

Framing pesan dakwah motivasi dan spiritualitas dalam konten Instagram

*Binar Putra Ramadhan, Adhi Kusuma

Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam
UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten

Co-Author: *Binar Putra Ramadhan

E-mail: 231330108.binar@uinbanten.ac.id¹, adhi.kusuma@uinbanten.ac.id²

ABSTRAK

Perkembangan media sosial telah mengubah pola penyampaian dakwah Islam dari metode konvensional ke ranah digital. Instagram menjadi salah satu platform yang efektif dalam menyebarkan pesan dakwah, khususnya bagi generasi muda. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis framing pesan dakwah motivasi dan spiritualitas dalam konten Instagram @kata_uha yang dikelola oleh Ustaz Hanan Attaki pada periode 2024 hingga Februari 2025. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan analisis konten. Data diperoleh melalui observasi daring terhadap sepuluh konten video reels dengan jumlah penonton terbanyak, kemudian dianalisis menggunakan teknik pengkodean untuk mengidentifikasi tema dan makna pesan dakwah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten @kata_uha didominasi oleh pesan motivasi dan spiritualitas yang dibingkai secara humanis, emosional, dan kontekstual dengan problematika kehidupan remaja, seperti kelelahan hidup, luka batin, trauma, dan percintaan. Framing tersebut menjadikan pesan dakwah lebih mudah diterima serta berfungsi sebagai penguatan mental dan spiritual audiens. Dengan demikian, dakwah digital melalui Instagram @kata_uha terbukti efektif dalam membangun kedekatan emosional dan kesadaran spiritual generasi muda.

Kata Kunci: dakwah digital, framing pesan, motivasi dan spiritualitas

ABSTRACT

The development of social media has transformed the delivery of Islamic preaching from conventional methods to digital platforms. Instagram has become an effective medium for conveying da'wah messages, particularly to younger audiences. This study aims to analyze the framing of motivational and spiritual da'wah messages in the Instagram content of @kata_uha, managed by Ustaz Hanan Attaki, during the period of 2024 to February 2025. This research employs a qualitative method using a content analysis approach. Data were collected through online observation of ten Instagram reels with the highest number of views and analyzed using coding techniques to identify themes and meanings within the da'wah messages. The findings indicate that the content of @kata_uha is predominantly framed around motivation and spirituality, presented in a humanistic, emotional, and contextual manner that relates closely to the daily life

issues of adolescents, such as life fatigue, emotional wounds, trauma, and romantic relationships. This framing makes the da'wah messages more relatable and functions as a source of mental and spiritual reinforcement for the audience. Thus, digital da'wah through Instagram @kata_uha proves to be effective in fostering emotional closeness and strengthening spiritual awareness among young people.

Keywords: Digital dakwah, message framing, motivation and spirituality



This work is licensed under the Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License. ©2025 by author.

PENDAHULUAN

Perkembangan zaman yang semakin pesat telah mendorong kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang berdampak signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam pola penyampaian pesan keagamaan. Transformasi digital telah mengubah cara manusia memperoleh, memproduksi, dan mendistribusikan informasi, sehingga aktivitas dakwah tidak lagi terbatas pada ruang-ruang fisik seperti masjid, majelis taklim, atau forum keagamaan formal. Dakwah yang sebelumnya identik dengan pertemuan tatap muka kini mengalami pergeseran menuju ruang digital, seiring dengan meningkatnya ketergantungan masyarakat terhadap media berbasis internet dalam kehidupan sehari-hari.

Media sosial hadir sebagai ruang baru yang memungkinkan penyampaian dakwah secara lebih fleksibel, cepat, dan masif. Kemudahan akses melalui perangkat digital membuat masyarakat, khususnya generasi muda, lebih memilih mengonsumsi pesan keagamaan melalui gawai pribadi dibandingkan menghadiri ceramah secara langsung. Media sosial menjadi sarana alternatif yang efektif bagi para pendakwah untuk tetap menyebarkan ajaran Islam tanpa batasan ruang dan waktu, sehingga pesan dakwah dapat diakses kapan saja dan di mana saja. Fenomena ini menunjukkan bahwa media digital telah menjadi bagian tak terpisahkan dari praktik keberagaman masyarakat modern.

Penggunaan media digital tidak hanya terbatas sebagai sarana hiburan atau pembelajaran, tetapi juga berkembang sebagai ruang spiritual yang dikenal dengan istilah *spiritualisme internet*. Media sosial memungkinkan terbentuknya pengalaman religius yang bersifat personal sekaligus kolektif, di mana individu dapat membangun relasi spiritual melalui konten-konten keagamaan yang mereka konsumsi. Kehadiran media sosial sebagai produk dari perkembangan internet turut memperkuat peran teknologi dalam membentuk praktik keberagaman kontemporer. Berdasarkan data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2024 mencapai 79,5 persen dari total populasi, yang menunjukkan besarnya potensi media digital sebagai sarana dakwah.

