

PRESTASI DAN SPIRITUALITAS DALAM DAKWAH PROFETIK: Persepsi Generasi Z terhadap Konten @sarahfirjanii

Umi Atikah Mujahidah^{*1}, Syaiful Hadi², Risqiatul Hasanah³

^{*123} UIN Antasari Banjarmasin

umiatikah@gmail.com

Abstrak

Media sosial mengubah produksi, distribusi, dan penerimaan pesan dakwah, terutama di kalangan Generasi Z. Penelitian ini menganalisis persepsi Generasi Z terhadap dakwah Sarah Firjani Hanisah melalui akun Instagram @sarahfirjanii serta representasi nilai humanisasi, liberasi, dan transendensi dalam kontennya. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif melalui analisis isi terhadap tiga unggahan reflektif dan wawancara dengan 14 informan berusia 20–26 tahun. Data dianalisis melalui koding, kategorisasi tematik, dan integrasi berdasarkan tahapan persepsi: seleksi, pengorganisasian, dan interpretasi; keabsahannya diperkuat melalui triangulasi sumber dan metode. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dakwah Sarah dipersepsikan persuasif-reflektif, komunikatif, kontekstual, dan berbasis keteladanan. Humanisasi tampak dalam bahasa empatik dan pengakuan terhadap keterbatasan manusia. Liberasi hadir sebagai pembebasan dari tekanan sosial dan dikotomi dunia–akhirat, sedangkan transendensi menjadi orientasi dominan melalui penekanan pada niat, doa, tawakal, dan kesadaran akan Allah. Penerimaan positif dipengaruhi relevansi pengalaman, kesederhanaan bahasa, konsistensi persona, dan karakter visual Instagram. Dakwah profetik digital dengan demikian menjadi bermakna ketika nilai agama disampaikan melalui pengalaman autentik, kedekatan emosional, dan keteladanan yang selaras dengan realitas Generasi Z.

Kata Kunci: dakwah profetik; Generasi Z; Instagram; persepsi; keteladanan digital

PENDAHULUAN

Transformasi teknologi digital tidak hanya mempercepat arus informasi, tetapi juga membentuk ulang cara masyarakat mengonstruksi identitas, otoritas, relasi sosial, dan pengalaman keberagamaan. Media sosial menjadi ruang tempat pesan diproduksi, dipertukarkan, ditafsirkan, serta diperdebatkan secara terus-menerus. Dalam konteks ini, dakwah tidak lagi sepenuhnya bergantung pada mimbar, majelis taklim, atau pertemuan tatap muka. Pesan keislaman kini hadir melalui unggahan foto, video singkat, cerita

personal, komentar, dan interaksi antarpengguna. Perubahan tersebut menuntut strategi komunikasi yang mampu menjaga substansi ajaran sekaligus menyesuaikan bentuk penyampaiannya dengan kebiasaan khalayak digital (Anista, 2023; Kasir & Awali, 2024).

Instagram menjadi salah satu medium penting dalam perubahan tersebut karena menggabungkan kekuatan visual, teks singkat, video, dan interaksi dalam satu platform. Bagi Generasi Z yang tumbuh bersama internet dan telepon pintar, Instagram bukan sekadar sarana hiburan, melainkan ruang untuk memperoleh informasi, membangun jejaring, mengikuti figur publik, dan mencari rujukan mengenai gaya hidup maupun agama. Kedekatan Generasi Z dengan media sosial membuka peluang dakwah yang luas, tetapi pada saat yang sama menghadirkan risiko berupa banjir informasi, kecanduan, tekanan sosial, serta pembentukan perilaku berdasarkan standar yang tidak selalu sehat (Auliya et al., 2023; Fitrialis et al., 2024; Sikumbang et al., 2024). Karena itu, efektivitas dakwah digital tidak cukup diukur dari banyaknya pengikut atau keterpaparan konten. Hal yang lebih mendasar ialah bagaimana pesan dipersepsi, diorganisasikan, dan dimaknai oleh audiens.

Perubahan sumber pengetahuan keislaman juga memperlihatkan bahwa otoritas agama di ruang digital tidak hanya melekat pada ulama atau lembaga formal. Influencer, kreator konten, mahasiswa berprestasi, dan figur publik dapat memperoleh kepercayaan ketika persona, pengalaman, dan cara berkomunikasi dianggap relevan oleh audiens. Penelitian Askar et al. (2025) menunjukkan bahwa sumber pengetahuan Islam daring dinilai melalui kombinasi kredibilitas, aksesibilitas, kedekatan sosial, dan kesesuaian dengan kebutuhan pengguna. Sementara itu, studi Azzahra et al. (2025) menegaskan bahwa Instagram dapat berfungsi sebagai platform dakwah ketika identitas personal, estetika visual, dan pesan keagamaan dipadukan secara konsisten. Temuan tersebut menunjukkan bahwa penerimaan pesan keagamaan di media sosial berhubungan erat dengan cara komunikator menampilkan dirinya, bukan hanya dengan isi normatif pesan.

