

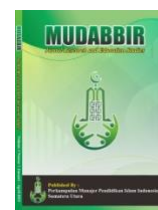


JURNAL MUDABBIR

(Journal Research and Education Studies)

Volume 5 Nomor 2 Tahun 2025

<http://jurnal.permapendis-sumut.org/index.php/mudabbir>



ISSN: 2774-8391

Persepsi *Followers* pada Konten Dakwah Akun Instagram @halimahalaydrus

Karina Aulia Putri¹, Hashfi Jais Syabib², Muhammad Fauzi Akbar³, Jumroni⁴

^{1,2,3,4} Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, Indonesia

Email: karinaauliaputri17@gmail.com, hashfisyabib23@gmail.com,
fzkbr1234@gmail.com, jumroni@uinjkt.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi *followers* terhadap konten dakwah yang disampaikan melalui akun Instagram @halimahalaydrus. Dalam era digital, media sosial menjadi ruang strategis dalam menyampaikan pesan keagamaan yang tidak hanya informatif, tetapi juga emosional dan reflektif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivis, dan teknik pengumpulan data melalui observasi digital, wawancara, serta dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten dakwah Ustadzah Halimah yang disajikan secara estetis dan personal berhasil membentuk persepsi positif *followers* dalam tiga aspek: kognitif (pemahaman nilai-nilai Islam), afektif (emosi positif seperti ketenangan dan haru), dan konatif (perubahan sikap dan perilaku keagamaan). Interaksi prasosial antara dai dan audiens juga berperan penting dalam membangun kedekatan spiritual di ruang digital. Temuan ini memperkuat relevansi dakwah digital sebagai sarana efektif untuk menyampaikan nilai-nilai Islam yang menyentuh hati dan mendorong transformasi pribadi di kalangan generasi muda pengguna media sosial.

Kata Kunci: *Dakwah Digital, Efek Komunikasi, Followers, Instagram @halimahalaydrus, Persepsi.*

ABSTRACT

This study aims to analyze followers' perceptions of Islamic preaching content delivered through the Instagram account @halimahalaydrus. In the digital era, social media has become a strategic space for conveying religious messages that are not only informative, but also emotional and reflective. This study uses a qualitative approach with a constructivist paradigm, and data collection techniques through digital observation, interviews, and documentation. The results show that Ustadzah Halimah's Islamic preaching content, presented aesthetically and

personally, successfully shapes followers' positive perceptions in three aspects: cognitive (understanding of Islamic values), affective (positive emotions such as calmness and emotion), and conative (changes in religious attitudes and behavior). Pre-social interactions between the preacher and the audience also play a significant role in building spiritual closeness in the digital space. These findings strengthen the relevance of digital Islamic preaching as an effective means of conveying Islamic values that touch the heart and encourage personal transformation among the younger generation of social media users.

Keywords: *Digital Da'wah, Communication Effects, Followers, Instagram @halimahalaydrus, Perception.*

PENDAHULUAN

Persepsi *followers* merupakan hasil interpretasi individu terhadap konten dan persona digital yang ditampilkan oleh sebuah akun di media sosial. Persepsi ini tidak terbentuk secara instan, melainkan melalui proses pengamatan berulang terhadap isi pesan, gaya komunikasi, dan nilai-nilai yang ditonjolkan. Dalam konteks ini, media sosial tidak hanya menjadi saluran informasi, tetapi juga ruang interaksi simbolik antara pemilik akun dan audiensnya. Persepsi yang terbentuk kemudian menjadi dasar bagi pengikut untuk menilai kredibilitas, kedekatan, dan relevansi akun tersebut terhadap kebutuhan atau nilai pribadi mereka (Putri, 2024).

Kualitas dan jenis konten yang disajikan sangat memengaruhi persepsi *followers*. Konten yang informatif, menarik, dan mudah dipahami cenderung menciptakan persepsi positif. Di sisi lain, jika konten dianggap membosankan, berulang, atau tidak sesuai dengan ekspektasi audiens, maka persepsi bisa berubah menjadi negatif. Oleh karena itu, penting bagi pengelola akun media sosial untuk menyesuaikan pesan yang disampaikan dengan karakteristik target audiensnya agar dapat membangun kesan yang kuat dan berkesinambungan (Aisya, et.al., 2024).