Dakwah melalui konten digital semakin diminati, terutama oleh generasi Z yang memiliki kedekatan tinggi dengan teknologi dan media sosial. Karakteristik generasi ini yang tidak terlepas dari penggunaan gawai menjadikan media sosial sebagai ruang utama dalam menerima informasi, termasuk pesan-pesan keagamaan. Secara tidak langsung, konten dakwah yang disajikan di media sosial mampu menarik perhatian remaja untuk tetap terhubung dengan ceramah keagamaan dalam format yang lebih ringan dan relevan. Media sosial berfungsi sebagai pusat berkumpulnya audiens dalam jumlah besar, sehingga dakwah yang disampaikan memiliki jangkauan yang luas dan potensi pengaruh yang signifikan.

Penyampaian dakwah melalui media sosial tidak hanya mengandalkan format audio-visual seperti ceramah video, tetapi juga memanfaatkan bentuk visual lain seperti poster, kutipan (quote), dan desain grafis yang menarik. Visualisasi pesan dakwah yang estetis dan komunikatif dapat meningkatkan daya tarik audiens serta mempermudah pemahaman pesan keagamaan. Sebagaimana dikemukakan oleh Husnayaeni (2022), desain visual yang menarik dalam konten dakwah berperan penting dalam membangun minat audiens untuk membaca, menonton, dan merenungkan pesan yang disampaikan. Hal ini menunjukkan bahwa dakwah digital tidak hanya menekankan isi pesan, tetapi juga cara pesan tersebut dikemas dan disajikan.

Dalam konteks media digital, penyampaian pesan dakwah melalui media sosial memiliki beberapa fungsi utama, yaitu sebagai ruang ibadah, sarana penyebaran ajaran agama, media spiritual yang memfasilitasi pengalaman religius, serta teknologi yang memperkuat identitas keagamaan. Instagram dipilih sebagai objek penelitian karena popularitasnya yang tinggi di kalangan masyarakat, khususnya generasi muda, sehingga menjadikannya media yang berpengaruh dalam pembentukan opini dan makna sosial. Indonesia bahkan menempati posisi sebagai salah satu negara dengan jumlah pengguna Instagram terbanyak di dunia, yang menunjukkan besarnya potensi platform ini sebagai media dakwah (Triyono, 2020).

Salah satu akun Instagram yang aktif menyebarkan dakwah digital adalah @kata_uha, yang dikelola oleh Ustaz Hanan Attaki. Akun ini dibentuk pada 18 September 2023 dengan tujuan memfokuskan dakwah secara daring dan telah memiliki ratusan ribu pengikut. Popularitas akun ini, khususnya di kalangan remaja, menunjukkan bahwa gaya bahasa yang ringan, kontekstual, dan menyentuh aspek emosional mampu membuat pesan dakwah lebih mudah diterima. Berbeda dari penelitian sebelumnya yang mengkaji akun @hanan_attaki, penelitian ini memfokuskan perhatian pada akun @kata_uha sebagai bentuk pembaruan kajian dakwah digital. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk menganalisis secara mendalam bagaimana pesan dakwah, khususnya yang berkaitan dengan motivasi

dan spiritualitas, dibingkai (framing) dalam konten Instagram @kata_uha.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif-analitis. Pendekatan ini digunakan untuk menguraikan, memahami, serta menganalisis fenomena secara mendalam dan komprehensif, khususnya yang berkaitan dengan konstruksi makna dalam pesan dakwah digital. Metode kualitatif dipilih karena penelitian ini tidak berorientasi pada pengukuran angka, melainkan pada pemaknaan pesan, pola komunikasi, serta konteks sosial yang melatarbelakangi penyampaian dakwah di media sosial.

Menurut Bogdan dan Taylor, penelitian kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari subjek yang diamati, serta perilaku yang dapat diamati secara langsung. Metode ini memungkinkan peneliti untuk memahami realitas sosial secara holistik dengan menempatkan peneliti sebagai instrumen utama dalam proses pengumpulan dan analisis data. Dengan demikian, penelitian kualitatif menekankan pada narasi, interpretasi, dan pemaknaan terhadap fenomena yang diteliti (Waruwu, 2023).

Jenis penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah analisis konten (*content analysis*). Analisis konten merupakan pendekatan penelitian yang digunakan untuk mengkaji dan menafsirkan makna yang terkandung dalam berbagai bentuk pesan, baik berupa teks, gambar, simbol, maupun audio-visual. Dalam konteks penelitian ini, analisis konten digunakan untuk mengkaji bagaimana pesan dakwah motivasi dan spiritualitas dibingkai dalam konten media sosial Instagram @kata_uha. Fokus utama penelitian ini adalah isi pesan dakwah yang disampaikan melalui unggahan reels Instagram.