Sarah Firjani Hanisah merupakan salah satu figur muda yang memperoleh perhatian setelah mengikuti program kompetisi akademik Clash of Champions. Dalam akun Instagram @sarahfirjanii, ia tidak hanya menampilkan prestasi pendidikan dan aktivitas pengembangan diri, tetapi juga menghubungkannya dengan nilai ibadah, doa, tanggung jawab, kesederhanaan, dan identitas Muslimah. Posisi Sarah menjadi menarik karena otoritas komunikasinya tidak dibangun melalui status sebagai pendakwah formal, melainkan melalui perpaduan prestasi, pengalaman personal, konsistensi perilaku, dan refleksi keagamaan. Profil tersebut menghadirkan bentuk dakwah yang bergerak melalui

keteladanan, narasi keseharian, dan pengelolaan citra diri. Dalam istilah dakwah, kecenderungan ini dekat dengan dakwah bil hal, yakni penyampaian pesan melalui tindakan dan contoh nyata.

Untuk membaca corak dakwah tersebut, penelitian ini menggunakan kerangka Islam profetik Kuntowijoyo. Gagasan profetik bertumpu pada tiga nilai yang dirumuskan dari Q.S. Ali Imran [3]: 110, yaitu humanisasi yang berkaitan dengan amar ma'ruf, liberasi yang berkaitan dengan nahi munkar, dan transendensi yang bertumpu pada iman kepada Allah. Humanisasi mengarahkan perubahan sosial pada pemuliaan manusia, penguatan empati, dan penolakan terhadap dehumanisasi. Liberasi menekankan pembebasan manusia dari struktur, kebiasaan, atau cara berpikir yang menindas. Transendensi menempatkan orientasi ketuhanan sebagai dasar moral sekaligus arah akhir tindakan manusia (Kuntowijoyo, 1991; Lundeto & Ni'am, 2022). Ketiga nilai tersebut tidak berdiri terpisah. Humanisasi tanpa transendensi dapat kehilangan orientasi etik, sedangkan transendensi tanpa humanisasi berisiko berhenti pada kesalehan individual yang tidak menyentuh problem kehidupan.

Dalam ruang digital, konsep profetik relevan karena komunikasi keagamaan menghadapi kecenderungan simplifikasi, penghakiman, polarisasi, dan pencarian popularitas. Ridho dan Hariyadi (2021) menekankan perlunya etika dakwah yang berakar pada kelembutan, kesantunan, persuasi, dan penghormatan terhadap manusia. Muhlis dan Musliadi (2022) juga menunjukkan bahwa komunikasi profetik dapat menjadi landasan etis untuk membangun ruang media sosial yang tidak hanya informatif, tetapi mengarahkan audiens pada kebaikan sosial dan spiritual. Dengan demikian, keberadaan nilai profetik dalam konten tidak cukup dibuktikan melalui istilah agama yang digunakan. Nilai tersebut perlu dilihat melalui cara pesan memperlakukan audiens, membingkai persoalan, dan menghubungkan tindakan duniawi dengan orientasi ketuhanan.

Persepsi merupakan proses aktif ketika individu memilih stimulus yang dianggap penting, mengorganisasikannya berdasarkan pengalaman dan struktur pengetahuan, lalu memberikan interpretasi. Proses ini menjelaskan mengapa konten yang sama dapat menghasilkan pemaknaan berbeda pada audiens yang berbeda. Tahap seleksi dipengaruhi oleh perhatian, relevansi, dan daya tarik; tahap pengorganisasian berlangsung ketika pesan dikaitkan dengan pengalaman atau kategori yang telah dimiliki; sedangkan interpretasi menghasilkan penilaian dan makna akhir (Nisa et al., 2023; Swarjana, 2022). Dalam konteks Instagram, visual, bahasa, persona komunikator, pengalaman audiens, dan situasi sosial menjadi bagian dari stimulus yang membentuk persepsi.

Kajian terdahulu mengenai komunikasi profetik cenderung bergerak pada ranah konseptual, etis, atau strategi dakwah secara umum (Aswad et al., 2022; Muhlis & Musliadi, 2022; Ridho & Hariyadi, 2021). Penelitian mengenai dakwah di Instagram telah membahas penggunaan akun influencer, meme, dan desain pesan sebagai media penyebaran nilai Islam (Azzahra et al., 2025; Rafiansyah, 2023). Namun, masih diperlukan kajian yang mempertemukan tiga lapis analisis sekaligus: isi pesan profetik, persona influencer sebagai teladan digital, dan proses persepsi Generasi Z sebagai penerima pesan. Penelitian ini mengisi ruang tersebut dengan menelaah bagaimana humanisasi, liberasi, dan transendensi hadir dalam konten @sarahfirjanii serta bagaimana nilai-nilai itu dipilih, diorganisasikan, dan ditafsirkan oleh Generasi Z.

Berdasarkan latar tersebut, penelitian ini menjawab dua pertanyaan. Pertama, bagaimana Generasi Z mempersepsikan gaya dan pesan dakwah Sarah Firjani Hanisah di Instagram? Kedua, bagaimana nilai humanisasi, liberasi, dan transendensi direpresentasikan dan dimaknai dalam konten tersebut? Penelitian ini bertujuan memberikan kontribusi teoretis bagi kajian komunikasi dakwah digital dan kontribusi praktis bagi kreator maupun praktisi dakwah dalam merancang pesan yang humanis, relevan, dan tetap memiliki orientasi spiritual yang jelas.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan tersebut dipilih karena tujuan penelitian bukan mengukur besarnya pengaruh, melainkan memahami makna yang dibentuk audiens terhadap konten dakwah dan menafsirkan representasi nilai profetik di dalamnya. Penelitian kualitatif memungkinkan pengalaman, penilaian, dan bahasa informan ditempatkan sebagai data utama, sementara analisis isi digunakan untuk membaca pola pesan pada unggahan Instagram (Kusumastuti & Khoiron, 2019; Hamali et al., 2023).

