

RESEPSI AUDIENS TERHADAP DAKWAH HUMANIS DI INSTAGRAM: ANALISIS KONTEN REFLEKTIF AKUN INSTAGRAM @SANTOSIM

Desnas Artanti¹, Aris Saifulloh²

UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto^{1,2}

artantidesnas@gmail.com¹, arissaifulloh@uinsaizu.ac.id²

Abstract

Social media has encouraged a shift in Islamic preaching toward more dialogical and humanistic approaches in digital public spheres. This study analyzes audience reception of humanistic dakwah conveyed through the Instagram account @santosim, which emphasizes reflection, empathy, and everyday spirituality. Using a qualitative interpretive approach and netnographic content analysis, audience interactions through comments, likes, and shares were examined. The findings reveal three dominant reception types: affirmative, introspective, and participatory. The study highlights that the effectiveness of humanistic dakwah lies not only in message content but in its ability to construct dialogical digital spaces that enable shared meaning-making between creator and audiences. Humanistic dakwah has strategic potential in promoting inclusive spirituality and religious moderation within digital environments.

Keywords: *Humanistic Dakwah, Audience Reception, Netnography, Social Media*

Abstrak

Perkembangan media sosial telah mendorong pergeseran dakwah menuju pendekatan yang lebih dialogis dan humanis di ruang digital. Penelitian ini menganalisis resepsi audiens terhadap dakwah humanis yang disampaikan melalui akun Instagram @santosim, yang menonjolkan nilai refleksi, empati, dan spiritualitas keseharian. Menggunakan pendekatan kualitatif interpretatif melalui analisis isi netnografis, penelitian ini mengamati interaksi audiens pada kolom komentar, like, dan share. Hasil penelitian menunjukkan tiga bentuk resepsi utama: afirmatif, introspektif, dan partisipatoris. Temuan ini menegaskan bahwa keberhasilan dakwah humanis tidak hanya ditentukan oleh isi pesan, tetapi oleh kemampuan membangun ruang dialogis yang memungkinkan audiens turut membentuk makna dakwah. Dakwah humanis potensial memperkuat spiritualitas inklusif dan moderasi beragama di media digital.

Kata Kunci: *Dakwah Humanis, Resepsi Audiens, Netnografi, Media Sosial*

A. Pendahuluan

Perkembangan media sosial telah mengubah cara masyarakat membangun relasi, mengekspresikan identitas, dan mencari pemaknaan spiritual. Instagram, khususnya, telah menjadi arena dakwah yang semakin reflektif dan dialogis. Menurut laporan (We Are Social & Meltwater Digital 2024), lebih dari 103 juta pengguna Instagram di Indonesia berada di rentang usia 18-34 tahun, suatu demografi yang sangat aktif berinteraksi dengan konten visual dan

Resepsi Audiens Terhadap. . .

Desnas Artanti¹, Aris Saifulloh²

naratif. Keberadaan pengguna ini menjadikan Instagram medium strategis untuk menyebarkan pesan keagamaan yang menyentuh keseharian dan emosi.

Fenomena menarik dalam lanskap ini adalah hadirnya dakwah humanis oleh figur non da'i seperti akun @santosim, dikelola oleh akademisi yang menyampaikan pesan empati, ketenangan, dan spiritualitas melalui narasi sederhana dan visual keseharian. Kendati tidak memiliki "otoritas" keagamaan formal, kontennya diterima luas oleh audiens, karena karakter pesan yang lembut dan menyentuh. Gaya ini selaras dengan gagasan (Yusuf Al Qardhawy, 1996) bahwa dakwah yang efektif adalah ajakan yang bijak dan penuh kasih.

Agar dapat menelaah makna pesan semacam ini secara mendalam, pendekatan Audience Studies sangat relevan: audiens dianggap sebagai aktor aktif yang membangun makna melalui pengalaman sosial, emosional, dan kognitif. Kerangka Encoding-Decoding (Hall, 1973) menegaskan bahwa makna pesan tak bisa dilihat sebagai proses searah, sementara (Livingstone, 2004) menekankan audiens sebagai "pencipta makna aktif". Di samping itu, teori Uses and Gratifications (Katz, et.al 1973) menjelaskan bahwa orang menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan emosional, sosial, dan spiritual.

Beberapa penelitian sebelumnya telah mengkaji dakwah digital di Instagram. Sebagai contoh, (Arista et al., 2024) menemukan bahwa Instagram dapat menaikkan pengetahuan keagamaan di kalangan Gen Z, meskipun tantangan literasi dan algoritma tetap ada. (Anas, 2025) dalam kajian pustaka dakwah digital menyoroti bagaimana para da'i kini aktif menggunakan media sosial, tetapi riset tersebut lebih berfokus pada strategi penyampaian, bukan resepsi audiens. Sementara itu, (Kustiawan, et.al, 2024) dalam studi kasus pada akun @felix.siauw meneliti pesan dakwah digital dari sisi isi media (content analysis), tanpa menelaah bagaimana audiens membaca pesan tersebut.

