalan ayat dibandingkan pemahaman makna secara tekstual. Sehingga memperlihatkan bentuk resepsi fungsional yang dikaitkan dengan kebutuhan emosional dan spiritual pengguna.

Kedua, terbentuknya resepsi di tengah masyarakat digital terutama di media sosial tidaklah muncul secara tiba-tiba, melainkan terdapat kesinambungan dengan tradisi pemaknaan sebelumnya. Berdasarkan

pembacaan literatur tafsir terkait pemaknaan Surah Maryam ayat 30-35 menunjukkan kontinuitas penafsiran yang menegaskan kekuasaan Allah dan kemukjizatan Nabi isa a.s, sekaligus menolak doktrin agama Kristen bahwa Isa adalah Tuhan. Serta menunjukkann ruang interpretasi yang lebih luas dari pemaknaan kontekstual yang disampaikan Quraish Shihab sehingga turut membuka ruang bagi terbentuknya resepsi karena relevan dengan kehidupan kontemporer. Sementara itu, informasi dalam literatur *fadā'il* dan *maqāsid al-suwar* memperlihatkan adanya dimensi spiritual Surah Maryam yang menjadi salah satu unsur yang perlu dipertimbangkan dalam memahami dinamika diskursus resepsi Surah Maryam di ruang online.

Dengan adanya resepsi Surah Maryam ayat 30-35 di platform TikTok menunjukkan penerimaan fungsi performatif Al-Qur'an, dimana ayat tidak hanya dipahami dalam dimensi makna tekstual, tetapi juga diterima sebagai motivasi, praktik, maupun amalan untuk melawan kemustahilan. Sehingga menunjukkan adanya transformasi bentuk penerimaan yang lebih menekankan pada fungsi ayat. Sebagai bagian dari hadirnya Al-Qur'an di media online, yang secara signifikan membawa perubahan bagaimana cara masyarakat menerima, mengonsumsi dan menyebarkan pesan keagamaan terutama al-Qur'an.

Terbentuknya resepsi Surah Maryam ayat 30-35 di Platform TikTok dipengaruhi oleh beberapa faktor. Pertama, karakteristik media TikTok yang cenderung menggunakan fitur video singkat, visual menarik serta alur algoritma yang menyebabkan penyebaran konten lebih luas dan praktis. Kedua, budaya partisipasi udiens yang aktif dalam merespon, serta

memproduksi narasi keagamaan melalui kolom komentar. Ketiga, adanya kebutuhan emosional dan spiritual audiens yang mendorong penerimaan ayat sebagai motivasi spiritual dan amalan praktis untuk mewujudkan hajat.

Dengan demikian, adanya resepsi Surah Maryam ayat 30-35 di platform menghasilkan dua implikasi, yang mana di satu sisi dapat memperluas penyebaran dakwah Al-Qur'an sekaligus mendekatkan interaksi masyarakat dengan Al-Qur'an melalui tren dakwah populer di platform TikTok. Namun, di sisi lain juga menghadirkan tantangan baru terkait kredibilitas sumber dan kedalaman pemahaman ayat. Hal ini berkaitan dengan budaya audiens digital yang cenderung praktis, sehingga dengan mudah memverifikasi narasi yang disebarkan oleh kreator tanpa adanya rujukan yang jelas. Selain itu, penyampaian makna ayat oleh kalangan umum melalui video singkat menunjukkan adanya pergeseran otoritas keagamaan dari yang sebelumnya lebih eksklusif menuju media sosial yang lebih terbuka dan partisipatif. Oleh karena itu, resepsi Surah Maryam ayat 30-35 diplatform TikTok menunjukkan bahwa resepsi Al-Qur'an di ruang online menjadikan teks Al-Qur'an lebih dekat dengan masyarakat luas, tetapi sekaligus menghadirkan tantangan baru dalam menjaga kedalaman pemahaman dan otoritas keagamaan.