Objek penelitian ialah konten pada akun Instagram @sarahfirjanii yang memuat pesan keislaman, motivasi, prestasi, dan refleksi perjalanan hidup. Analisis dipusatkan pada tiga unggahan yang menjadi korpus utama skripsi: unggahan "The Hidden Wisdom" dalam konteks Clash of Champions, unggahan "On My Silent Days, I Wish...", dan unggahan refleksi "Sarah and Her 2025 Recap". Ketiganya dipilih karena menampilkan secara eksplisit hubungan antara pengalaman personal, pencapaian akademik, tekanan kehidupan, dan orientasi keagamaan.

Data primer terdiri atas dokumentasi unggahan dan hasil wawancara terhadap 14

informan Generasi Z berusia 20-26 tahun. Informan mencakup mahasiswa, pekerja kreatif, mentor, tutor, dan pengelola komunitas yang pernah mengakses serta mengamati konten Sarah. Komposisi informan terdiri atas 11 perempuan dan 3 laki-laki. Untuk menjaga fokus analisis dan kerahasiaan identitas, pendapat informan dalam artikel ini ditampilkan menggunakan kode, bukan nama akun media sosial. Data sekunder diperoleh dari buku, artikel jurnal, serta dokumen daring yang relevan dengan komunikasi profetik, dakwah digital, Instagram, persepsi, dan karakter Generasi Z.

Pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi dan wawancara kualitatif. Dokumentasi diarahkan pada teks caption, pilihan visual, tema narasi, dan hubungan antara pengalaman personal dengan pesan agama. Wawancara menggali perhatian informan terhadap konten, alasan ketertarikan, penilaian terhadap gaya komunikasi, pemaknaan terhadap sosok Sarah, serta respons mereka terhadap nilai humanisasi, liberasi, dan transendensi. Proses analisis berlangsung dalam empat tahap. Pertama, data dikoding berdasarkan kata, frasa, dan gagasan yang berulang. Kedua, kode dikelompokkan ke dalam kategori gaya dakwah, keteladanan, kebutuhan emosional, pembebasan pola pikir, dan orientasi spiritual. Ketiga, kategori diintegrasikan dengan kerangka Islam profetik dan tahapan persepsi: seleksi, pengorganisasian, dan interpretasi. Keempat, temuan dokumentasi dibandingkan dengan hasil wawancara untuk menemukan kesesuaian, perbedaan, serta pola dominan. Keabsahan data diperkuat melalui triangulasi sumber dan metode, yakni membandingkan isi unggahan dengan pemaknaan 14 informan.

HASIL dan PEMBAHASAN

1. Konten Prestasi sebagai Ruang Dakwah Keseharian

Akun @sarahfirjanii menampilkan bentuk komunikasi yang tidak memisahkan secara kaku antara konten personal dan konten keagamaan. Narasi tentang kompetisi akademik, pencapaian, kegagalan, kelelahan, serta rencana hidup selalu diberi bingkai reflektif. Sarah tidak tampil sebagai figur yang hanya menyampaikan nasihat, tetapi sebagai individu yang sedang belajar, mengevaluasi diri, dan menafsirkan pengalaman. Bentuk ini membuat pesan agama hadir melalui alur kehidupan, bukan sebagai sisipan yang terlepas dari konteks.

Pada unggahan "The Hidden Wisdom", pengalaman mengikuti kompetisi ditempatkan dalam kerangka takdir, usaha, dan hikmah. Pencapaian tidak disajikan sebagai keberhasilan individual semata, melainkan sebagai amanah dan kesempatan untuk berbagi manfaat. Unggahan "On My Silent Days, I Wish..." memuat keinginan, proses

belajar, dan rasa syukur atas pencapaian, tetapi tetap menegaskan keterlibatan orang lain dan pertolongan Allah. Sementara itu, unggahan "Sarah and Her 2025 Recap" menggunakan format rekap tahunan yang dekat dengan budaya media sosial Generasi Z. Kalimat "hidup ini bukan perlombaan, tetapi perjalanan" menjadi pintu untuk membicarakan tekanan pencapaian, keterbatasan manusia, keikhlasan, dan tawakal.

Ketiga unggahan tersebut menunjukkan pola yang konsisten: pengalaman personal digunakan sebagai bahan refleksi publik, prestasi diletakkan dalam kerangka tanggung jawab, dan bahasa agama disampaikan melalui cerita. Pola ini sejalan dengan karakter Instagram yang mengutamakan visual dan narasi singkat. Akan tetapi, efektivitasnya tidak hanya berasal dari format platform. Para informan juga menilai adanya kesesuaian antara isi pesan dengan persona komunikator. Sarah dipersepsikan mempertahankan identitas Muslimah melalui pilihan busana, tutur kata, cara merespons pencapaian, dan kebiasaan menghubungkan aktivitas dengan nilai ibadah. Konsistensi inilah yang membentuk kredibilitas simbolik.