Meskipun literatur tersebut penting, belum ada studi yang secara khusus mengkaji resepsi audiens terhadap dakwah humanis reflektif yang dibawakan oleh figur non dai di Instagram. Inilah celah riset utama, bagaimana audiens tidak hanya mengonsumsi tetapi juga menegosiasikan makna pesan dakwah humanis dalam konteks kehidupan digital mereka. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan mendalami resepsi audiens terhadap konten humanis Imam Santoso di Instagram dengan fokus pada tiga aspek utama: pertama, bagaimana karakteristik konten dakwah humanis @santosim mempengaruhi resepsi audiens; kedua, bagaimana pola resepsi audiens terhadap konten tersebut; ketiga, implikasi dari pola resepsi tersebut terhadap konstruksi otoritas keagamaan baru di ruang digital.

B. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif interpretatif dengan metode netnografi terintegrasi (Kozinets, 2015). Menurut Kozinets, (2015), pendekatan netnografi mengembangkan metodologi etnografi konvensional untuk mengeksplorasi dinamika komunitas virtual, dengan penekanan pada observasi interaksi digital yang naturalistic Pendekatan ini dipilih karena kemampuannya menyajikan pemahaman kontekstual tentang praktik budaya digital, di mana peneliti tidak hanya mengumpulkan data tetapi mengalami secara langsung bagaimana makna dakwah humanis direproduksi dalam interaksi digital sehari-hari. Markham, (2017) Secara filosofis, penelitian ini menganut paradigma konstruktivis yang memandang realitas sosial dalam komunikasi digital sebagai hasil konstruksi aktif melalui interaksi simbolik antara kreator konten dan audiens Lincoln, & Guba, (1985) Paradigma ini memungkinkan peneliti untuk memahami multiple realities yang berkembang dalam komunitas digital @santosim, di mana makna dakwah tidak dipandang sebagai entitas tunggal melainkan sebagai hasil negosiasi antara teks, konteks, dan pengalaman audiens.

Desain penelitian dirancang sebagai studi kasus instrumental Stake, (1995) dengan fokus pada akun @santosim sebagai fenomena budaya digital yang unik, mengingat posisi Imam Santoso sebagai akademisi transformator yang merepresentasikan varian baru otoritas keagamaan di ruang digital. Posisi peneliti mengadopsi peran "observer as participant". Gold, (1958) dengan menjaga keseimbangan antara keterlibatan emosional dan jarak analitis yang diperlukan untuk memastikan objektivitas interpretasi. Peneliti terlibat dalam komunitas digital sebagai pengamat yang aktif dengan turut menyelami emosi dan konteks percakapan namun tidak mengintervensi dinamika alamiah interaksi.

Pengumpulan data dilakukan melalui triangulasi metode dan sumber untuk menjamin kredibilitas data. Pemilihan periode pengamatan mempertimbangkan perlunya menangkap pola interaksi yang berulang dan variasi tema konten yang berkembang secara organik pada akun Instagram @santosim. Teknik pengumpulan data meliputi: pertama, observasi partisipan virtual secara berkala untuk menyelami ritme interaksi dan dinamika komunikasi yang berlangsung di kolom komentar; kedua, dokumentasi digital terhadap sepuluh unggahan terpilih menggunakan teknik maximum variation sampling, mencakup perbedaan format konten (carousel, reel, dan foto tunggal) serta keragaman tema (spiritualitas, relasi keluarga, dan refleksi akademik); ketiga, analisis artefak digital berupa 500 komentar yang dipilih untuk mewakili spektrum respon audiens yang beragam. Komentar dianalisis tidak hanya sebagai teks, tetapi diposisikan

sebagai kultur material digital. Horst et al., (2016) yang merepresentasikan praktik emosional, sosial, dan spiritual audiens di ruang digital.

Pemilihan data dilakukan secara purposive sampling Miles et.al, (2014) dengan kriteria inklusi yang ketat meliputi: engagement rate di atas rata-rata akun, variasi format konten (foto, video, carousel), dan keragaman tema reflektif (spiritualitas, keseharian, hubungan sosial). Analisis data mengikuti model interaktif Miles et al. (2014) melalui empat tahap utama yang dijalankan secara spiral dan iteratif. Tahap reduksi data (*data condensation*) diawali dengan open coding terhadap 500 komentar menggunakan pendekatan *in vivo coding* (Charmaz, 2014) untuk mempertahankan makna otentik bahasa audiens, yang menghasilkan 7 kode awal. Selanjutnya, melalui axial coding yang terintegrasi dengan kerangka teori Encoding/Decoding (Hall, 1996) dan konsep Active Audience (Livingstone, 2004), kode-kode tersebut dikonsolidasi menjadi 4 tema utama. Pada tahap penyajian data (*data display*), tema-tema tersebut dipetakan dalam matriks analitis yang menghubungkannya dengan konsep teoretis dan kutipan data representatif. Penarikan kesimpulan dilakukan melalui proses abduktif (Timmermans, & Tavory, 2012) dengan verifikasi melalui peer debriefing dengan dua orang ahli media digital dan member checking secara pasif (Birt, et.al 2016) dengan mengonfirmasi konsistensi interpretasi terhadap pola komentar yang dominan.