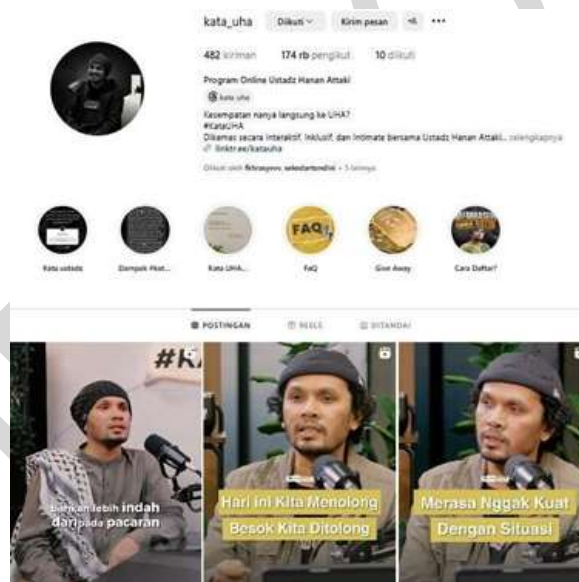
Objek penelitian mencakup konten Instagram @kata_uha yang dipublikasikan pada periode tahun 2024 hingga Februari 2025. Pemilihan periode tersebut didasarkan pada tingginya intensitas unggahan dan tingkat keterlibatan audiens (*engagement*) yang signifikan. Adapun indikator pemilihan sampel konten adalah unggahan reels dengan jumlah penonton (*viewers*) terbanyak, karena dianggap merepresentasikan pesan dakwah yang paling banyak diterima dan dikonsumsi oleh audiens. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi daring (*online observation*), dokumentasi, serta analisis isi terhadap konten yang telah ditentukan (Afiatin, 1997).

Proses pengumpulan data melalui analisis konten dilakukan dengan mengikuti enam tahapan utama. Tahapan tersebut meliputi: (1) perumusan pertanyaan penelitian dan hipotesis konseptual, (2) penentuan sampel terhadap sumber data yang telah ditetapkan, (3) penentuan kategori atau unit analisis yang digunakan, (4) pendataan sampel dokumen serta pelaksanaan pengkodean data, (5)

penyusunan skala dan item berdasarkan kriteria tertentu, dan (6) proses interpretasi atau penafsiran terhadap data yang telah diperoleh (Sitasari, 2022).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peneliti menggunakan metode eksperimen, untuk meng Akun Instagram @kata_uha merupakan salah satu akun dakwah digital yang dikelola oleh salah satu pendakwah muda di Indonesia, yaitu Ustaz Hanan Attaki. Akun ini secara khusus difungsikan sebagai media penyampaian dakwah Islam yang dikemas secara interaktif, inklusif, dan bersifat intim dengan audiensnya. Karakteristik penyajian pesan dakwah pada akun ini terlihat dari penggunaan bahasa yang sederhana, naratif, dan reflektif, sehingga pesan keagamaan dapat diterima secara lebih personal oleh pengikutnya. Berdasarkan jenis pesan dan tampilan visual yang digunakan, sasaran utama dakwah akun @kata_uha lebih merujuk pada kalangan remaja dan generasi muda.



Gambar 1. profil instagram @kata_uha

Berdasarkan data yang diperoleh, akun Instagram @kata_uha memiliki 173.000 pengikut dengan total 489 unggahan yang terdiri dari konten foto dan video dalam bentuk reels. Tingginya jumlah pengikut dan intensitas unggahan menunjukkan bahwa akun ini memiliki tingkat eksistensi dan keterlibatan audiens yang cukup signifikan. Selain pesan dakwah yang mudah dipahami, konten yang disajikan juga dikemas dengan tampilan desain visual yang mengikuti tren anak muda, seperti penggunaan tipografi modern, visual yang estetik, serta pemilihan musik yang sedang populer. Hal ini sejalan dengan pendapat Prasdina (2022) yang menyatakan bahwa penyajian konten dakwah yang relevan dengan tren media sosial dapat meningkatkan daya tarik audiens, khususnya generasi muda.

Untuk menjawab tujuan penelitian, peneliti menganalisis sebanyak sepuluh konten dakwah dalam bentuk video reels yang diunggah pada periode 2024 hingga Februari 2025. Pemilihan konten didasarkan pada jumlah penonton (*viewers*) terbanyak, karena dianggap merepresentasikan pesan dakwah yang paling banyak dikonsumsi dan diterima oleh audiens. Penelitian dilakukan melalui observasi daring terhadap setiap konten, kemudian dilanjutkan dengan proses analisis menggunakan teknik pengkodean (*coding*) untuk mengidentifikasi makna, tema, serta pola framing pesan dakwah yang disampaikan. Hasil analisis tersebut disusun dalam bentuk tabel untuk mempermudah proses kategorisasi dan interpretasi data.