Tabel 1. Karakteristik Tiga Unggahan yang Dianalisis

Unggahan	Fokus Narasi	Bentuk Pesan	Nilai Profetik Menonjol
The Hidden Wisdom	Kompetisi, takdir, dan hikmah	Refleksi pengalaman dan ajakan mengambil pelajaran	Transendensi dan liberasi
On My Silent Days, I Wish...	Prestasi sebagai proses dan amanah	Narasi personal, apresiasi, dan motivasi	Humanisasi dan transendensi
Sarah and Her 2025 Recap	Tekanan hidup, rencana, dan keikhlasan	Storytelling reflektif dengan bahasa populer	Humanisasi, liberasi, dan transendensi

Temuan tersebut memperlihatkan bahwa prestasi berfungsi sebagai pintu masuk dakwah. Prestasi tidak dipertentangkan dengan spiritualitas, tetapi diorientasikan sebagai ruang pengabdian. Di sinilah letak perbedaan antara konten motivasi umum dan dakwah profetik. Motivasi umum dapat berhenti pada pencapaian diri, sedangkan narasi Sarah berulang kali mengembalikan pencapaian kepada niat, manfaat, keterbatasan, dan pertanggungjawaban kepada Allah. Orientasi semacam ini menjadikan aktivitas akademik maupun pengembangan diri sebagai bagian dari etika religius.

2. Persepsi terhadap Gaya Dakwah: Persuasif-Reflektif dan Berbasis Keteladanan

Seluruh informan memberikan penilaian yang cenderung positif terhadap gaya penyampaian Sarah. Istilah yang paling sering muncul ialah mudah dipahami, tidak menggurui, reflektif, lembut, relevan, dan inspiratif. Informan MRA menilai bahwa pesan tidak berhenti pada perkataan karena tindakan dan perjalanan Sarah menjadi contoh yang dapat diamati. HU menyebut konsistensi antara ucapan dan perbuatan sebagai bentuk dakwah bil hal. FV dan RA menekankan bahwa Sarah menampilkan keteladanan dalam menghadapi kegelisahan, tuntutan masa depan, dan upaya menjaga identitas Muslimah.

Kesan "tidak menggurui" menjadi temuan penting. Dalam komunikasi dakwah, gaya menggurui biasanya menempatkan komunikator sebagai pihak yang telah selesai dan audiens sebagai pihak yang harus dikoreksi. Konten Sarah membalik relasi tersebut dengan menempatkan dirinya sebagai bagian dari proses. Ia menceritakan kebingungan, kegagalan, perubahan rencana, dan kebutuhan untuk terus belajar. Posisi ini mengurangi jarak simbolik antara komunikator dan audiens. Informan tidak merasa sedang diadili, tetapi merasa ditemani dalam membaca pengalaman mereka sendiri.

Sifat persuasif-reflektif juga terlihat dari bentuk ajakan. Pesan tidak disampaikan dalam kalimat imperatif yang keras, melainkan melalui pertanyaan, pengalaman, dan kesimpulan personal. Audiens diberi ruang untuk merenungkan pesan dan menghubungkannya dengan situasi masing-masing. Model komunikasi semacam ini selaras dengan etika dakwah profetik yang menekankan kelembutan, kesantunan, dan penghormatan terhadap kapasitas audiens (Ridho & Hariyadi, 2021). Dalam kajian tentang gaya komunikasi Ustazah Halimah Alaydrus, Azzahra dan Malayati (2024) juga menemukan bahwa cerita konkret, bahasa yang kuat namun santun, dan kedekatan dengan kehidupan sehari-hari dapat meningkatkan keterlibatan emosional audiens.

Keteladanan menjadi faktor penguat setelah bahasa dan narasi menarik perhatian. Dalam penelitian ini, keteladanan tidak dipahami sebagai kesempurnaan figur, tetapi sebagai konsistensi arah hidup. Informan memperhatikan bahwa Sarah mengejar pendidikan, berkompetisi, dan membangun karier tanpa menanggalkan identitas keislaman. Ia dianggap menunjukkan kemungkinan hidup modern yang tidak harus meminggirkan agama. Dengan demikian, persona Sarah berfungsi sebagai role model Muslimah muda yang mengintegrasikan prestasi, pengembangan diri, dan spiritualitas.

Temuan ini memperluas pemahaman tentang otoritas dakwah digital. Otoritas tidak hanya ditentukan oleh gelar keagamaan, tetapi juga oleh koherensi antara pesan, pengalaman, dan performa diri. Askar et al. (2025) menunjukkan bahwa pengguna media digital mempertimbangkan aksesibilitas dan relevansi ketika memilih sumber

pengetahuan Islam. Pada kasus @sarahfirjanii, relevansi diperkuat oleh kesamaan generasi, persoalan yang dibahas, dan representasi kehidupan mahasiswa. Namun, otoritas tersebut bersifat relasional dan terbatas. Sarah tidak dipersepsikan sebagai pemberi fatwa, melainkan sebagai figur yang membagikan pengalaman bernilai religius. Perbedaan ini penting agar keteladanan digital tidak disamakan dengan otoritas keilmuan formal.

3. Humanisasi: Dakwah yang Mengakui Keterbatasan dan Memperkuat Audiens

Nilai humanisasi terlihat pada cara konten mengakui bahwa manusia memiliki keterbatasan, dapat merasa lelah, bingung, kecewa, dan gagal. Narasi semacam ini berbeda dari konten motivasi yang hanya menampilkan keberhasilan. Dalam unggahan rekap 2025, Sarah menyatakan bahwa terlalu banyak masukan dapat membuat seseorang kehilangan ketenangan dan tidak semua rencana harus terwujud. Pesan tersebut menggeser fokus dari tuntutan untuk selalu berhasil menuju penerimaan terhadap proses.

