

ABSTRAK

Regita Cahyani, 210103020094, *Resepsi Ayat Al-Qur'an dalam Penulisan Quotes Harian di Media Sosial Arafa Hijab*, Pembimbing: (1) Dr. Saifuddin, M.Ag. (2) Bashori, M.Ag. Program Studi Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir Fakultas Ushuluddin dan Humaniora UIN Antasari Banjarmasin, 2025.

Kata Kunci: *Resepsi, Ayat Al-Qur'an, Quotes Harian, Media Sosial, Dakwah, Arafa Hijab*

Penelitian ini yang dilatarbelakangi oleh fenomena dakwah digital yang mengalami perkembangan seiring meningkatnya teknologi penggunaan media sosial, termasuk dalam penulisan ayat Al-Qur'an sebagai *quotes* harian oleh komunitas bisnis muslimat, yakni Arafa Hijab. Melalui *quotes* harian tersebut Arafa Hijab memiliki keunikan dengan melakukan strategi promosi produk dan menyampaikan nilai-nilai Islam yang disebarkan setiap pagi hari secara konsisten dari hari Senin hingga Jumat melalui platform media sosial seperti aplikasi *WhatsApp*, *Instagram*, dan *Telegram*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana resepsi ayat Al-Qur'an dalam penulisan *quotes* harian Arafa Hijab, mulai dari bagaimana penulis *quotes* memahami dan menafsirkan ayat Al-Qur'an dalam proses penulisan *quotes*, bagaimana respons estetis pembaca terhadap penyajian *quotes*, serta bagaimana fungsi dari *quotes* harian tersebut.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*). Data-data yang dikumpulkan melalui hasil studi dokumentasi 145 konten *quotes* yang dipublikasikan oleh Arafa Hijab dari bulan Oktober 2024 hingga bulan Maret 2025 dan hasil wawancara kepada delapan informan, yang terdiri dari tiga penulis *quotes* dan lima pembaca *quotes*. Teori yang digunakan dalam penelitian ini, yakni teori resepsi dari Ahmad Rafiq yang membagi menjadi tiga kategori: resepsi eksegesis, resepsi estetis, dan resepsi fungsional.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penulis *quotes* harian Arafa Hijab melakukan resepsi eksegesis secara kontekstual, yakni dengan menyesuaikan tema yang telah ditentukan serta menggunakan terjemahan-terjemahan ayat Al-Qur'an yang didapat dari situs resmi, dan tidak merujuk pada tafsir-tafsir tertentu. Resepsi estetis terlihat dari respons-respons positif pembaca yang menyukai perpaduan antara desain visual dengan penyampaian gaya bahasa yang sederhana dan mudah untuk dipahami. Adapun resepsi fungsional terlihat dari manfaat spiritual pembaca, seperti meningkatkan rasa syukur, bersemangat dalam menjalani hidup, hingga dorongan untuk menjadi lebih baik atau berhijrah. *Quotes* tersebut juga berfungsi sebagai *reminder* atau pengingat (media dakwah) dan juga sebagai bentuk *branding* produk muslimat dari Arafa Hijab.

ABSTRACT

Regita Cahyani, 210103020094, *Reception of Al-Quran Verses in Writing Daily Quotes on Arafa Hijab Social Media*, Supervisor: (1) Dr. Saifuddin, M.Ag. (2) Bashori, M.Ag. Al-Quran and Tafsir Science Study Program, Faculty of Ushuluddin and Humanities, UIN Antasari Banjarmasin, 2025.

Keywords: *Reception, Al-Quran Verses, Daily Quotes, Social Media, Da'wah, Arafa Hijab*

This research is motivated by the phenomenon of digital da'wah that has developed along with the increasing technology of social media usage, including in the writing of verses of the Qur'an as daily quotes by the Muslim business community, namely Arafa Hijab. Through these daily quotes, Arafa Hijab is unique in carrying out product promotion strategies and conveying Islamic values that are consistently distributed every morning from Monday to Friday through social media platforms such as WhatsApp, Instagram, and Telegram. This study aims to analyze how the reception of the verses of the Qur'an in the writing of daily quotes by Arafa Hijab, starting from how the writers of quotes understand and interpret the verses of the Qur'an in the process of writing quotes, how the aesthetic response of readers to the presentation of quotes, and how the function of the daily quotes.

This study uses a qualitative approach with a type of field research. The data collected through the results of a documentation study of 145 quote content published by Arafa Hijab from October 2024 to March 2025 and the results of interviews with eight informants, consisting of three quote writers and five quote readers. The theory used in this study is the reception theory from Ahmad Rafiq which divides it into three categories: exegetical reception, aesthetic reception, and functional reception.

The results of the study show that the authors of Arafa Hijab daily quotes conduct exegetical reception contextually, namely by adjusting the predetermined theme and using translations of the verses of the Qur'an obtained from the official website, and not referring to certain interpretations. Aesthetic reception can be seen from the positive responses of readers who like the combination of visual design with a simple and easy-to-understand language style. Meanwhile, functional reception can be seen from the spiritual benefits of readers, such as increasing gratitude, enthusiasm in living life, to encouragement to be better or migrate. The quotes also function as reminders (media of preaching) and also as a form of branding for Muslim products from Arafa Hijab.