Gambar 2. Konten 1

Salah satu konten yang dianalisis adalah video yang dipublikasikan pada 16 Agustus 2024 dengan jumlah penonton mencapai 3,2 juta dan memperoleh 136.000 tanda suka. Konten tersebut berjudul "*Gimana Biar Bisa Berdamai Dengan Capek*". Secara umum, konten ini mengangkat tema kelelahan hidup sebagai realitas yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia. Pesan dakwah yang disampaikan menekankan bahwa rasa lelah merupakan bagian dari takdir kehidupan dunia yang diciptakan oleh Allah SWT sebagai tempat ujian bagi manusia.

Dalam penyampaian pesannya, Ustaz Hanan Attaki meringkai konsep kelelahan tidak sebagai sesuatu yang harus dihindari, melainkan sebagai realitas yang perlu diterima dan dipahami. Kelelahan digambarkan memiliki dua sisi, yaitu kelelahan yang dapat mencelakakan dan kelelahan yang justru dapat menguatkan seseorang. Kelelahan yang mencelakakan muncul ketika individu belum mampu berdamai dengan kondisi tersebut, sehingga berdampak negatif terhadap kesehatan mental dan emosional.

Sebaliknya, kelelahan dapat menjadi sumber kekuatan apabila individu mampu menemukan makna dan nilai (*value*) di balik ujian yang dialami.

Melalui framing pesan tersebut, konten ini tidak hanya menyampaikan ajaran keagamaan secara normatif, tetapi juga menghadirkan dakwah sebagai solusi psikologis dan spiritual bagi audiens, khususnya remaja yang kerap mengalami tekanan hidup. Pesan dakwah dibingkai secara motivatif dengan mengajak audiens untuk merefleksikan setiap masalah sebagai sarana pembelajaran dan penguatan diri. Strategi framing ini membuat pesan dakwah terasa relevan dengan realitas kehidupan sehari-hari, sekaligus menegaskan bahwa Islam memberikan ruang bagi manusia untuk memahami dan mengelola emosi secara sehat.

Dengan demikian, konten "*Gimana Biar Bisa Berdamai Dengan Capek*" merepresentasikan framing pesan dakwah motivasi dan spiritualitas yang kuat, di mana nilai-nilai keimanan dikaitkan langsung dengan pengalaman emosional audiens. Pendekatan ini menunjukkan bahwa dakwah digital pada akun @kata_uha tidak hanya berorientasi pada penyampaian ajaran agama, tetapi juga berfokus pada penguatan mental dan spiritual generasi muda melalui bahasa yang empatik dan kontekstual.

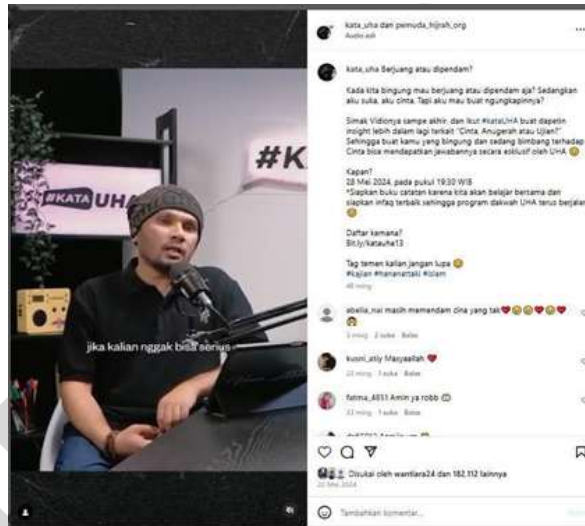
Konten selanjutnya pada akun Instagram @kata_uha dipublikasikan pada 6 Mei 2024 dengan jumlah penonton mencapai 3,1 juta dan memperoleh 240.000 tanda suka. Konten tersebut berjudul "*Zikir*". Dalam video ini, Ustaz Hanan Attaki menyampaikan pesan dakwah yang menekankan pentingnya zikir sebagai bagian dari gaya hidup (*lifestyle*) seorang Muslim. Zikir tidak hanya diposisikan sebagai aktivitas ibadah ritual, tetapi juga sebagai kebiasaan harian yang perlu dibangun secara konsisten, seperti dilakukan pada pagi hari, sebelum tidur, dan dalam berbagai aktivitas keseharian.