B. Saran

Setelah menyusun skripsi ini, penulis menyadari masih terdapat keterbatasan dan kekurangan dalam penelitian ini. Namun, dengan adanya

kekurangan tersebut penulis berharap dapat menjadi peluang bagi peneliti selanjutnya. Berdasarkan hasil pembahasan dan penelitian, penulis menyampaikan saran yang berpotensi bagi penelitian lanjutan yaitu:

Pertama, penelitian ini menitikberatkan pada kajian resepsi Al-Qur'an di ruang online, dengan menganalisis resepsi Surah Maryam ayat 30-35 dalam narasi *The Power of Surah Maryam* di Platform TikTok. Oleh karena itu, diharapkan peneliti selanjutnya untuk melakukan kajian resepsi yang lebih mendalam serta memperluas objek kajian resepsi di ruang online dengan mengkaji surah, maupun media sosial lain yang juga turut merepresentasikan kajian Al-Qur'an di ruang online, untuk melihat perspektif yang lebih luas dan komprehensif.

Kedua, karena penelitian ini berkaitan erat dengan karakteristik media sosial, diharapkan bagi peneliti selanjutnya untuk memperdalam kajian algoritma media sosial dan budaya digital sebagai faktor penyebaran dan terbentuknya resepsi. Kemudian juga diharapkan penelitian selanjutnya untuk terus mengikuti perkembangan tren dakwah populer di media sosial, mengingat media sosial yang terus mengalami perkembangan secara seiring perkembangan teknologi dan media digital.

Ketiga, pesan penulis bagi kreator dakwah di media sosial, di sini penulis berharap penelitian ini bisa menjadi refleksi dan evaluasi dalam menyampaikan narasi pesan keagamaan di sosial media dengan tetap memperhatikan validitas sumber, konteks pemaknaan dan pemahaman terhadap apa yang disampaikan. Sehingga konten dakwah populer yang

beredar di media sosial tidak hanya menarik dan praktis, namun juga tetap memiliki landasan keilmuan yang memadai.



DAFTAR PUSTAKA

Buku dan Artikel Jurnal

- A'yun, Qurota. (2020). *Resepsi Al-Qur'an di Media Sosial: studi kasus film animasi Nussa dan Rara episode Hiii Sereem*, dalam *Journal of Islamic Discourse* Vol. 3, No. 2.
- Abay, Asykarik Gustama. (2025). "Al-Qur'an di Media Sosial: Menyoal Otentitas dan Negosiasi Otoritas Penafsir" *Al-Afkar: Jurnal for Islamic Studies*, Vol. 8, No. 3.
- Abdussalam bin Shaleh. (2008). *Faḍā'il Abdussalam bin Shaleh*. (Riyadh: Dār al-Murīa).
- Aini, Aisyah Nur, dkk. (2024). "Analisis Perilaku Konsumsi Masyarakat di Era Digital pada Generasi Muda," *Merdeka Indonesia Journal International*, Vo. 4, No. 2.
- al-Bahrawi, Abu Muhammad A. (2020). *Ad-darar fi Maqashid As-Suwar*, vol. 2 ((Maktabah Muhammadiyah, Basyawar Pakistan).
- al-Mudarrisi, Muhammad Taqi, (2013). *Maqashid al-Suwar fi al-Qur'an al-Karim*, (Dar al-Asr, Beirut).
- al-Rabeeah, Muhammad bin Abdullah (2011). *Ilmu Maqashid al-Suwar*, (Universitas Qassim, Jeddah).
- Al-Tsa'labī, Abū Ishāq Aḥmad bin Muḥammad. *al-Kashf wa al-Bayān 'an Tafsi'r al-Qur'ān*, Juz 6.
- Aminullah, Abu Muhammad al-Bashrawi, (2020), *Ad-darar fi Maqashid As-Suwar*, vol. 2 (Maktabah Muhammadiyah, Basyawar Pakistan).
- Baidhowi. (2008). *Al-Anwar at-Tanzil wa Asrar at-Ta'wil*. Juz 5. (Beirut: Dar Ihya al Turats al-'Araby).
- Bunt, Gary R. (2020). *The Qur'an and The Internet*. Dalam *The Routledge Companion to Qur'an*. (London: Routledge Taylor and Francis Group).