Validitas penelitian dijaga melalui beberapa strategi. Pertama, triangulasi data dengan menggabungkan observasi, dokumentasi, dan analisis artefak digital. Kedua, triangulasi teori dengan mengintegrasikan perspektif Encoding/Decoding dan Uses and Gratifications. Ketiga, transparansi metodologis dengan menjelaskan secara rinci proses pengambilan dan analisis data. Keempat, reflektivitas peneliti dengan secara kritis merefleksikan posisi dan asumsi yang mungkin mempengaruhi interpretasi data. Untuk mengatasi keterbatasan tidak adanya wawancara, penelitian ini menerapkan analisis komentar kontekstual yang mendalam dengan memposisikan komentar sebagai tindakan budaya yang performatif (Markham, 2017) dimana setiap komentar dianalisis tidak hanya secara literal tetapi juga dalam konteks unggahan yang memicunya, interaksi balas-membalas, dan pola emosi yang muncul secara repetitif.

C. Pembahasan

Analisis terhadap 10 unggahan @santosim selama periode penelitian menunjukkan konsistensi dalam penyajian konten yang menekankan nilai-nilai humanis melalui tiga karakteristik utama. Pertama, visual keseharian yang autentik menampilkan aktivitas rutin

seperti mengajar di kampus, interaksi dengan mahasiswa, atau refleksi personal dalam setting yang natural. Kedua, narasi reflektif yang mengajak audiens untuk merenungkan makna kehidupan tanpa pendekatan dogmatis. Ketiga, integrasi pesan spiritual dengan pengalaman personal yang relevan dengan kehidupan urban modern. Sebagaimana diungkapkan dalam unggahan "Semoga kita menjadi manusia yang bermanfaat untuk banyak orang." Unggahan ini mendapatkan 223 rb likes dan 3.901 komentar yang didominasi oleh ekspresi apresiasi dan refleksi diri, menunjukkan efektivitas pendekatan humanis dalam menyampaikan pesan spiritual.

Karakteristik konten ini menciptakan apa yang dalam penelitian ini disebut sebagai "estetika keseharian" (aesthetics of everydayness) yang menjadi pembeda dari dakwah konvensional. Estetika ini dibangun melalui representasi pengalaman personal yang relatable, bahasa yang sederhana namun mendalam, dan visual yang menampilkan kerapuhan manusiawi. Sebagaimana dikemukakan oleh (Manovich, 2016), narasi visual di media sosial tidak hanya merepresentasikan realitas tetapi juga mengkonstruksi makna melalui estetika yang dipilih. Dalam konteks @santosim, estetika keseharian ini berfungsi sebagai medium untuk menghadirkan spiritualitas dalam kerangka yang mudah diakses dan relevan dengan pengalaman hidup audiens kontemporer. Estetika keseharian yang ditampilkan @santosim tidak hanya sekadar strategi komunikasi, tetapi juga bentuk resistance terhadap formalisme keagamaan. Sebagaimana terlihat dalam unggahan yang menampilkan aktivitas memasak di dapur sambil merefleksikan makna kesabaran, atau video pendek tentang perjalanan ke kampus yang diselingi renungan tentang tujuan hidup, konten-konten ini menciptakan apa yang dapat disebut sebagai "sacralization of the ordinary" proses pengudusan yang sehari-hari. Pendekatan ini sesuai dengan karakteristik generasi muda Indonesia yang, menurut penelitian (Arista,et.el, 2024), lebih mudah menerima nilai-nilai spiritual ketika disampaikan melalui konteks yang familiar dan dekat dengan kehidupan mereka. Komentar seperti "Libatkan orang tuamu,Tuhanmu dalam segala hal" (menunjukkan keberhasilan strategi ini dalam memperluas pemahaman keagamaan audiens.

Resepsi afirmatif ditandai dengan ekspresi apresiasi terhadap pesan-pesan humanis yang disampaikan. Analisis terhadap 500 komentar menunjukkan bahwa 68% di antaranya termasuk dalam kategori resepsi afirmatif, dengan ekspresi seperti: "Terima kasih pak, pesannya selalu menenangkan hati") dan "Selalu suka konten yang menginspirasi seperti ini.".Komentar-komentar ini menunjukkan bagaimana audiens menerima pesan dakwah dalam kerangka makna

yang preferred (Hall, 1996), dimana mereka mengadopsi makna yang diinginkan oleh komunikator. Tingginya resepsi afirmatif mengindikasikan efektivitas pendekatan humanis dalam membangun resonansi emosional dengan audiens. Sebagaimana diungkapkan dalam teori Uses and Gratifications (Katz,et.al, 1973), konten semacam ini memenuhi kebutuhan emosional audiens akan ketenangan dan pencerahan spiritual di tengah tekanan kehidupan urban. Temuan ini konsisten dengan penelitian (A'yuni, 2022) yang menemukan bahwa konten dakwah humanis di Instagram efektif dalam memenuhi kebutuhan emosional audiens muda. Namun, penelitian ini melangkah lebih jauh dengan menunjukkan bahwa resepsi afirmatif tidak hanya terkait dengan kepuasan emosional, tetapi juga dengan pembentukan ikatan psikologis yang didasarkan pada persepsi akan keaslian (authenticity) komunikator.