Dalam framing pesan yang disampaikan, zikir dibingkai sebagai sarana untuk melibatkan Allah dalam setiap urusan kehidupan. Ustaz Hanan Attaki menekankan bahwa kebiasaan zikir yang dilakukan secara terus-menerus, minimal selama 40 hari, akan membentuk karakter dan kebiasaan spiritual yang kuat. Dengan framing tersebut, zikir diposisikan sebagai mekanisme preventif terhadap gangguan psikologis, seperti *overthinking* dan kecemasan. Pesan ini menunjukkan bahwa ketenangan batin bukan hanya diperoleh ketika seseorang menghadapi masalah, tetapi justru dibangun melalui kebiasaan spiritual yang dilakukan sebelum masalah itu datang.

Dari pesan dakwah yang disampaikan, dapat dipahami bahwa zikir tidak hanya berfungsi sebagai pengingat ibadah, tetapi juga sebagai sarana penyembuhan batin dan penguatan identitas spiritual, khususnya bagi remaja. Penyampaian pesan dilakukan dengan bahasa yang tenang, reflektif, dan menyentuh sisi emosional audiens, sehingga menciptakan suasana damai dan menenangkan. Framing

semacam ini menjadikan dakwah terasa relevan dengan kondisi psikologis remaja yang kerap mengalami tekanan emosional dan kebingungan dalam menghadapi masalah hidup.

Menurut Lawson, luka batin merupakan hasil dari pengalaman menyakitkan di masa lalu yang membentuk cara pandang, sikap, emosi, dan respons seseorang terhadap kehidupan. Luka batin sering kali dialami oleh remaja akibat pengalaman relasi sosial, keluarga, maupun percintaan. Melalui konten dakwah tentang zikir, Ustaz Hanan Attaki secara tidak langsung menawarkan solusi spiritual untuk proses pemulihan luka batin tersebut. Hal ini sejalan dengan pandangan Novitasari (2021) yang menyatakan bahwa pendekatan psikospiritual dapat membantu individu dalam proses penyembuhan emosional. Dakwah dengan pendekatan terapeutik juga dinilai mampu membantu mad'u menemukan kembali makna dan tujuan hidup secara lebih jelas (Mardiana, 2024).



Gambar 4. Konten 3

Konten berikutnya dipublikasikan pada 22 Mei 2024 dengan jumlah penonton sebanyak 2,5 juta dan memperoleh 182.000 tanda suka. Konten ini berjudul "*Cinta, Anugerah atau Ujian?*". Dalam video tersebut, Ustaz Hanan Attaki membahas tema cinta sebagai bagian dari realitas kehidupan yang tidak terpisahkan dari pengalaman remaja. Pesan dakwah yang disampaikan menekankan pentingnya menjaga kesucian cinta, mengendalikan perasaan, serta menyerahkan urusan jodoh kepada Allah SWT melalui doa dan tawakal.

Dalam framing pesan dakwah ini, cinta tidak diposisikan semata-mata sebagai emosi romantis, tetapi sebagai amanah dan ujian keimanan. Ustaz Hanan Attaki mengajak audiens untuk memperjuangkan cinta secara bertanggung jawab dan tidak meluapkannya dalam bentuk perilaku yang bertentangan dengan nilai-nilai Islam. Pesan ini secara khusus menekankan penjagaan kehormatan diri, terutama bagi perempuan, serta keyakinan bahwa jodoh merupakan bagian dari ketetapan Allah. Dengan framing

tersebut, cinta diarahkan sebagai sarana mendekatkan diri kepada Allah, bukan sebagai sumber kemudharatan.

Dari konten ini, peneliti memahami bahwa pesan dakwah yang disampaikan sangat dekat dengan problematika kehidupan remaja, yang umumnya rentan mengalami konflik emosional akibat percintaan. Melalui pendekatan persuasif, Ustaz Hanan Attaki tidak hanya memberikan nasihat, tetapi juga mengajak audiens untuk merefleksikan kembali makna cinta dalam perspektif keimanan. Menurut Anderson, komunikasi persuasif bertujuan untuk mengubah sikap, keyakinan, dan perilaku individu atau kelompok (Mirawati, 2021). Dalam konteks dakwah, komunikasi persuasif menjadi bagian penting karena dakwah pada hakikatnya bertujuan untuk mengajak dan membimbing audiens menuju perubahan sikap yang lebih baik.



Gambar 5. Konten 4

Konten selanjutnya dipublikasikan pada 20 Juni 2024 dengan jumlah penonton mencapai 2,4 juta dan memperoleh 135.000 tanda suka. Konten ini berjudul "*Obat Trauma*". Dalam video tersebut, Ustaz Hanan Attaki menyampaikan bahwa terdapat dua cara utama dalam mengatasi trauma, yaitu melalui curhat dan tawakal. Tawakal dibingkai sebagai bentuk kepasrahan total kepada Allah SWT tanpa keraguan sedikit pun, sebagaimana dijelaskan oleh Imam Nawawi, yaitu dengan menyadari keterbatasan diri dan menyerahkan seluruh urusan kepada Allah Yang Maha Kuasa. Dalam framing pesan dakwah ini, trauma diposisikan sebagai kondisi emosional yang wajar dialami manusia, terutama akibat pengalaman pahit seperti patah hati. Ustaz Hanan Attaki tidak menafikan realitas trauma, melainkan mengarahkan audiens untuk menghadapi dan mengelolanya melalui pendekatan spiritual. Tawakal digambarkan sebagai solusi yang mampu meringankan beban batin, melapangkan dada, serta membimbing seseorang dalam menentukan pilihan hidup yang lebih baik.