Selain dari konten, persepsi *followers* juga dipengaruhi oleh intensitas dan kualitas interaksi. Meskipun interaksi di media sosial sering bersifat satu arah, banyak pengguna merasakan hubungan emosional yang disebut interaksi parasosial. Ketika akun media sosial mampu memberikan respons yang terkesan personal atau membangun kedekatan emosional, pengikut cenderung merasa lebih terhubung. Hal ini dapat meningkatkan loyalitas *followers* serta memperkuat citra akun di mata publik (Godulla, 2022).

Konten dakwah merupakan perpaduan antara unsur dakwah sebagai pesan keagamaan dan konten sebagai medium penyampai pesan melalui saluran digital. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), konten merujuk pada informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik. Informasi ini disusun secara sistematis dan dapat disebarluaskan melalui berbagai media seperti internet, televisi, maupun perangkat audio visual lainnya. Dalam konteks digital, konten menjadi sarana utama dalam proses komunikasi modern, termasuk dalam penyampaian pesan dakwah (Basarah & Romaria, 2020).

Konten merupakan pokok atau unit dari informasi digital yang mencakup berbagai bentuk seperti teks, gambar, grafik, video, suara, dokumen, hingga laporan. Dalam konteks dakwah, konten ini diproduksi dan disampaikan untuk menyampaikan nilai-nilai Islam serta ajakan kepada kebaikan. Dengan memanfaatkan media sosial dan platform digital lainnya, dakwah tidak lagi terbatas pada ruang fisik atau mimbar, tetapi telah merambah ruang virtual yang menjangkau khalayak lebih luas dan beragam (Ghulam, 2022).

Dakwah sendiri dipahami sebagai proses mengajak, menyeru, serta membimbing umat manusia menuju jalan kebaikan sesuai dengan petunjuk Allah dan Rasul-Nya (Saputra, et.al., 2017). Dakwah juga dimaknai sebagai upaya untuk membawa perubahan dari keadaan negatif menuju keadaan yang lebih positif. Oleh karena itu, konten dakwah dapat diartikan sebagai bentuk informasi digital yang berisi ajakan moral dan spiritual, disampaikan melalui media berbasis teknologi, dengan tujuan untuk membentuk perilaku yang lebih baik. Dalam penelitian ini, konten dakwah yang dimaksud merujuk pada isi pesan dakwah yang dikemas dalam bentuk video dan disebarluaskan melalui media sosial sebagai sarana berdakwah di era digital (Efendi, 2014).

Akun Instagram @halimahalaydrus merupakan salah satu akun yang dikenal secara luas di kalangan masyarakat digital Muslim terutama Muslimah karena konsistensinya dalam menyajikan konten dakwah yang lembut, menenangkan, dan penuh makna. Ustadzah Halimah, sebagai pemilik akun ini, mengadopsi pendekatan unik dengan memilih untuk tidak menampilkan wajahnya dalam setiap unggahan. Sebagai gantinya, ia menggunakan suara yang merdu dan menenangkan disertai

dengan visualisasi sederhana namun estetik, seperti ilustrasi kaligrafi atau pemandangan alam. Pilihan gaya komunikasi ini menciptakan suasana dakwah yang lebih intim, reflektif, dan mendorong refleksi spiritual bagi para pengikutnya.

Metode dakwah yang digunakan oleh Ustadzah Halimah sejalan dengan prinsip *bil hikmah* dan *mau'idzatil hasanah*, yaitu menyampaikan pesan keagamaan dengan kebijaksanaan dan nasihat yang baik. Gaya penyampaian yang tenang, pemilihan kata yang lembut, serta narasi yang disampaikan secara langsung melalui fitur live maupun voice over dalam video, menjadikan pesan dakwah lebih mudah dipahami dan diterima. Visual desain pada feed Instagram juga menonjolkan kesederhanaan dan ketenangan, dengan penggunaan warna pastel, tata letak rapi, serta tipografi yang bersih. Salah satu keunggulan dari penyampaian Ustadzah Halimah adalah kemampuannya dalam menyederhanakan konsep-konsep ajaran Islam yang kompleks menjadi penjelasan yang ringkas, namun mendalam dan menyentuh hati.