Informan menghubungkan pesan humanisasi dengan pengalaman tekanan akademik, tuntutan karier, dan perbandingan sosial. Beberapa informan menyatakan bahwa konten Sarah memberi rasa tenang karena mengingatkan mereka bahwa setiap orang memiliki ritme pertumbuhan yang berbeda. Pesan mengenai self-growth, apresiasi terhadap proses, dan keberanian memperbaiki diri dipahami sebagai dukungan emosional. Dakwah dalam bentuk ini tidak hanya menyampaikan apa yang benar, tetapi juga memperhatikan kondisi psikologis penerima pesan.

Humanisasi juga tampak dalam pengakuan terhadap kontribusi orang lain. Dalam narasi pencapaian, Sarah tidak menampilkan keberhasilan sebagai hasil kerja individual yang terisolasi. Ia menyebut dukungan keluarga, teman, pembimbing, dan berbagai pihak yang menyertai proses. Pengakuan tersebut membentuk kesadaran sosial bahwa prestasi merupakan hasil interaksi dan amanah untuk memberi manfaat. Dalam kerangka Kuntowijoyo, humanisasi bukan sekadar bersikap baik secara interpersonal, melainkan upaya mengembalikan manusia pada martabat, relasi, dan tanggung jawab sosialnya (Kuntowijoyo, 1991; Lundeto & Ni'am, 2022).

Dari perspektif persepsi, humanisasi menjadi pintu seleksi. Bahasa empatik dan tema yang dekat dengan pengalaman membuat informan memberi perhatian pada konten. Mereka tidak pertama-tama tertarik karena istilah agama yang digunakan, tetapi karena merasa persoalan mereka dikenali. Setelah itu, pesan diorganisasikan dengan pengalaman pribadi, seperti tekanan untuk berprestasi, kegagalan, dan kebutuhan menjaga kesehatan mental. Pada tahap interpretasi, konten dimaknai sebagai dakwah yang memanusiakan dan menenangkan.

Temuan tersebut menegaskan bahwa empati bukan unsur tambahan dalam dakwah digital, melainkan bagian dari strategi sekaligus substansi profetik. Ketika audiens hidup dalam arus perbandingan sosial yang kuat, pesan yang mengakui kerentanan dapat mencegah agama dipersepsikan sebagai sumber tekanan baru. Humanisasi menjadikan dakwah sebagai ruang penguatan, bukan sekadar koreksi. Akan tetapi, penguatan tersebut tetap diarahkan pada tanggung jawab dan perbaikan diri, sehingga tidak berubah menjadi membenaran pasif terhadap setiap keadaan.

4. Liberasi: Membebaskan Pola Pikir Dikotomis dan Tekanan Standar Sosial

Nilai liberasi dalam konten @sarahfirjanii tidak tampil dalam bentuk kritik politik atau struktur ekonomi secara langsung. Liberasi muncul pada level pengalaman sehari-hari, terutama pembebasan dari pola pikir yang memisahkan secara kaku kehidupan dunia dan akhirat. Informan berulang kali menyoroti kemampuan Sarah menunjukkan bahwa pendidikan, karier, kompetisi, dan aktivitas sosial dapat berjalan beriringan dengan ibadah. Aktivitas duniawi tidak harus ditinggalkan untuk menjadi religius; aktivitas tersebut perlu diberi niat, etika, dan orientasi yang benar.

Bagi beberapa informan perempuan, pesan tersebut memiliki arti khusus karena berhadapan dengan anggapan bahwa perempuan tidak perlu menempuh pendidikan tinggi atau mengejar karier. Sosok Sarah dipahami sebagai bukti bahwa Muslimah dapat berprestasi, tampil percaya diri, dan tetap menjaga standar keislaman. Dalam hal ini, liberasi bekerja sebagai pembukaan kemungkinan. Konten tidak menyerang tradisi atau keluarga secara frontal, tetapi menawarkan contoh alternatif yang dapat mengoreksi pandangan sempit mengenai peran perempuan.

Liberasi juga berkaitan dengan tekanan pencapaian. Kalimat "hidup ini bukan perlombaan" dibaca informan sebagai pembebasan dari standar sukses yang seragam. Media sosial sering mendorong pengguna membandingkan diri dengan keberhasilan orang lain. Konten Sarah justru menggunakan pencapaian untuk membicarakan proses, keterlambatan, perubahan rencana, dan tawakal. Dengan demikian, prestasi tidak lagi menjadi alat untuk mengukur harga diri, melainkan bagian dari perjalanan yang perlu dimaknai secara proporsional.

Pada tahap seleksi, informan tertarik karena pesan integrasi dunia-akhirat menjawab kebimbangan yang mereka alami. Pada tahap pengorganisasian, mereka menghubungkan konten dengan dilema masa depan, tekanan keluarga, dan tuntutan sosial. Pada tahap interpretasi, pesan dimaknai sebagai pembebasan dari paradigma dualistik dan overthinking. Proses tersebut menunjukkan bahwa liberasi bukan hanya isi

pesan, tetapi hasil pemaknaan audiens terhadap kemungkinan hidup yang lebih utuh.