Peneliti memahami bahwa pesan dakwah dalam konten ini mengandung unsur komunikasi interpersonal, karena menyentuh aspek perasaan dan pengalaman emosional yang bersifat personal. Menurut Baker, komunikasi interpersonal berpusat pada penyampaian pesan yang melibatkan emosi dan perasaan individu, sehingga efektif dalam proses pemahaman dan penerimaan diri, khususnya pada remaja (Arifin). Solusi yang ditawarkan oleh Ustaz Hanan Attaki melalui tawakal dinilai relevan dan aplikatif, karena tidak hanya memberikan ketenangan spiritual, tetapi juga memperkuat ketahanan mental audiens dalam menghadapi trauma.

Tema-Tema dalam Dakwah

Tema dakwah merupakan kerangka utama dalam menyampaikan pesan-pesan keislaman kepada mad'u (audiens). Tema-tema ini berfungsi sebagai pedoman dalam mengklasifikasikan isi pesan dakwah agar dapat dipahami secara sistematis dan komprehensif. Menurut Munir (2020), pesan dakwah mencakup berbagai aspek kehidupan manusia yang saling berkaitan, baik yang bersifat teologis, ritual, moral, sosial, maupun psikologis. Adapun tema-tema dakwah dalam penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Pesan Akidah (Iman)

Pesan akidah merupakan inti dan fondasi utama dalam dakwah Islam. Tema ini menekankan penanaman keimanan kepada Allah SWT sebagai landasan dalam membentuk cara pandang, sikap, dan perilaku seorang Muslim. Akidah Islamiah dimulai dari peneguhan tauhid, yaitu keyakinan terhadap keesaan Allah, yang menjadi dasar seluruh ajaran Islam. Selain tauhid, pesan akidah juga mencakup keyakinan terhadap rukun iman lainnya, seperti iman kepada malaikat, kitab-kitab Allah, para rasul, hari kiamat, serta qada dan qadar. Penanaman akidah yang kuat diharapkan mampu membentuk pribadi Muslim yang memiliki keteguhan iman, ketenangan batin, serta kesadaran spiritual dalam menjalani kehidupan sehari-hari.

2. Ibadah

Tema ibadah berkaitan dengan bentuk penghambaan manusia kepada Allah SWT yang dilakukan secara sadar, ikhlas, dan sesuai dengan tuntunan syariat Islam. Ibadah tidak hanya dimaknai sebagai ritual formal, tetapi juga sebagai manifestasi ketaatan dan kedekatan hamba dengan Tuhannya. Tema ini membahas tata cara pelaksanaan ibadah wajib maupun sunnah, seperti shalat, puasa, zakat, dan haji, serta nilai-nilai spiritual yang terkandung di dalamnya. Dakwah bertema ibadah bertujuan untuk meningkatkan kualitas ibadah umat Islam, baik dari segi pemahaman, pelaksanaan, maupun penghayatan maknanya dalam kehidupan sehari-hari.

3. Akhlak

Pesan dakwah tentang akhlak mencakup pembinaan sikap dan perilaku manusia, baik secara lahir maupun batin. Tema ini

menekankan pentingnya menanamkan akhlak mulia, seperti kejujuran, kesabaran, rendah hati, empati, dan tanggung jawab, sebagai tujuan utama pembentukan karakter Muslim. Selain itu, dakwah akhlak juga mengarahkan umat untuk menjauhi akhlak tercela, seperti sombong, iri, dengki, dan perilaku merugikan orang lain. Akhlak yang baik menjadi indikator keberhasilan dakwah, karena mencerminkan internalisasi nilai-nilai Islam dalam kehidupan sosial.

4. Muamalah

Tema muamalah membahas aturan dan etika Islam dalam hubungan sosial dan ekonomi. Muamalah mencakup berbagai aspek interaksi manusia, seperti tata cara bertransaksi, etika bermasyarakat, hubungan kerja, serta praktik ekonomi yang sesuai dengan prinsip syariah. Dakwah muamalah bertujuan untuk membimbing umat agar mampu menjalani kehidupan sosial dan ekonomi secara adil, jujur, dan bertanggung jawab. Tema ini menegaskan bahwa Islam tidak hanya mengatur hubungan manusia dengan Allah, tetapi juga mengatur hubungan antar sesama manusia dalam berbagai bidang kehidupan.