Kombinasi antara pendekatan estetika visual dan penyampaian dakwah yang personal menjadikan akun @halimahalaydrus memiliki tingkat *engagement* yang tinggi dan daya tarik tersendiri di mata para pengikutnya. Meskipun interaksi terjadi dalam ruang digital, komunikasi yang dibangun terasa hangat dan emosional. Unggahan-unggahan seperti kutipan ilmu Islami, ilustrasi bernuansa spiritual, dan rekaman suara yang menyentuh, tidak hanya menjadi sarana penyampaian pesan agama, tetapi juga menjadi media refleksi diri bagi audiens. Dengan demikian, akun ini bukan sekadar media informasi keagamaan, tetapi juga menjadi ruang dakwah digital yang efektif dan relevan di era media sosial saat ini (Azwar, 2024). Berdasarkan konteks tersebut penelitian ini diberi judul “Persepsi *Followers* Pada Konten Dakwah Akun Instagram @halimahalaydrus”.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk memahami makna, persepsi, dan konstruksi sosial audiens media sosial terhadap konten dakwah yang disampaikan melalui akun Instagram @halimahalaydrus. Analisis data dilakukan secara deskriptif-interpretatif dalam kerangka paradigma konstruktivis, dengan mengorganisasi data yang diperoleh dari wawancara mendalam, observasi digital

terhadap akun Instagram, serta dokumentasi unggahan konten dakwah yang bersifat visual maupun naratif (Assingkily, 2021).

Fokus analisis diarahkan pada bagaimana konten dakwah yang disebarluaskan melalui media sosial membentuk persepsi spiritual, menciptakan koneksi emosional, serta memengaruhi cara audiens menginternalisasi nilai-nilai keislaman dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian ini mengeksplorasi teknik komunikasi dakwah seperti penggunaan narasi lembut, pilihan visual estetik, penyederhanaan konsep-konsep agama, serta penyampaian pesan secara personal melalui caption, audio, dan *live*.

Hasil analisis diharapkan dapat memberikan pemahaman yang mendalam mengenai cara *followers* membentuk persepsi terhadap konten dakwah digital, peran media sosial dalam membangun kedekatan spiritual, serta dinamika komunikasi dakwah di ruang virtual yang personal dan emosional (Creswell & Creswell, 2017).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Akun Instagram @halimahalaydrus

Akun Instagram @halimahalaydrus merupakan akun dakwah milik Ustadzah Halimah Alaydrus, seorang pendakwah perempuan yang dikenal karena pendekatannya yang lembut dan penuh kasih. Akun ini pertama kali aktif sekitar tahun 2015, dan sejak saat itu konsisten membagikan konten dakwah islami dengan gaya visual yang estetik dan menenangkan.



Gambar 1. Tampilan Awal Akun Dakwah yang Mulai Aktif Sejak Tahun 2015

Tujuan utama dakwah melalui media sosial ini adalah menjangkau audiens yang lebih luas, khususnya kalangan perempuan dan anak muda, dengan pendekatan yang sesuai dengan budaya digital dan emosional audiens masa kini.

Ciri khas konten dari akun ini antara lain adalah penggunaan tone warna pastel, gaya bahasa lembut, pesan-pesan spiritual yang reflektif, serta kutipan-kutipan pendek yang memuat nilai moral dan keislaman. Konten yang ditampilkan terdiri atas berbagai format seperti video ceramah pendek, kutipan teks, reels inspiratif, dan siaran langsung (live) kajian atau tanya jawab. Per tanggal 16 Juni 2025, akun ini telah memiliki lebih dari 2,8 Juta pengikut aktif.



Gambar 2. Tampilan *Feeds* Akun yang Didominasi Warna Pastel dan Desain Visual yang Konsisten



Gambar 3. Jumlah Pengikut Akun per 16 Juni 2025, mencapai lebih dari 2,8 Juta.

Temuan Penelitian

1. Persepsi Kognitif *Followers*

Followers akun Instagram @halimahalaydrus secara umum menunjukkan perubahan pemahaman dan peningkatan wawasan keislaman setelah secara rutin mengonsumsi konten dakwah dari akun tersebut. Pemaparan pesan-pesan keislaman seperti ketenangan hati, ikhlas, qadarullah, dan kesabaran dianggap memberikan makna baru dan membumi bagi audiens yang sebelumnya merasa bahwa ajaran Islam hanya sekadar normatif atau ritualistik. Konten dakwah ini justru membuka ruang refleksi baru terhadap nilai-nilai tersebut dalam kehidupan sehari-hari.

Salah satu informan bahkan menyebut bahwa pesan sederhana seperti “Allah tidak tidur” menjadi turning point yang menyadarkannya untuk lebih pasrah dan percaya pada takdir. Ungkapan tersebut tidak hanya menyentuh secara emosional, tetapi juga memperkuat keyakinannya akan konsep tawakal dan qada-qadar dalam Islam. Banyak dari informan merasakan bahwa konten-konten ini menyajikan agama dengan pendekatan emosional-intelektual yang bersifat menenangkan, bukan menggurui.