- Campbell, Heidi A. (2010). *When Religion Meets New Media*, (London: Routledge).
- Chandra, Edy. (2023). "Kekuatan Algoritma dalam Komunikasi Pemasaran Digital Aplikasi TikTok," *Jurnal Maha Widya Duta*, Vol. 7, No. 2.
- Fahrurroji, Moch. (2021). *Mediatisasi Agama: Konsep Kasus dan Implikasi*, (Lekkas: Bandung).
- Hadi, Essam Moessa, (2003) *Shahih Fadhail Suwar Al-Qur'an*, (Dar al-Usmaniyyah, Beirut).
- Hidayat, Taufik dan Farhan Masyrury. (2025). "Telaah Pelajaran dari Mukjizat Nabi Isa dalam Surat Maryam Ayat 26-36," *Jurnal Ilmu Ushuluddin*, Vol. 4, No. 1.
- Hirschkind, Charles. (2006). "Media and the Qur'an," dalam *Encyclopedia of the Qur'an*, ed. Jane Dammen McAuliffe (Leiden: Brill).
- Hjarvard, Stig. (2008). *The Mediatization of Religion: A Theory of the Media as Agents of Religious Change. Northern Lights: Film & Media Studies Yearbook*, Vol. 6, No. 1.
- Hunawa, Rahmawati. (2020). *Resepsi Masyarakat terhadap Pesan Dakwah dalam Film Pendek "Tilik"* (Skripsi S1, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga).
- Ikram, Abdul Ma'in Muhammad, (2010). *Fadhail Suwar Al-Qur'an*, Muham, (Dar al-'ilm, Jeddah).
- Jauss, Hans Robert. (1967). *Literary History as a Challenge to Literary Theory* (Translated by Elizabeth Benzjinger, Universitas Konstanz, Sejarah Sastra Baru), Vol. 2, No. 1, dalam Simposium Sejarah Sastra (Muisim gugur, 1970).
- Jawwafi, Ahmad Fiqhan. (2021). *Pesan-Pesan Moral dari Kisah Maryam dan Isa: Analisis Surah Maryam (19): 26-35*, Skripsi Fakultas Ushuluddin dan Filsafat UIN Sunan Ampel.

- Jenkins, Henry. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, (New York: New York University Press).
- Jones, James W. (2019). *Living Religion: Embodiment, Theology, and the Possibility of a Spiritual Sense* (Oxford: Oxford University Press).
- Khazanah, Uswatun. (2025). *Resepsi Al-Qur'an di Media Sosial (Studi atas Pengamalan QS. Yūsuf/12: 4 di Tiktok*, Skripsi Fakultas Udhuluddin dan Humaniora UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri.
- Lukman, Fadhli. (2016). "Tafsir Sosial Media di Indonesia," *Jurnal Nun*, Vol. 2, No. 2.
- Maulana, Irfan Rizky. (2025). "Wanita Mulia dalam Al-Qur'an: Tafsir Tematik Surat Maryam", *Jurnal Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir* Vol. 5, No. 2.
- Muhammad bin Rizq bin Tarhuni, (1993). *Musu'ah Fadhail Suwar wa Ayat Al-Qur'an*, (Dar al-'ilm, Jeddah).
- Muhammad, Hammam bin Ali Al-Suwai'i Al-Baydani, (2010). *Al-Tibyan fi Ma Sahha*, (Dar al-Salam, Kairo).
- Mustautina, Inayatul. (2021). *Resepsi Al-Qur'an pada Konten Qur'ani di Platform TikTok*, Thesis Program Magister Fakultas Ushuluddin UIN Sunan Kalijaga.
- Muzakky, Althauf Husein, dkk. (2022). "Resepsi Tafsir Q.S Al-Mujādilah di TikTok sebagai Upaya Edukasi dan Pembelaan Hak-hak Perempuan." *Jurnal SMaRT*, Vol. 8, No. 1.
- Nasution, Abdul Fattah. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Harfa Creative).
- Nisa, Prhia Khoirotnun, dkk. (2024). "Peran Aplikasi Tiktok Dalam Transformasi Perilaku Mahasiswa," *Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, Vol. 02, No. 05.
- Rafiq, Ahmad. (2014). *The Reception of The Qur'an in Indonesia: A Case Study of The Place of the Qur'an in A Non-Arabic Speaking Community*. (Disertasi doktoral, Temple University).