5. Ukhuwah

Tema ukhuwah menekankan pentingnya persaudaraan dalam Islam, baik ukhuwah Islamiyah, ukhuwah wathaniyah, maupun ukhuwah insaniyah. Pesan dakwah dalam tema ini mengajak umat untuk membangun hubungan yang harmonis, saling menghormati, dan menjaga persatuan. Selain itu, ukhuwah juga mencakup sikap seorang Muslim dalam berinteraksi dengan pemeluk agama lain, yang didasarkan pada prinsip toleransi, saling menghargai perbedaan, dan hidup berdampingan secara damai. Dakwah ukhuwah bertujuan untuk menciptakan keharmonisan sosial dan mencegah konflik yang berpotensi memecah belah masyarakat.

6. Sosial

Tema sosial dalam dakwah berkaitan dengan hubungan manusia dengan sesama dan dengan lingkungan sekitarnya. Pesan dakwah sosial menekankan nilai-nilai kepedulian, keadilan sosial, tolong-menolong, serta tanggung jawab terhadap lingkungan. Dakwah dengan tema sosial mengajak umat untuk peka terhadap persoalan sosial, seperti kemiskinan, ketidakadilan, dan kerusakan lingkungan, serta mendorong partisipasi aktif dalam menciptakan kehidupan masyarakat yang lebih baik dan berkeadilan.

7. Pendidikan

Tema pendidikan dalam dakwah menyoroti pentingnya proses pembelajaran dalam membentuk manusia yang berilmu dan berakhlak mulia. Pesan dakwah pendidikan menjelaskan model pendidikan Islam yang menekankan keseimbangan antara ilmu agama dan ilmu dunia, sebagaimana telah dicontohkan oleh para tokoh pendidikan Islam terdahulu. Selain itu, tema ini juga membahas metode pendidikan yang berlandaskan keteladanan, hikmah, dialog, dan pembinaan

karakter. Dakwah pendidikan bertujuan untuk membangun generasi Muslim yang cerdas, berintegritas, dan mampu menghadapi tantangan zaman.

8. Kebudayaan

Tema kebudayaan dalam dakwah berfokus pada pengembangan perilaku dan praktik budaya yang tetap selaras dengan nilai-nilai dan norma Islam. Dakwah kebudayaan mengajak umat untuk melestarikan tradisi dan budaya lokal yang tidak bertentangan dengan ajaran agama, sekaligus mengkritisi praktik budaya yang menyimpang dari nilai Islam. Tema ini menunjukkan bahwa Islam bersifat fleksibel dan kontekstual, serta mampu berdialog dengan berbagai budaya tanpa kehilangan prinsip dasarnya.

9. Motivasi dan Spiritualitas

Tema motivasi dan spiritualitas menekankan pada penguatan semangat hidup, ketahanan batin, serta kedekatan manusia dengan Allah SWT. Pesan dakwah dalam tema ini bertujuan untuk membangkitkan optimisme, mengurangi rasa putus asa, dan membantu individu menghadapi berbagai persoalan hidup dengan sikap yang lebih positif dan religius. Tema ini sangat relevan dengan kondisi masyarakat modern, khususnya generasi muda, yang kerap menghadapi tekanan psikologis dan krisis makna hidup. Dakwah motivasi dan spiritualitas berperan sebagai sumber penguatan mental dan spiritual dalam menghadapi dinamika kehidupan.

10. Kesehatan dalam Islam

Tema kesehatan dalam Islam membahas ajaran Islam terkait upaya menjaga kesehatan fisik dan mental. Pesan dakwah dalam tema ini mencakup pentingnya menjaga kebersihan, pola hidup sehat, keseimbangan antara aktivitas fisik dan spiritual, serta pengelolaan kesehatan mental. Dakwah kesehatan menegaskan bahwa Islam sangat memperhatikan kesejahteraan manusia secara menyeluruh, baik jasmani maupun rohani, sebagai bagian dari amanah yang harus dijaga oleh setiap individu (Munir, *Ilmu Dakwah*, 2020).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai *Framing Pesan Dakwah Motivasi dan Spiritualitas dalam Konten Instagram @kata_uha (Studi Analisis Konten Periode 2024–Februari 2025)*, dapat disimpulkan bahwa media sosial Instagram telah menjadi ruang dakwah alternatif yang efektif dalam menyampaikan pesan-pesan keislaman di era digital. Perkembangan teknologi komunikasi memungkinkan dakwah tidak lagi terbatas pada ruang fisik, melainkan hadir dalam bentuk konten digital yang dapat diakses secara luas, cepat, dan fleksibel oleh berbagai lapisan masyarakat, khususnya generasi muda. Akun Instagram @kata_uha yang dikelola oleh Ustaz Hanan Attaki menunjukkan karakteristik dakwah digital yang adaptif terhadap kebutuhan audiens. Konten dakwah yang disajikan dikemas secara interaktif, inklusif, dan bersifat

personal, dengan penggunaan bahasa yang ringan, naratif, dan emosional. Sasaran utama dakwah akun ini adalah kalangan remaja, yang tercermin dari tema-tema konten, gaya penyampaian, serta penggunaan visual dan musik yang sesuai dengan tren media sosial. Hal ini menjadikan pesan dakwah lebih mudah dipahami, dirasakan, dan diterima oleh audiens.