Secara keseluruhan, proses penyampaian pesan dakwah melalui akun ini dianggap efektif karena disampaikan dengan bahasa yang sederhana, narasi yang relatable, serta visual dan audio yang tenang. Elemen-elemen ini mendukung

terbentuknya proses kognisi yang optimal, di mana pesan-pesan religius lebih mudah diserap, dipahami, dan diterjemahkan ke dalam perilaku atau pola pikir baru.



Gambar 4. Postingan Bertema Ikhlas yang Mencerminkan Respons Kognitif *Followers* Terhadap Pesan Dakwah



Gambar 5. Contoh Komentar *Followers* yang Menunjukkan Respons Emosional dan Spiritual Terhadap Konten Dakwah.

Beberapa tema konten yang dianggap memberi kontribusi besar dalam pembentukan persepsi baru adalah tentang keikhlasan, menjaga hati, peran perempuan dalam Islam, serta motivasi untuk hijrah. Topik-topik tersebut dianggap jarang dibahas dalam bentuk yang menarik dan relevan dengan konteks kehidupan modern sehari-hari. Gaya penyampaiannya yang tidak kaku, tidak berat, dan cenderung reflektif menjadikan konten dakwah ini lebih mudah dipahami oleh *followers* dari berbagai latar belakang usia dan tingkat pemahaman agama.

Lebih dari itu, beberapa informan juga mengakui bahwa mereka seperti belajar ulang Islam dari awal, dengan cara yang lebih menyentuh sisi personal dan spiritual mereka. Tidak hanya menghafal dalil atau mengikuti kewajiban syariat, mereka mulai memahami makna di balik ibadah, serta menghubungkannya dengan kondisi batin dan perjalanan hidup masing-masing.

2. Persepsi Afektif *Followers*

Secara emosional, *followers* merasakan keterhubungan batin dengan konten yang disampaikan oleh Ustadzah Halimah. Gaya dakwah yang lembut, tidak menggurui, dan penuh kasih sayang dinilai sangat menyentuh hati. Responden mengaku sering merasa tenang, terharu, hingga menangis ketika mendengar atau membaca konten tertentu. Emosi yang muncul tidak hanya sesaat, tetapi sering kali menjadi penguat di saat mereka sedang dalam kondisi mental yang lelah atau bingung menghadapi masalah hidup. Salah satu responden menyatakan bahwa setiap konten yang muncul di beranda Instagram seperti datang di waktu yang tepat dan menjadi penguat spiritual. Mereka merasa seolah-olah sedang dinasihati langsung oleh seseorang yang memahami perasaan mereka. Suara naratif yang lembut dan visual yang kontemplatif turut memperkuat efek emosional tersebut, sehingga membentuk keterikatan afektif antara dai dan audiens.

Persepsi afektif mencakup aspek emosional atau perasaan yang muncul setelah menerima pesan komunikasi. Berdasarkan hasil wawancara, sebagian besar informan mengaku merasakan ketenangan, kenyamanan, dan motivasi spiritual setelah menyaksikan atau membaca konten dakwah di akun @halimahalaydrus.

Konten yang berisi nasihat lemah lembut, ungkapan kasih sayang, serta penggunaan diksi yang menyentuh hati membuat informan merasa lebih dekat dengan nilai-nilai Islam. Ada informan yang menyatakan bahwa ia sering menangis setelah menonton video pendek ceramah yang membahas tentang keikhlasan, perjuangan dalam berhijrah, atau pentingnya memperbaiki hubungan dengan orang tua.

Nuansa estetika dalam desain visual serta latar musik yang lembut juga memperkuat efek emosional. Para informan merasa bahwa konten tersebut “menyentuh hati” dan mampu menyadarkan mereka tanpa menghakimi. Emosi positif yang timbul kemudian berperan penting dalam membentuk keterikatan mereka dengan akun tersebut.



Gambar 6. Postingan Dakwah Bertema Ketenangan yang Memunculkan Respons Emosional Positif dari *Follower*s, seperti rasa tenang dan nyaman.