Pembacaan ini sejalan dengan komunikasi profetik yang tidak berhenti pada larangan, tetapi berupaya mengubah cara pandang yang menghasilkan ketidakadilan atau keterkungkungan (Aswad et al., 2022; Muhlis & Musliadi, 2022). Meski demikian, temuan juga menunjukkan batas liberasi dalam konten influencer. Pembebasan yang tampil lebih dominan bersifat personal dan psikologis daripada struktural. Konten membantu audiens menata perspektif, tetapi belum secara mendalam mengurai struktur sosial yang melahirkan tekanan tersebut. Karena itu, dakwah influencer dapat menjadi pintu kesadaran, namun tetap memerlukan dukungan kajian agama dan sosial yang lebih luas.

5. Transendensi: Orientasi Dominan dalam Pemaknaan Informan

Transendensi merupakan nilai yang paling konsisten ditemukan dalam dokumentasi dan wawancara. Hampir setiap narasi motivasi dikaitkan dengan niat, doa, tawakal, rencana Allah, dan orientasi akhirat. Pada unggahan mengenai kompetisi, keberhasilan dipahami sebagai amanah dan kegagalan sebagai bagian dari hikmah. Pada unggahan prestasi, pencapaian diarahkan untuk memberi manfaat. Pada unggahan refleksi tahunan, ketidakpastian dan perubahan rencana dihadapi melalui keikhlasan serta keyakinan bahwa Allah mengatur kehidupan.

Informan tidak memaknai konten sebagai motivasi duniawi semata. MRA menyebut bahwa pendidikan dan prestasi ditempatkan sebagai kegiatan bernilai ibadah. NA menilai konten berfungsi sebagai pengingat ketika menghadapi kelelahan dan naik-turunnya istikamah. ZH melihat adanya konsistensi antara pesan verbal, cara berpakaian, dan orientasi ibadah. HU menekankan bahwa perjalanan pendidikan, karier, serta penggunaan media sosial diarahkan sebagai ladang untuk mendekatkan diri kepada Allah. Pemaknaan tersebut memperlihatkan bahwa tauhid menjadi kerangka utama yang mengorganisasikan pengalaman audiens.

Dalam tahapan persepsi, unsur religius menjadi stimulus yang dipilih karena berhubungan dengan kebutuhan spiritual. Pesan kemudian diorganisasikan bersama pengalaman pribadi mengenai doa, kegagalan, dan harapan. Pada tahap interpretasi, konten dimaknai sebagai penguatan iman dan pengingat agar pencapaian tidak berubah menjadi kesombongan. Transendensi dengan demikian menjadi arah akhir yang memberi makna pada humanisasi dan liberasi.

Dominasi transendensi tidak berarti dua nilai lainnya melemah. Sebaliknya, transendensi mengikat keduanya. Empati dan pengakuan terhadap keterbatasan memperoleh dasar teologis karena manusia dipandang sebagai makhluk Allah.

Pembebasan dari tekanan dan dikotomi dunia-akhirat juga memperoleh arah karena kebebasan tidak dimaksudkan untuk melepaskan manusia dari nilai, melainkan mengembalikannya pada orientasi pengabdian. Inilah ciri utama paradigma profetik: perubahan manusia dan sosial digerakkan oleh kesadaran ketuhanan, tetapi diwujudkan dalam tindakan yang konkret.

Tabel 2. Integrasi Nilai Profetik dan Pemaknaan Generasi Z

Nilai Profetik	Indikator pada Konten	Pemaknaan Informan	Fungsi Komunikatif
Humanisasi	Empati, pengakuan keterbatasan, self-growth, apresiasi proses	Merasa dipahami, dikuatkan, dan tidak dihakimi	Membangun kedekatan emosional
Liberasi	Integrasi pendidikan-karier-ibadah, kritik terhadap tekanan sukses, pembukaan peran Muslimah	Terbebas dari dikotomi dunia-akhirat dan standar sosial yang kaku	Mengubah perspektif dan memperluas kemungkinan tindakan
Transendensi	Niat, doa, tawakal, syukur, orientasi akhirat	Menguatkan iman dan mengembalikan pencapaian pada Allah	Memberi arah moral dan makna akhir

6. Seleksi, Pengorganisasian, dan Interpretasi dalam Pembentukan Persepsi

Analisis terhadap proses persepsi menunjukkan bahwa penerimaan positif tidak terbentuk secara instan. Pada tahap seleksi, informan memberi perhatian karena konten menggunakan bahasa sederhana, visual yang rapi, format yang sesuai tren, dan topik yang dekat dengan kehidupan mahasiswa maupun pekerja muda. Daya tarik visual membantu konten memasuki ruang perhatian, tetapi relevansi pengalaman membuat informan bertahan dan membaca pesan secara lebih dalam. Temuan ini mendukung pandangan bahwa Instagram bekerja efektif melalui kombinasi visual, aksesibilitas, dan kedekatan sosial (Azzahra et al., 2025; Sikumbang et al., 2024).

Pada tahap pengorganisasian, informan menghubungkan narasi dengan kategori pengalaman yang telah mereka miliki: tekanan akademik, tuntutan masa depan, pencarian identitas, kebutuhan menjaga iman, dan dilema peran perempuan. Konten tidak diterima sebagai informasi netral, melainkan disusun ulang berdasarkan memori, nilai, dan situasi sosial audiens. Karena Sarah berasal dari generasi yang relatif sama dan membicarakan persoalan serupa, proses pengorganisasian berlangsung dengan tingkat kedekatan tinggi.