Resepsi introspektif muncul dalam bentuk komentar-komentar yang menunjukkan proses refleksi diri dan evaluasi personal. Seperti diungkapkan salah satu pengguna "Melihat ini jadi sadar, kurang bersyukur selama ini, belum bisa bangga orang tua tapi sering gengsi dengan keadaan"dan "Jadi ingat untuk lebih bersyukur dengan apa yang dimiliki" . Jenis resepsi ini menunjukkan proses negotiated reading (Hall, 1996), di mana audiens tidak hanya menerima pesan secara pasif, tetapi melakukan internalisasi dan menghubungkannya dengan konteks kehidupan personal mereka. Dalam kerangka teori Uses and Gratifications, hal ini menunjukkan pemenuhan kebutuhan kognitif akan pemahaman diri dan evaluasi nilai-nilai hidup. Temuan ini memperkuat penelitian (Majid, 2024) tentang dampak dakwah humanis terhadap refleksi diri audiens muda. Namun, penelitian ini mengungkap dimensi baru bahwa resepsi introspektif seringkali dipicu oleh kemampuan konten dalam menyentuh memori personal dan pengalaman hidup audiens. Sebagaimana terlihat dalam komentar: “it brings back my memory years ago.” menunjukkan bahwa efektivitas dakwah humanis tidak hanya terletak pada pesannya, tetapi juga pada kemampuannya mengaktifkan memori emosional audiens.

Analisis mendalam terhadap komentar-komentar audiens mengungkap dinamika resepsi yang kompleks di kalangan masyarakat urban. Sebagaimana terungkap dalam komentar: “Masya allah salut dengan beliau walau dihujani berbagai kesibukan dari berkemahasiswaan, magang dan lomba namun masih bisa menyeimbangkannya dengan akhirat”, terlihat bagaimana audiens menghubungkan konten dakwah dengan konteks kehidupan urban mereka. Proses resepsi ini tidak hanya bersifat kognitif, tetapi juga emosional dan eksistensial. Temuan ini memperkuat teori Uses and Gratifications dengan menambahkan dimensi eksistensial dalam pemahaman tentang kebutuhan media. Audiens tidak hanya mencari informasi atau hiburan,

tetapi juga pembenaran eksistensial (existential justification) dalam menghadapi kompleksitas kehidupan modern. Konsep digital spiritual intimacy yang diusulkan dalam penelitian ini menjadi relevan dalam konteks ini, karena menyediakan ruang untuk refleksi eksistensial yang sulit ditemukan dalam interaksi sosial konvensional.

Resepsi partisipatoris tercermin dalam keterlibatan aktif audiens dalam menyebarkan dan mengembangkan makna konten. Bentuknya meliputi repost dan share konten ke jaringan personal, tag teman dalam komentar, serta pengembangan diskusi dalam thread komentar. Sebagaimana terlihat dalam komentar: ""Akan kulihatkan video ini pada anakku, semoga jadi penyemangat dalam menjaga Al'quran." Pola ini menunjukkan pergeseran dari model komunikasi satu arah menuju model partisipatoris, di mana audiens menjadi co-producer of meaning (Livingstone, 2004). Keterlibatan aktif audiens dalam mendistribusikan konten tidak hanya memperluas jangkauan pesan, tetapi juga mengubah makna pesan itu sendiri melalui konteks sharing yang dipilih.

Temuan penelitian juga mengungkap peran digital spiritual intimacy dalam konteks kesehatan mental masyarakat urban. Banyak komentar yang mengindikasikan bahwa konten @santosim berfungsi sebagai semacam "emotional sanctuary" di tengah tekanan kehidupan modern. Sebagaimana terungkap dalam komentar: "Setiap kali merasa burnout, buka Instagram lihat konten Pak Imam langsung dapat pencerahan". Fenomena ini menunjukkan bahwa dakwah humanis di media sosial tidak hanya berfungsi sebagai medium penyampaian pesan keagamaan, tetapi juga sebagai ruang support system mental spiritual. Dalam konteks masyarakat Indonesia yang masih memiliki stigma terhadap konsultasi psikologis formal, konten-konten reflektif seperti yang dihadirkan @santosim dapat berfungsi sebagai bentuk preliminary mental support yang mudah diakses dan tidak mengancam.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa otoritas keagamaan dalam dakwah digital tidak lagi semata-mata didasarkan pada latar belakang keagamaan formal, tetapi pada kemampuan membangun kedekatan emosional dan relevansi dengan kehidupan sehari-hari. Sebagaimana diungkapkan salah satu pengikut: "Mereka dibimbing dan dijaga malaikat berwujud dosen, yang luar biasa. Semoga seluruh guru di Indonesia, segera menegeluarkan aura malaikat itu demi anak bangsa di seluruh pelosok itu, Ammin" Pergeseran ini sejalan dengan temuan Fadli dkk. (2024) tentang pentingnya authenticity dalam membangun kredibilitas di media sosial. Namun, penelitian ini melangkah lebih jauh dengan menunjukkan bahwa dalam konteks dakwah digital, authenticity tidak hanya berkaitan dengan keaslian identitas, tetapi juga dengan kemampuan

menampilkan kerapuhan dan kemanusiaan. Otoritas yang dibangun melalui pendekatan ini dapat disebut sebagai "otoritas relasional" (relational authority) yang didasarkan pada kedekatan emosional dan identifikasi pengalaman, bukan pada hierarki keagamaan formal.