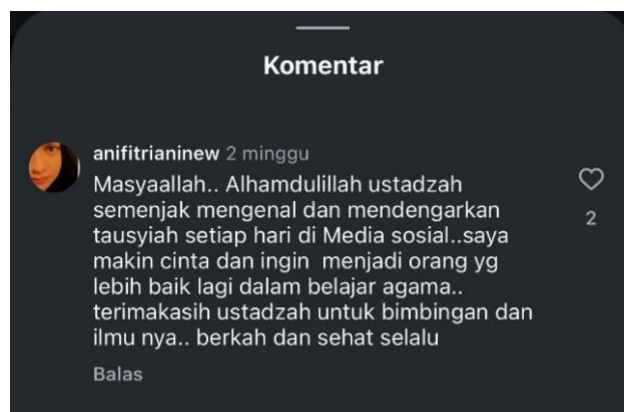
Gambar 7. Konten Nasihat Bertema Jodoh dengan Diksi Lembut dan Visual Estetis, yang Memperkuat Keterikatan Emosional *Follower*s Terhadap Akun.

3. Persepsi Konatif *Followers*

Persepsi konatif mengacu pada kecenderungan perilaku atau tindakan yang dilakukan individu sebagai respons terhadap suatu pesan komunikasi. Dalam konteks penelitian ini, persepsi konatif merujuk pada sejauh mana *followers* akun @halimahalaydrus terdorong untuk melakukan perubahan perilaku atau perbaikan diri setelah mengonsumsi konten dakwah yang disajikan.

Berdasarkan hasil wawancara, hampir seluruh informan menyatakan bahwa mereka mengalami dorongan kuat untuk bertransformasi secara personal, baik dalam bentuk perubahan sikap, peningkatan kualitas ibadah, maupun pengurangan aktivitas yang dianggap kurang bermanfaat secara spiritual. Salah satu informan menyebut bahwa setelah menyaksikan konten bertema "*hindari pacaran*", ia merasa terdorong untuk memutuskan hubungan yang tidak sejalan dengan nilai-nilai Islam. Responden lainnya menyatakan bahwa konten "*cukup jadi dirimu*" dan "*mukjizat doa*" mendorong mereka untuk lebih ikhlas, percaya pada takdir Allah, serta memperbaiki rutinitas ibadah sehari-hari.

Perubahan perilaku ini tidak hanya bersifat individu, tetapi juga bersifat sosial. Banyak informan mengaku mulai membagikan ulang konten-konten dakwah melalui fitur *Instagram Story* atau mengirimkannya secara langsung kepada teman dan keluarga. Tindakan ini dapat diinterpretasikan sebagai bentuk partisipasi dalam dakwah digital, yang menunjukkan bahwa pengaruh konten tidak berhenti pada penerimaan pesan, melainkan berlanjut pada aksi nyata dalam menyebarkan nilai-nilai keislaman.



Gambar 8. Komentar *Followers* yang Menunjukkan Perubahan Sikap dan Semangat dalam Belajar Agama Setelah Mengikuti Konten Dakwah



Gambar 9. Konten Dakwah Bertema Larangan Pacaran yang Disampaikan dengan Bahasa Lembut namun Tegas, memicu Refleksi Emosional dan Moral *Followers*.

Lebih lanjut, beberapa informan menyatakan bahwa mereka mulai membatasi konsumsi konten yang tidak Islami, seperti hiburan berlebihan, gosip, atau konten yang dianggap tidak memberikan manfaat ruhani. Sebagai gantinya, mereka lebih memilih untuk mengikuti akun-akun yang menyebarkan nilai-nilai positif dan mendalami pengetahuan keagamaan. Bahkan ada di antara mereka yang mulai aktif mengikuti kajian Islam, baik secara daring (online) maupun luring (offline), sebagai bentuk konkret dari upaya memperbaiki diri secara spiritual.

Beberapa perubahan perilaku yang teridentifikasi dari para informan antara lain:

- a. Mulai memakai hijab syar'i secara konsisten.
- b. Memperbaiki bacaan dan kekhusyukan dalam salat.

- c. Mengurangi penggunaan media sosial untuk hal yang sia-sia.
- d. Menghindari hubungan non-mahram atau memutuskan pacaran.
- e. Membagikan konten dakwah sebagai bentuk dakwah digital personal.

Temuan ini menunjukkan bahwa konten dakwah yang disampaikan oleh Ustadzah Halimah tidak hanya bersifat informatif dan afektif, tetapi juga memiliki daya ubah (*transformative impact*) terhadap perilaku *followers*. Dengan pendekatan komunikasi yang menyentuh aspek kognitif dan emosional secara simultan, pesan dakwah yang disampaikan berhasil mendorong audiens untuk berkomitmen pada perubahan positif dalam kehidupan nyata.