Hasil analisis konten terhadap sepuluh video reels dengan jumlah penonton terbanyak pada periode 2024–Februari 2025 menunjukkan bahwa framing pesan dakwah pada akun @kata_uha didominasi oleh tema motivasi dan spiritualitas, serta pesan akidah. Pesan dakwah tidak disampaikan secara normatif dan menggurui, melainkan dibingkai melalui narasi kehidupan sehari-hari yang dekat dengan pengalaman emosional audiens, seperti kelelahan hidup, luka batin, trauma, percintaan, kegagalan, dan pencarian makna hidup. Framing ini menjadikan Islam dipersepsikan sebagai sumber ketenangan, penguatan batin, dan solusi atas persoalan hidup. Melalui strategi framing tersebut, pesan dakwah tidak hanya berfungsi sebagai penyampaian ajaran agama, tetapi juga sebagai sarana penguatan kesehatan mental dan spiritual. Zikir, tawakal, doa, dan penerimaan terhadap takdir Allah dibingkai sebagai praktik spiritual yang aplikatif dalam menghadapi tekanan hidup modern. Pendekatan ini menunjukkan bahwa dakwah digital pada akun @kata_uha memiliki dimensi terapeutik, di mana pesan keagamaan berperan dalam membantu audiens mengelola emosi, menyembuhkan luka batin, dan membangun ketahanan psikologis.

Selain tema motivasi dan spiritualitas, penelitian ini juga menemukan keberagaman tema dakwah lain, seperti akhlak, ibadah, kesehatan dalam Islam, dan muamalah, meskipun dengan intensitas yang lebih rendah. Keberagaman tema ini menunjukkan bahwa dakwah yang disampaikan tetap berlandaskan pada nilai-nilai Islam yang komprehensif, mencakup aspek teologis, ritual, moral, sosial, dan psikologis. Namun demikian, dominasi tema motivasi dan spiritualitas menunjukkan adanya penyesuaian pesan dakwah terhadap kebutuhan dan kondisi audiens, khususnya remaja di era digital. Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa framing pesan dakwah motivasi dan spiritualitas dalam konten Instagram @kata_uha merupakan strategi komunikasi dakwah digital yang efektif dan relevan dengan konteks zaman. Framing yang humanis, empatik, dan kontekstual mampu meningkatkan keterlibatan audiens serta memperkuat penerimaan pesan dakwah. Dengan demikian, dakwah digital melalui media sosial tidak hanya menjadi sarana penyebaran ajaran agama, tetapi juga berperan penting dalam membentuk kesadaran spiritual, ketahanan mental, dan identitas keagamaan generasi muda di tengah dinamika kehidupan modern.

DAFTAR PUSTAKA

- Afiatin. (1997). Kontroversi pendekatan kuantitatif vs pendekatan psikologi. *Buletin Psikologi*.
- Arifin, S. (2022). Peran komunikasi antarpribadi dalam proses pemulihan trauma pada remaja korban bencana. *Jurnal Perspektif*.
- Husnayaeni, D. A. (2022). Analisis konten visual post Instagram @Lensamu dalam dakwah Islam tengahan. *Jurnal Audiens*.
- Mardiana, P. D. (2024). Integrasi pendekatan psikoterapi dalam dakwah Islam melalui studi kasus metode dakwah terapeutik Ustadz Adi Hidayat. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*.
- Mirawati, I. (2021). Pemanfaatan teori komunikasi persuasif pada penelitian di era digital. *Jurnal Medium*.
- Munir, S. (2020). *Ilmu dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Prasdina, V. M. (2022). Analisis konten dakwah pada akun media sosial Instagram @hanan_attaki periode Januari–Mei 2021.
- Sitasari, N. W. (2022). Mengenal analisis konten dan analisis tematik dalam penelitian kualitatif. *Forum Ilmiah*.
- Triyono, A. (2020). Studi analisis isi pesan dakwah dalam media sosial Instagram @dakwah_tauhid. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Waruwu, M. (2023). Pendekatan penelitian pendidikan: metode penelitian kualitatif, metode penelitian kuantitatif, dan metode penelitian kombinasi (*mixed method*). *Jurnal Pendidikan Tambusai*.