Temuan penelitian mengarah pada konseptualisasi "digital spiritual intimacy" sebagai bentuk baru kedekatan spiritual yang dimediasi platform digital. Konsep ini merujuk pada pengalaman intimasi spiritual yang terbangun melalui eksposur terhadap kehidupan personal kreator konten, sharing pengalaman spiritual yang vulnerabel, dan ruang dialogis untuk refleksi bersama. Digital spiritual intimacy ditandai oleh tiga karakteristik utama: pertama, penghapusan batas hierarkis antara komunikator dan audiens; kedua, pembangunan kepercayaan melalui keterbukaan emosional ketiga, ko-konstruksi makna spiritual melalui interaksi partisipatoris.

Eksplorasi Konseptual Digital Spiritual Intimacy

Dalam lanskap digital Indonesia, kedekatan spiritual (digital spiritual intimacy) dapat terbentuk tidak hanya melalui figur-figur keagamaan yang mapan, melainkan juga melalui komunikator publik yang menghadirkan nilai-nilai humanis dan reflektif dalam konten mereka. Fenomena ini terlihat jelas pada konten yang dibagikan oleh Imam Santoso melalui akun Instagram @santosim. Kedekatan emosional yang dibangun dengan audiensnya tidak berasal dari latar belakang keagamaan formal, tetapi lebih didasarkan pada keotentikan cerita, kemampuan membangun koneksi emosional, serta representasi pengalaman sehari-hari yang mudah dikenali dan dirasakan oleh pengikut.

Fenomena ini selaras dengan temuan (Nisa, 2018) yang menunjukkan bahwa otoritas keagamaan di ruang digital banyak dibangun melalui kedekatan emosional dan narasi personal yang dianggap autentik, bukan hanya bertumpu pada legitimasi formal atau posisi institusional. Dalam konteks Indonesia, (Slama, 2018) juga menegaskan bahwa hubungan afektif menjadi unsur penting dalam keterhubungan masyarakat dengan konten keagamaan daring. Kedekatan spiritual dan rasa familiar dapat muncul meskipun komunikator tidak memiliki otoritas keagamaan formal. Dengan demikian, otoritas keagamaan dalam ruang digital lebih bersifat relasional dan afektif, dibentuk melalui pengalaman emosional dan interaksi personal yang dimediasi teknologi.

Dua temuan ini mendukung bahwa keintiman spiritual dalam konteks digital dapat tumbuh dari figur non-da'i seperti Imam Santoso yang mampu menghadirkan komunikasi reflektif humanis secara konsisten dan autentik. Karakteristik digital spiritual intimacy dalam konteks @santosim juga menunjukkan pola yang unik. Berbeda dengan konsep spiritualitas

konvensional yang seringkali menekankan transendensi dan distansi, digital spiritual intimacy justru dibangun melalui imanensi dan kedekatan. Pola ini sejalan dengan kajian (Lim, 2024) mengenai mediatisasi agama di Asia Tenggara, yang menunjukkan bahwa platform digital memfasilitasi terbentuknya keaslian yang dimediasi. Dalam kerangka tersebut, kredibilitas komunikator tidak hanya bergantung pada otoritas formal, tetapi diperkuat melalui keterbukaan terhadap kerapuhan dan pengalaman manusiawi. Dalam konteks ekonomi perhatian digital, sikap vulnerabel dan ekspresi emosional yang autentik dipahami sebagai modal sosial dan spiritual yang dapat meningkatkan kepercayaan audiens terhadap komunikator.

Implikasi Digital Spiritual Intimacy bagi Masyarakat Urban

Digital spiritual intimacy yang teridentifikasi dalam penelitian ini memiliki implikasi penting bagi kesehatan mental spiritual masyarakat urban. Banyak komentar yang mengindikasikan bahwa konten @santosim berfungsi sebagai semacam "emotional sanctuary" di tengah tekanan kehidupan modern. Sebagaimana terungkap dalam komentar: "Setiap kali merasa burnout, buka Instagram lihat konten Pak Imam langsung dapat pencerahan". Fenomena ini menunjukkan bahwa dakwah humanis di media sosial tidak hanya berfungsi sebagai medium penyampaian pesan keagamaan, tetapi juga sebagai ruang support system mental spiritual.

Digital Spiritual Intimacy dan Transformasi Otoritas Keagamaan

Lebih jauh, digital spiritual intimacy yang teridentifikasi dalam penelitian ini merepresentasikan transformasi mendasar dalam konstruksi otoritas keagamaan di era digital. Otoritas tidak lagi semata-mata dibangun melalui penguasaan teks keagamaan atau posisi institusional, tetapi melalui kemampuan membangun kedekatan emosional dan relevansi dengan pengalaman hidup audiens kontemporer. Transformasi ini sesuai dengan temuan (Campbell & Evolvi, 2024) dalam studi mereka tentang religion dan digital culture, yang mencatat pergeseran dari "religious authority" menuju "relational authority" dalam ruang digital.