- Rafiq, Ahmad. (2021). *Living Qur'an: Its Texts and Practices in the Functions of the Scripture*, dalam *Jurnal Studi Ilmu-Ilmu Al-Qur'an dan Hadis*, Vol. 22 (2), 480-481.
- Ratna, N. K. (2009). *Teori, Metode, dan Teknik Penelitian Sastra, Pustaka Pelajar*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar Press).
- Sari S, dan Akbar. (2023). Resepsi Al-Qur'an di Media Sosial (Studi atas Pengamalan QS. Yūsus/12: 4 di Tiktok), *Jurnal Hasil-Hasil Penelitian* Vol. 18, No. 1.
- Shihab, M. Quraish. (2005). *Tafsir Al-Mishbah: Pesan, Kesan, dan Keserasian Al-Qur'an*, Jilid 8, (Lentera Hati, Jakarta).
- Sutrisno, Ahmad Dwi, dkk. (2023) "*Tafsir Nilai-Nilai Transendensi dalam Al-Qur'an: Kajian Tafsir Ibnu Katsir Terhadap Q.S. Maryam Ayat 1-37*" dalam *Jurnal Hamalatul Qur'an*, Vol. 15, No. 2.
- Thabari, Ibn Jarir. (2001). *Jami' al-Bayan 'an Ta'wil Ayi al-Qur'an*, Jilid 17. Al (Qahirah: Dar Hajar).
- Yulian Dwi P, Devi Junita. (2024). "Realitas Keterlibatan Gen Z dalam Media Sosial TikTok Perspektif Sosiokultural," *Intercode: Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 04, No. 01.

Sumber Internet

- We Are Social Melwater, <https://dataloka.id/humaniora/6567/indonesia-jadi-negara-pengguna-tiktok-terbanyak-april-2026/>
- Hashtag generator, <https://countik.com/tiktok-hashtag-generator>
- Tempo. co, <https://www.tempo.co/ekonomi/profil-tiktok-sejarah-data-pengguna-dan-sumber-pendapatan-204245>,
- Kumparan. Com, <https://kumparan.com/berita-update/kapan-tiktok-rilis-ini-informasinya-1yJ22fbYDG1>
- Rusmadji, <https://id.scribd.com/document/611430565/sejarah-dan-fitur-tiktok>
- Winarso, Bambang. <https://dailysocial.id/post/apa-itu-tik-tok>

Sumber Gambar

Gambar 2.1: Dakwah fikih Gen Z oleh akun Kadam Sidik. Sumber: <https://vt.tiktok.com/ZSxxmq6VE/>

Gambar 2.2: Postingan quotes ayat al-Qur'an oleh akun hijrah. Sumber: TikTok 2025

Gambar 2.3: Murottal Surah Fatir ayat 30 Syekh Muhammad Ghazali oleh akun Channel Tilawah. Sumber: <https://vt.tiktok.com/ZSxxu7PqA/>

Gambar 2.4: Murottal Surah Fatir ayat 32-33 oleh akun Nadia Badra. Sumber: <https://vt.tiktok.com/ZSxxubpFX/>

Gambar 2.5: Testimoni Surah al-Waqi'ah dan Ayat 1000 Dinar sebagai amalan penambah rezeki oleh akun Rizkarmelia. Sumber: <https://vt.tiktok.com/ZSxxuCfnQ/>

Gambar 3.1: “Keajaiban Surah Maryam” oleh akun @cremeladreme_, <https://vt.tiktok.com/ZSaQ99w1T/>

Gambar 3.2: “Apa Nutrisi dan Prioritas Surah Maryam?” oleh akun @quote_acak, <https://vt.tiktok.com/ZSaQ9cNR3/>

Gambar 3.3: “Untuk Kamu Yang Sedang Melawan Kemustahilan” oleh akun @bundajombang_, <https://vt.tiktok.com/ZSaQ9f29w/>

Gambar 3.4 “Raih Kemustahilan Dengan Wasilah Surat Maryam” oleh akun @windagusti_, <https://vt.tiktok.com/ZSaQ9x5xc/>

Gambar 3.5: “Surat Maryam Energi Bagi yang Sedang Melawan Kemustahilan” oleh akun @irfanrizki, <https://vzt.tiktok.com/ZSaQHuxsM/>