Pada tahap interpretasi, informan menghasilkan makna yang melampaui teks literal. Unggahan tentang kompetisi ditafsirkan sebagai ajaran tentang amanah; unggahan prestasi dipahami sebagai dakwah melalui keteladanan; dan unggahan refleksi tahunan dimaknai sebagai pembebasan dari tekanan sekaligus ajakan bertawakal. Dengan demikian, makna profetik bukan hanya sesuatu yang disisipkan oleh kreator, tetapi juga dikonstruksi audiens melalui interaksi antara konten dan pengalaman mereka.

Tabel 3. Proses Persepsi Generasi Z terhadap Konten @sarahfirjanii

Tahap Persepsi	Stimulus atau Proses	Hasil Pemaknaan
Seleksi	Bahasa ringan, visual menarik, topik relevan, persona Muslimah berprestasi	Konten dianggap layak diperhatikan dan dekat dengan kehidupan audiens
Pengorganisasian	Pesan dikaitkan dengan tekanan akademik, masa depan, identitas, dan pengalaman spiritual	Konten dipahami sebagai cermin persoalan pribadi dan sosial Generasi Z
Interpretasi	Refleksi atas keteladanan, keseimbangan hidup, niat, dan tawakal	Dakwah dinilai humanis, membebaskan, menguatkan iman, dan transformatif

Empat faktor utama membentuk persepsi positif. Pertama, gaya komunikatif dan persuasif-reflektif. Kedua, keteladanan yang tercipta dari konsistensi antara narasi dan penampilan diri. Ketiga, kesesuaian pesan dengan kebutuhan emosional dan spiritual Generasi Z. Keempat, karakter Instagram yang memungkinkan integrasi visual, caption, dan interaksi. Keempat faktor tersebut saling menguatkan. Bahasa yang baik tanpa keteladanan dapat dipersepsikan sebagai pencitraan; keteladanan tanpa kemampuan komunikasi sulit memperoleh perhatian; sedangkan pesan yang relevan tanpa orientasi teologis dapat berhenti sebagai motivasi populer.

Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa dakwah digital yang efektif bukanlah upaya menyederhanakan agama menjadi slogan, melainkan kemampuan menerjemahkan nilai ke dalam pengalaman yang dapat dikenali audiens. Figur Sarah menunjukkan bahwa narasi prestasi dapat menjadi medium dakwah ketika disertai kerendahan hati, tanggung jawab sosial, dan kesadaran ketuhanan. Pada saat yang sama, penelitian ini mengingatkan bahwa kedekatan dan daya tarik influencer tidak boleh menggantikan kebutuhan akan otoritas keilmuan. Konten reflektif dapat menginspirasi dan membangun orientasi, tetapi persoalan hukum, teologi, dan praktik ibadah yang kompleks tetap memerlukan rujukan

kepada ahli.

KESIMPULAN

Generasi Z mempersepsikan konten dakwah Sarah Firjani Hanisah pada akun @sarahfirjanii secara positif karena pesan disampaikan melalui bahasa yang sederhana, narasi pengalaman, visual yang relevan, dan konsistensi keteladanan. Sarah tidak diposisikan sebagai pendakwah formal, melainkan sebagai role model Muslimah muda yang menunjukkan bahwa pendidikan, prestasi, pengembangan diri, dan spiritualitas dapat berjalan secara terintegrasi. Gaya persuasif-reflektif dan tidak menghakimi membentuk kedekatan emosional sehingga audiens merasa dipahami, bukan sekadar dinasihati.

Ketiga nilai Islam profetik hadir secara saling terkait. Humanisasi menjadi pintu masuk melalui empati, pengakuan terhadap keterbatasan, dan penguatan proses. Liberasi bekerja dengan membebaskan audiens dari tekanan standar sukses, overthinking, serta dikotomi dunia-akhirat. Transendensi menjadi orientasi dominan melalui niat, doa, tawakal, syukur, dan kesadaran akan Allah. Dalam proses persepsi, relevansi bahasa dan visual menarik perhatian; pengalaman pribadi mengorganisasikan pesan; sedangkan keteladanan dan orientasi tauhid membentuk interpretasi akhir.