Pembahasan Hasil

1. Analisis Persepsi Kognitif *Followers* Terhadap Konten Dakwah @halimahalaydrus

Persepsi kognitif merupakan aspek dalam proses komunikasi yang berkaitan dengan pemahaman, pengetahuan, dan interpretasi individu terhadap suatu pesan. Dalam konteks penelitian ini, persepsi kognitif merujuk pada bagaimana para pengikut akun Instagram @halimahalaydrus memahami dan menyerap nilai-nilai keislaman yang disampaikan melalui konten dakwah digital. Para informan menunjukkan bahwa mereka memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang ajaran Islam, terutama terkait tema sabar, ikhlas, qadarullah, syukur, serta ketenangan hati.

Berdasarkan hasil wawancara, konten dakwah yang dipublikasikan oleh Ustadzah Halimah dinilai mudah dipahami, karena menggunakan bahasa yang sederhana, puitis, serta sarat analogi kehidupan sehari-hari. Pendekatan ini dinilai mampu menjangkau spektrum pemahaman audiens yang luas, termasuk mereka yang sebelumnya belum intensif mendalami ajaran Islam. Salah satu informan, Syiefa, menyatakan: "*Saya belajar banyak tentang ketenangan hati.*" Ucapan ini menandakan terjadinya proses internalisasi makna secara kognitif, yaitu ketika individu mengevaluasi pesan dakwah dan mengaitkannya dengan kondisi psikologis serta pengalaman personalnya (*Interview*, Syiefa, 16 Juni 2025).

Temuan ini selaras dengan teori efek komunikasi massa yang menyatakan bahwa efek kognitif terjadi ketika khalayak memperoleh informasi baru atau mengalami perubahan dalam kerangka pengetahuan yang dimilikinya. Dalam kasus ini, *followers* tidak hanya menerima informasi agama secara normatif, tetapi menginternalisasikan nilai-nilai tersebut sebagai bagian dari cara berpikir dan

merespons kehidupan (Dini, 2018).

Lebih lanjut, penggunaan pendekatan naratif dalam menyampaikan pesan keagamaan turut memperkuat keterhubungan antara pesan dan penerima. Konten yang menyentuh aspek keseharian membuat pesan menjadi kontekstual dan relevan. Dengan demikian, konten dakwah @halimahalaydrus tidak hanya berfungsi sebagai media penyebaran ajaran Islam, tetapi juga sebagai alat edukasi spiritual yang membantu *followers* dalam memperluas pemahaman agama secara mendalam dan personal.

2. Analisis Persepsi Afektif *Followers* Terhadap Konten Dakwah @halimahalaydrus

Persepsi afektif berkaitan dengan reaksi emosional individu terhadap pesan komunikasi yang diterimanya. Dalam studi komunikasi, aspek afektif menempati posisi penting karena emosi berperan dalam memperkuat penerimaan pesan, membangun keterikatan, serta mempengaruhi proses perubahan sikap dan perilaku. Dalam konteks dakwah digital yang dilakukan oleh akun @halimahalaydrus, mayoritas informan mengungkapkan bahwa mereka mengalami pengalaman emosional yang mendalam setelah mengonsumsi konten-konten keislaman yang disajikan.

Sebagian besar responden menggambarkan rasa tenang, haru, dan tersentuh saat menyimak narasi ceramah yang disampaikan oleh Ustadzah Halimah. Misalnya, Wianda menyatakan: "*Terharu, sering jadi reminder kalau lagi lelah.*" Sementara itu, Ummi mengungkapkan: "*Kontennya bikin tenang, kadang sampai menangis sendiri.*" Ungkapan-ungkapan ini menunjukkan bahwa proses komunikasi dakwah yang terjadi tidak bersifat satu arah atau informatif semata, melainkan menyentuh sisi emosional dan spiritual audiens (*Interview*, Wianda & Ummi, 16 Juni 2025).

Hal ini sejalan dengan teori dari Severin dan Tankard yang menegaskan bahwa pesan-pesan dengan muatan afektif yang tinggi cenderung lebih mudah diingat, lebih memengaruhi penerima, dan memiliki dampak jangka panjang terhadap sikap dan perilaku (Qadaruddin, 2013). Dalam konteks dakwah digital, muatan afektif menjadi penting untuk menciptakan *engagement* yang mendalam dan menghindari kesan menggurui yang seringkali menjadi penghalang komunikasi agama di kalangan generasi muda.

Gaya komunikasi Ustadzah Halimah yang dikenal lembut, penuh kasih sayang, serta tidak menghakimi menjadi kunci utama dalam membangun keterhubungan emosional tersebut. Alih-alih menyampaikan ajaran agama secara dogmatis, ia memilih untuk menghadirkan narasi reflektif yang penuh empati, sehingga *followers* merasa seperti sedang dinasihati oleh seorang ibu, sahabat, atau pembimbing spiritual. Konten-konten ini sering kali dianggap "*datang di waktu yang tepat*", terutama saat *followers* sedang berada dalam situasi mental yang lelah, rapuh, atau bingung menghadapi persoalan hidup.