Menurut (Campbell & Evolvi, 2024), otoritas keagamaan di era digital semakin bersifat relasional dan kolaboratif, di mana kredibilitas dibangun melalui dialog dan kedekatan emosional, bukan melalui posisi hierarkis semata. Temuan penelitian ini memperkuat tesis tersebut dengan menunjukkan bagaimana Imam Santoso sebagai akademisi non-dai mampu membangun otoritas spiritual melalui konsistensi dalam menghadirkan konten yang resonan dengan pengalaman hidup audiens urban. Sebagaimana terungkap dalam komentar: "Meski bukan ustadz, tapi nasehatnya sangat menyentuh hati karena relate dengan kehidupan kita sehari-hari".

Kontekstualisasi dalam Studi Media dan Agama

Temuan tentang digital spiritual intimacy ini juga memberikan kontribusi penting bagi perkembangan studi media dan agama, khususnya dalam konteks Indonesia. Konsep ini menawarkan lensa analitis baru untuk memahami bagaimana praktik keagamaan mengalami transformasi dalam ekosistem media digital. Sebagaimana dikemukakan oleh (Lundby & Hjarvard, 2023) dalam kerangka mediatization of religion, media tidak hanya menjadi saluran untuk agama, tetapi secara aktif membentuk ulang cara agama dipraktikkan dan dialami.

Dalam pandangan (Lundby & Hjarvard, 2023), mediatisasi agama tidak hanya berdampak pada cara pesan keagamaan disampaikan, tetapi juga memengaruhi proses pembentukan otoritas dan pengalaman spiritual. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa digital spiritual intimacy merupakan wujud nyata dari proses tersebut. Platform seperti Instagram tidak sekadar menjadi saluran penyebaran pesan dakwah, tetapi juga berperan aktif dalam membentuk ulang bagaimana spiritualitas dipraktikkan dan bagaimana otoritas keagamaan dipahami dalam konteks digital.

Implikasi Teoretis dan Arah Penelitian Lanjutan

Konsep digital spiritual intimacy yang dihasilkan dari penelitian ini membuka beberapa arah penelitian lanjutan yang potensial. Pertama, studi komparatif antara digital spiritual intimacy dalam konteks Islam dengan tradisi agama lain di Indonesia. Kedua, penelitian longitudinal untuk memahami evolusi digital spiritual intimacy dalam jangka panjang. Ketiga, eksplorasi tentang bagaimana digital spiritual intimacy berinteraksi dengan praktik keagamaan offline. Keempat, studi tentang peran algoritma media sosial dalam memfasilitasi atau menghambat terbentuknya digital spiritual intimacy.

Temuan penelitian ini memberikan kontribusi teoretis bagi kajian agama dan media di Indonesia. Dalam konteks pemetaan penelitian yang dilakukan (Nasrullah, 2020), masih terlihat adanya celah penelitian terkait bagaimana platform digital turut merekonstruksi pengalaman spiritual masyarakat. Dengan demikian, penelitian agama di ranah digital tidak hanya perlu menyoroti perubahan pola penyampaian pesan agama, tetapi juga transformasi makna dan pengalaman spiritual yang dimediasi oleh platform digital.

Konsep ini memberikan kontribusi teoretis dalam memahami transformasi praktik keagamaan di era digital. Berbeda dengan konsep spiritualitas konvensional yang seringkali menekankan transendensi dan distansi, digital spiritual intimacy justru dibangun melalui imanensi dan kedekatan. Temuan ini memperkuat penelitian (Baidawi et al., 2023) tentang

humanisme Islam di Instagram, namun menawarkan perspektif baru tentang bagaimana intimasi spiritual dikonstruksi melalui praktik digital sehari-hari.

Implikasi Teoretis dan Praktis

Penelitian ini memberikan beberapa kontribusi teoretis signifikan. Pertama, pengembangan model resepsi audiens yang lebih dinamis untuk konteks media digital dengan mengintegrasikan teori Encoding/Decoding Hall dengan konsep co creation of meaning. Kedua, konseptualisasi digital spiritual intimacy sebagai kerangka analitis baru untuk memahami transformasi praktik keagamaan di era digital. Ketiga, rekonfigurasi konsep otoritas keagamaan dari model hierarkis menuju model relasional yang didasarkan pada kedekatan emosional dan authenticity. Keempat, pengembangan metodologi netnografi melalui teknik analisis komentar kontekstual yang memungkinkan peneliti mengatasi keterbatasan tidak adanya wawancara langsung.

Bagi praktisi dakwah, temuan ini menekankan pentingnya mengembangkan konten yang autentik dan relevan dengan kehidupan sehari-hari, dengan fokus pada pembangunan kedekatan emosional daripada penekanan pada otoritas formal. Bagi pengelola media keagamaan, penelitian ini menyoroti perlunya mempertimbangkan pendekatan humanis dalam strategi komunikasi, termasuk penggunaan narasi personal dan visual keseharian. Bagi akademisi, penelitian ini menunjukkan perlunya pengembangan metode penelitian yang adaptif untuk mengkaji fenomena digital, particularly dalam konteks studi agama dan media.