Secara teoretis, penelitian ini menunjukkan bahwa dakwah profetik di media sosial berlangsung melalui perjumpaan antara isi pesan, persona komunikator, karakter platform, dan pengalaman audiens. Secara praktis, kreator dakwah perlu mengembangkan komunikasi yang empatik, kontekstual, dan bertanggung jawab tanpa menghilangkan kedalaman nilai agama. Penelitian ini terbatas pada satu akun, tiga unggahan utama, dan 14 informan sehingga tidak dimaksudkan untuk mewakili seluruh Generasi Z. Penelitian lanjutan dapat membandingkan beberapa influencer, menelaah perubahan perilaku dalam jangka panjang, atau menggabungkan analisis kualitatif dengan data keterlibatan digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Anista, R. (2023). Transformasi kebudayaan: Dampak perkembangan teknologi dan media sosial. *JUPSI: Jurnal Pendidikan Sosial Indonesia*, 1(1), 33-40. <https://doi.org/10.62238/jupsijurnalpendidikansosialindonesia.v1i1.6>
- Askar, A., Nurdin, N., Pettalongi, A., Pettalongi, S. S., & Basire, J. H. I. T. (2025). Online Islamic knowledge sources and their authority in Islamic learning: A case study of Indonesian Muslim universities. *Cogent Education*, 12(1), 2504236. <https://doi.org/10.1080/2331186X.2025.2504236>
- Aswad, M., Rahman, A., & Aldiawan. (2022). Konsep komunikasi profetik (kenabian) sebagai strategi dakwah. *Shoutika: Jurnal Komunikasi dan Dakwah*, 2(1), 1-6. <https://doi.org/10.46870/jkpi.v2i1.215>
- Auliya, A. A., Yahya, A. B., & Hurryos, F. K. (2023). Pengaruh penggunaan media sosial terhadap perilaku remaja di Indonesia. *Jurnal Harmoni Nusa Bangsa*, 1(1), 57-66. <https://doi.org/10.47256/jhnb.v1i1.297>
- Azzahra, M. F., Al Azzam, M. F., & Putri, S. W. (2025). Using Instagram as a platform for dakwah: A netnographic study of Instagram influencer Zhafiraiha. *KnE Social Sciences*, 10(14), 801-813. <https://doi.org/10.18502/kss.v10i14.19141>
- Azzahra, S. F., & Malayati, R. M. (2024). Gaya komunikasi dakwah Ustadzah Halimah Alaydrus pada channel YouTube. *Spektra Komunika: Jurnal Komunikasi dan Dakwah*, 3(1), 50-71. <https://doi.org/10.33752/spektra.v3i1.5806>
- Daud, R. M. (2021). Strategi profetik pendidik dalam Islam: Kajian teoretis-konseptual strategi pendidik Nabi Muhammad saw. *Kalam: Jurnal Agama dan Sosial Humaniora*, 9(1), 57-74.
- Fitrialis, R., Elsani, D., Rahmadani, T., Vania, N. R., Nabila, N. P., & Fitriana, N. (2024). Dampak negatif media sosial terhadap remaja. *Jurnal Akuntansi, Bisnis dan Ekonomi Indonesia*, 3(2), 30-34. <https://doi.org/10.30630/jabei.v3i2.237>
- Hamali, S., et al. (2023). Metodologi penelitian manajemen: Pedoman praktis untuk penelitian dan penulisan karya ilmiah ilmu manajemen. PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- IPB University. (2025, March). Sarah Firjani, sang talent COC Ruangguru, wakili IPB University maju ke Pemilihan Mahasiswa Berprestasi Nasional 2025. <https://www.ipb.ac.id/news/index/2025/03/sarah-firjani-sang-talent-coc-ruangguru-wakili-ipb-university-maju-ke-pemilihan-mahasiswa-berprestasi-nasional-2025/>
- Kasir, I., & Awali, S. (2024). Peran dakwah digital dalam menyebarkan pesan Islam di era modern. *Jurnal An-Nasyr: Jurnal Dakwah dalam Mata Tinta*, 11(1), 59-68. <https://doi.org/10.54621/jn.v11i1.842>
- Kuntowijoyo. (1991). Paradigma Islam: Interpretasi untuk aksi. Mizan.
- Kusumastuti, A., & Khoiron, A. M. (2019). Metode penelitian kualitatif. Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo.
- Lundeto, N., & Ni'am, S. (2022). Paradigma Islam profetik: Melacak nilai-nilai moderasi beragama dalam pemikiran Kuntowijoyo. *Farabi*, 19(2). <https://doi.org/10.30603/jf.v19i2.2961>
- Muhlis, M., & Musliadi, M. (2022). Komunikasi profetik di media sosial. *RETORIKA: Jurnal Kajian Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 4(2), 82-92. <https://doi.org/10.47435/retorika.v4i2.1177>

- Nisa, A. H., Hasna, H., & Yarni, L. (2023). Persepsi. *KOLONI: Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 2(4), 213-226. <https://doi.org/10.31004/koloni.v2i4.568>
- Rafiansyah, M. F. (2023). The influence of dakwah using memes on Instagram social media on the faith of Islamic netizens in Indonesia. *Indonesian Journal of Islamic Communication*, 6(1), 109-124. <https://doi.org/10.35719/ijic.v6i1.1960>
- Ridho, A. R., & Hariyadi, M. (2021). Reformulasi etika dakwah berbasis komunikasi profetik dalam Al-Qur'an. *KOMUNIKE: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 13(1), 53-78. <https://doi.org/10.20414/jurkom.v13i1.3351>
- Roqib, M. (2011). *Prophetic education: Kontekstualisasi filsafat dan budaya profetik dalam pendidikan*. STAIN Press.
- Sikumbang, K., Ramadhina, W., Yani, E. R., Arika, D., Hayati, N., Hasibuan, N. A., & Permana, B. G. (2024). Peranan media sosial Instagram terhadap interaksi sosial dan etika pada Generasi Z. *Journal on Education*, 6(2), 11029-11037. <https://doi.org/10.31004/joe.v6i2.4888>
- Sugiyono. (2007). *Metode penelitian bisnis*. Alfabeta.
- Swarjana, I. K. (2022). Konsep pengetahuan, sikap, perilaku, persepsi, stres, kecemasan, nyeri, dukungan sosial, kepatuhan, motivasi, kepuasan, pandemi COVID-19, akses layanan kesehatan. Penerbit Andi.