Selain kekuatan narasi, desain visual dan audio konten juga turut memperkuat efek afektif. Warna-warna pastel yang digunakan dalam feed, pemilihan ilustrasi yang kontemplatif, serta audio narasi dengan suara lembut menciptakan suasana yang menenangkan. Ini sesuai dengan teori komunikasi emosional yang menekankan bahwa media komunikasi visual dan auditori dapat memperkuat pesan afektif, memperluas jangkauan makna, dan meningkatkan resonansi emosional dalam benak audiens (Luthfi, 2024).

Fenomena ini memperlihatkan bahwa dakwah digital dapat menjangkau aspek psikologis audiens dengan cara yang lebih personal dan mendalam. Pesan-pesan keislaman tidak hanya diterima secara intelektual, tetapi juga diresapi secara emosional, yang pada akhirnya menciptakan ikatan afektif antara dai dan mad'u (pendengar dakwah). Dengan demikian, persepsi afektif terhadap konten dakwah @halimahalaydrus menjadi salah satu kunci keberhasilan dalam membentuk spiritualitas digital yang hangat, empatik, dan membumi.

3. Analisis Persepsi Konatif *Followers* Terhadap Konten Dakwah @halimahalaydrus

Persepsi konatif berkaitan dengan aspek kehendak atau kecenderungan untuk bertindak setelah menerima suatu pesan komunikasi. Dimensi ini berfokus pada perubahan sikap atau perilaku yang nyata sebagai hasil dari proses kognitif dan afektif sebelumnya. Dalam konteks dakwah digital, aspek konatif sangat penting karena menunjukkan efektivitas pesan dalam mendorong transformasi kehidupan spiritual dan sosial audiens.

Berdasarkan hasil wawancara, mayoritas informan menunjukkan bahwa konten dakwah dari akun @halimahalaydrus tidak hanya memberi ketenangan dan

pemahaman baru, tetapi juga menginspirasi perubahan perilaku nyata. Beberapa tindakan konkret yang dilakukan oleh para *followers* antara lain:

- a. Meningkatkan intensitas ibadah harian, seperti shalat tahajud dan tilawah Al-Qur'an.
- b. Menjadi lebih introspektif dan sabar dalam menghadapi masalah.
- c. Menghindari aktivitas yang dianggap tidak bermanfaat, seperti pacaran dan konten hiburan yang tidak mendidik.
- d. Mengikuti kajian keislaman secara daring maupun luring.
- e. Membagikan ulang konten dakwah kepada orang lain sebagai bentuk partisipasi dalam dakwah digital.

Ummi, salah satu informan, menyatakan: *"Saya jadi lebih sabar dan nggak gampang mengeluh."* Sementara Wianda mengaku: *"Saya jadi lebih rajin bangun malam."* Pernyataan ini menegaskan bahwa pesan dakwah tidak berhenti pada pemahaman dan perasaan, tetapi menggerakkan kehendak untuk memperbaiki diri. Ini mencerminkan prinsip dalam komunikasi efektif bahwa pesan yang kuat secara kognitif dan afektif akan lebih mungkin menghasilkan efek konatif dalam bentuk perubahan tindakan (*Interview*, Ummi, 16 Juni 2025).

Efek ini konsisten dengan model efek komunikasi dari Chaffee dan Berger yang menempatkan efek konatif sebagai tahap akhir dari pemrosesan pesan, yaitu ketika pesan berhasil menginspirasi tindakan atau kebiasaan baru (Qadaruddin, 2013).

Tidak hanya itu, perilaku *followers* yang turut membagikan ulang konten dakwah melalui fitur Instagram Story atau Direct Message juga merupakan bentuk perluasan efek konatif secara sosial. Artinya, pesan dakwah tidak hanya mempengaruhi individu secara personal, tetapi juga memicu tindakan kolektif berupa penyebaran nilai-nilai Islam di ruang digital. Aktivitas ini dapat dikategorikan sebagai bagian dari dakwah partisipatif, di mana audiens tidak hanya menjadi penerima pesan, tetapi juga turut menjadi agen penyebar pesan tersebut.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa konten dakwah @halimahalaydrus mampu menghasilkan efek konatif yang kuat, yaitu mendorong perubahan perilaku keagamaan dan partisipasi dalam penyebaran dakwah. Temuan ini memperkuat gagasan bahwa strategi komunikasi religius yang empatik, estetik, dan naratif memiliki efektivitas tinggi dalam membentuk perilaku spiritual generasi muda di era digital.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi followers terhadap konten dakwah yang disampaikan melalui akun Instagram @halimahalaydrus. Berdasarkan hasil observasi digital, wawancara mendalam, dan dokumentasi, ditemukan bahwa akun dakwah ini mampu memberikan pengaruh yang signifikan terhadap followers dalam tiga aspek utama persepsi komunikasi, yaitu kognitif, afektif, dan konatif.