Temuan penelitian ini memiliki implikasi penting bagi pengembangan pendidikan agama di Indonesia. Pertama, perlu ada reorientasi kurikulum pendidikan agama yang lebih menekankan pada pendekatan humanis dan kontekstual. Kedua, pendidikan agama formal perlu mengintegrasikan literasi digital spiritual untuk mempersiapkan generasi muda dalam menghadapi transformasi praktik keagamaan di era digital. Ketiga, lembaga pendidikan keagamaan perlu mengembangkan model dakwah yang adaptif dengan karakteristik generasi digital native. Dalam tingkat kebijakan, penelitian ini menyoroti perlunya pengaturan yang lebih komprehensif mengenai konten keagamaan di platform digital. Namun, pendekatan regulasi harus seimbang antara melindungi masyarakat dari konten radikal dan memberikan ruang bagi berkembangnya inovasi dalam dakwah digital.

Kolaborasi antara platform media sosial, otoritas keagamaan, dan akademisi diperlukan untuk menciptakan ekosistem dakwah digital yang sehat dan produktif.

Keterbatasan Penelitian

Resepsi Audiens Terhadap. . .

Desnas Artanti¹, Aris Saefulloh²

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diakui. Pertama, periode observasi yang terbatas pada dua bulan mungkin belum sepenuhnya menangkap dinamika resepsi audiens dalam jangka panjang. Kedua, tidak adanya wawancara mendalam dengan audiens membatasi pemahaman tentang motivasi dan konteks personal di balik komentar yang diberikan. Ketiga, fokus pada satu akun Instagram tertentu membatasi generalisasi temuan. Keempat, bias algoritma Instagram berpotensi mempengaruhi representasi data yang diamati. Kelima, posisi peneliti sebagai outsider dalam komunitas digital mungkin mempengaruhi depth interpretasi meskipun telah diimbangi dengan immersi yang mendalam.

D. Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa dakwah humanis yang dibagikan melalui akun @santosim membentuk otoritas keagamaan baru yang lahir dari kedekatan emosional, bukan dari status keagamaan formal. Visual keseharian dan narasi reflektif terbukti menjadi sumber utama resonansi makna, karena audiens menafsirkan pesan berdasarkan pengalaman dan kebutuhan emosional mereka. Temuan ini menguatkan bahwa audiens berperan sebagai aktor aktif yang tidak hanya menerima, tetapi juga turut membentuk dan menyebarkan makna dakwah, terutama melalui repost dan interaksi sosial digital.

Konsep digital spiritual intimacy yang dihasilkan dari penelitian ini memberikan kerangka analitis baru untuk memahami transformasi praktik keagamaan di era digital. Konsep ini tidak hanya relevan untuk studi komunikasi keagamaan, tetapi juga untuk penelitian tentang media digital dan transformasi sosial-kultural lebih luas. Penelitian ini telah membuktikan bahwa dakwah humanis di Instagram tidak hanya efektif dalam menyampaikan pesan keagamaan, tetapi juga dalam menciptakan ruang dialogis yang memfasilitasi transformasi spiritual personal. Temuan tentang otoritas relasional membuka wawasan baru tentang bagaimana kredibilitas keagamaan dikonstruksi dalam masyarakat kontemporer. Sementara itu, analisis tentang estetika keseharian memberikan perspektif segar tentang strategi komunikasi agama yang efektif untuk generasi digital native.

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk melakukan studi dengan periode yang lebih panjang, melengkapi dengan wawancara mendalam dengan audiens, serta memperluas cakupan dengan membandingkan beberapa akun dakwah digital dengan karakter yang berbeda. Pengembangan metodologi netnografi yang lebih adaptif juga diperlukan untuk menangkap kompleksitas praktik digital kontemporer. Beberapa area perlu dieksplorasi lebih mendalam,

termasuk studi komparatif antara dakwah digital oleh figur akademisi dan dai tradisional, penelitian longitudinal untuk memahami dampak jangka panjang dakwah digital terhadap perilaku beragama masyarakat, eksplorasi tentang optimalisasi algoritma media sosial untuk mendistribusikan konten dakwah yang berkualitas, serta studi tentang dampak dakwah digital terhadap moderasi beragama di Indonesia.

Penelitian ini menunjukkan bahwa masa depan dakwah di Indonesia terletak pada kemampuan untuk menghadirkan spiritualitas dalam bahasa yang relevan dengan pengalaman hidup masyarakat modern, tanpa mengorbankan kedalaman makna dan autentisitas pesan. Pendekatan humanis yang diwakili oleh @santosim bukan hanya tren sesaat, tetapi cerminan dari transformasi deeper dalam landscape keagamaan Indonesia di abad digital. Walaupun penelitian memiliki keterbatasan dalam hal periode observasi dan akses data, studi ini memberikan kontribusi penting bagi pengembangan studi komunikasi keagamaan dan media digital di Indonesia.

