

ABSTRAK

Lima puluh empat persen penduduk Indonesia yang beragama Islam mengalami buta huruf Alquran. Hal ini mengakibatkan kurangnya pemahaman Muslim mengenai pedoman hidupnya. Instagram sebagai media sosial yang sering digunakan menjadi salah satu media yang banyak membahas tentang Alquran. Akun @quranreview adalah akun yang menyampaikan pesan dengan tema-tema dalam Alquran secara berbeda, karena mengaitkan Alquran terhadap film, lagu, dan konten yang *trending* menggunakan bahasa yang dekat dengan generasi *milenial*. Maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui logika dalam memproduksi pesan pada akun Instagram @quranreview. Metode yang digunakan yaitu fenomenologi, jenis kualitatif dengan studi deskriptif, yang dianalisis menggunakan teori logika pesan dari Barbara O'Keefe dan teori perencanaan dari Charles Berger. Teknik pengambilan data melalui wawancara dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Angga Ashari sebagai *content creator* memproduksi pesan dengan tema-tema dalam Alquran dominan menggunakan logika retorika karena Angga mengarahkan generasi *milenial* untuk tertarik mempelajari Alquran. Logikanya bahwa Alquran itu mudah dan menyenangkan untuk dipelajari. Dalam proses menemukan logika itu juga terdapat faktor pendukung dan faktor penghambat.

Kata Kunci: Alquran, @quranreview, produksi logika pesan, generasi *milenial*.

ABSTRACT

Fifty four percent muslims citizen of Indonesian were illiterate in Alquran. Muslim became lack of comprehended their way of life. Instagram as a social media that was often to used became one of the media that talked a lot about Quran. The @quranreview was an account that conveys the message about themes in Quran differently, because it links Quran to movies, songs and trending content with language that was close to the millenials generation. So this study aims to determine the use of message logic in the production process of Alquran message on the @quranreview Instagram account. The method is phenomenology, a type of qualitative with descriptive studies. This research uses Barbara O'Keefe's message logic theory and Charles Berger's planning theory. The technique of collecting data through interviews and observations. The results show that Angga Ashari as a content creator produces messages about themes in Quran predominantly using rhetorical logic because Angga directs milenial generation to be interesting in study Quran. The logic said that Quran is easy and fun to learning. In the process to find that logic also have a supporting and inhibiting factors.

Keywords: *Quran, @quranreview, message logic production, millenials.*