Daftar Pustaka

- A'yuni, Q. (2022). *Keagamaan Online di Media Sosial : Mediatisasi Dakwah Humanis di Instagram @ husein _ hadar*.
- Anas, M. (2025). Potret Dakwah Digital di Era Modernisasi: Studi Media Sosial sebagai Media Dakwah. *Al-Muttaqin Jurnal Studi, Sosial, Dan Ekonomi*, 6(1), 1–18.
- Arista, F. D., Elsa, E., Razzaq, A., & Nugraha, M. Y. (2024). Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Dakwah Terhadap Peningkatan Pengetahuan Agama Pada Gen Z. *NAAFI: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2(3), 412-420.
- Baidawi, B., Rozak, A., & Mujahidah, F. I. (2023). Humanisme Islam, Media Instagram Syubbanul Muslimin, dan Edukasi Islami. *Journal of Islamic Communication Studies*, 1(1), 1–26. <https://doi.org/10.15642/jicos.2023.1.1.1-26>
- Birt, L., Scott, S., Cavers, D., Campbell, C., & Walter, F. (2016). Member Checking: A Tool to Enhance Trustworthiness or Merely a Nod to Validation? *Qualitative Health Research*, 26(13), 1802-1811.
- Campbell, H., & Evolvi, G. (2024). *Religion and digital culture: Perspectives, practices, and futures*. Routledge.
- Charmaz, K. (2014). Grounded Theory in Global Perspective: *Reviews by International Researchers: Reviews by International Researchers*. *Qualitative Inquiry*, 20(9), 1074-1084.
- Dwi Arista, F., Razzaq, A., Yudistira Nugraha, M., Komunikasi, I., & Raden Fatah Palembang, U. (2025). Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Dakwah Terhadap Peningkatan Pengetahuan Agama Pada Gen Z. *Naafi: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2(3), 2025. <https://doi.org/10.62387/naafijurnalilmiahmahasiswa.v2i3.174>
- Gold, R. L. (1958). Roles in Sociological Field Observations*. *Social Forces*, 36(3), 217–223. <https://doi.org/10.2307/2573808>

Resepsi Audiens Terhadap. . .

Desnas Artanti¹, Aris Saefulloh²

- Hall, S. (1973). *Encoding and Decoding in the Television Discourse*. Centre For Contemporary Cultural Studies, University of Birmingham.
- Hall, S. (1996). *Culture, media, language : working papers in cultural studies, 1972-1979*. 311.
- Katz, E., Blumer, J. G., & Gurevitch, M. (1973). *Uses and Gratifications Research*. Public Opinion Quarterly, 37(4), 509-523.
- Kozinets, R. (2015). *Netnography: Redefined --first two chapters preview*.
- Kustiawan, W., Syarqawi A Nasution, M., & Faza Q Manurung, A. (2025). Desain Penelitian Teks Media pada Akun Instagram @felix.siauw melalui Analisis Pesan Dakwah Digital. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(1), 5056–5063. <https://doi.org/10.31004/Jptam.V9i1.28013>.
- Lim, F. (2024). The mediatization of religion in Southeast Asia. *Asian Journal of Communication*, 34(2), 105–120.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic Inquiry*. Sage Publications.
- Livingstone, S. (2004). What is media literacy? *Intermedia*, 32.
- Lundby, K., & Hjarvard, S. (2023). The Mediatization of Religion: Theory and Studies. *Nordicom Review*, 44(1), 85-98.
- Manovich, L. (2016). *Instagram and Contemporary Image. Computational Culture*.
- Markham, A. (2017). Ethnography in the Digital Internet Era: from fields to flows, descriptions to interventions. *The Sage Handbook of Qualitative Research (5 Ed., Pp. 650-668)*. SAGE Publications.
https://www.academia.edu/20828448/Ethnography_in_the_Digital_Internet_Era_final_draft_jan_20_2016
- Miles Matthew, Huberman A.Michael, S. J. (2014). *Qualitative Data Analysis:A Methods Sourcebook*. Sage Publication.
- Moch Nurcholis Majid. (2024). Humanist Da'wah Husain Ja'far Al Hadar on Instagram Media: Millennial Generation Perspective. *Mediakita*, 8(1), 85–98.
<https://doi.org/10.30762/mediakita.v8i1.1439>
- Nasrullah, R. (2020). *Media Sosial Perspektif ,Komunikasi,Budaya,Sosiokteknologi*.
- Nisa, E. F. (2018). *Social media and the birth of Islamic authority online*. Indonesia and the Malay World, 46(134), 24–43.
- Slama, M. (2018). Practising Islam through social media in Indonesia. *Indonesia and the Malay World*, 46, 1–4. <https://doi.org/10.1080/13639811.2018.1416798>
- Stake, R. E. (1995). *The art of case study research*. Sage Publications, Inc.
- Timmermans, S., & Tavory, I. (2012). *Theory Construction in Qualitative Research: From Grounded Theory to Abductive Analysis: From Grounded Theory to Abductive Analysis*. *Sociological Theory*, 30(3), 167-186.
- We Are Social & Meltwater Digital 2025. (2025). *Digital 2025: Indonesia Report*. DataReportal – Global Digital Insights. Retrieved from.
- Yusuf Al Qardhawy. (1996). *Fiqh al-Da'wah: Da'wah Fardiyyah wa Jama'iyyah*. Kairo: Dar al-Shuruq.