Secara kognitif, followers mengalami peningkatan pemahaman keislaman yang lebih reflektif. Pesan-pesan dakwah yang disampaikan melalui bahasa sederhana, analogi kehidupan sehari-hari, serta visual yang menenangkan mampu menyederhanakan konsep-konsep ajaran Islam yang sebelumnya dianggap sulit atau abstrak. Banyak followers menyatakan bahwa mereka merasa seperti belajar Islam dari awal dengan cara yang lebih menyentuh sisi personal dan emosional. Ini menunjukkan bahwa dakwah digital mampu berperan sebagai sarana edukasi spiritual yang efektif di tengah masyarakat digital.

Secara afektif, konten dakwah yang disampaikan oleh Ustadzah Halimah mampu membangkitkan respons emosional yang kuat dari para followers. Konten yang lembut, menenangkan, dan mengandung narasi penuh kasih membuat audiens merasa terhubung secara emosional dengan pesan yang disampaikan. Emosi seperti ketenangan, haru, syukur, hingga tangis muncul sebagai bukti keterikatan batin yang terbangun antara dai dan mad'u di ruang digital. Hal ini memperkuat teori bahwa komunikasi yang menyentuh aspek emosional memiliki potensi besar dalam membentuk sikap dan loyalitas audiens.

Sementara itu, dari sisi konatif, banyak followers mengaku terdorong untuk melakukan perubahan nyata dalam kehidupan mereka. Perubahan tersebut antara lain berupa peningkatan kualitas ibadah, menghindari pacaran, mulai mengenakan hijab secara konsisten, serta membatasi konsumsi konten digital yang kurang bermanfaat. Followers juga tergerak untuk menyebarkan konten dakwah kepada orang-orang di sekitar mereka, menunjukkan bahwa konten tersebut tidak hanya memberi dampak individu, tetapi juga mendorong partisipasi kolektif dalam aktivitas dakwah digital.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa konten dakwah akun Instagram @halimahalaydrus bukan hanya informatif, tetapi juga transformatif. Kombinasi pendekatan estetis, naratif reflektif, dan komunikasi empatik menjadikan akun ini sebagai contoh sukses dari praktik dakwah digital yang mampu menjangkau generasi muda dengan cara yang menyentuh dan bermakna.

REFERENSI

- Assingkily, M. S. (2021). *Metode Penelitian Pendidikan: Panduan Menulis Artikel Ilmiah dan Tugas Akhir*. Yogyakarta: K-Media.
- Basarah, Finy F, and Gustina Romaria. "Perancangan Konten Edukatif Di Media Sosial." *Jurnal Abdi Masyarakat (JAM)* 5, no. 2 (2020): 22.
- Creswell, John W. "Qualitative, Quantitative, and Mixed-Methods Research." *Microbe Magazine* 4, no. 11 (2009): 485–485.
- Dini, Walliya. "Pengaruh Tayangan Kuasa Ilahi Di Mnc Tv Terhadap Perilaku Keagamaan Ibu Rumah Tangga Di Rt 04 Rw 10 Kelurahan Sidomulyo Barat Kota Pekanbaru." *Uin Suska Riau* (2018): 8.
- Efendi, Masmudi. "Pengantar Ilmu Dakwah.Pdf," 2014.
- Fajriyah, Inayatul, Mochammad Dawud, and Kata Kunci. "Gaya Komunikasi Ustadzah Halimah Alaydrus Di Media Sosial Studi Pada Akun Instagram @Halimahalaydrus Terhadap Efektifnya Kegiatan Dakwah . Artinya Sejumlah Gaya Komunikasi Hendaknya" 01, no. 02 (2022).
- Ghulam. "Apa Itu Konten? (Pengertian Hingga Jenis Untuk Pemasaran Bisnis Dan Personal Branding)." *Sasanadigital.Com*. Last modified 2022. <https://sasanadigital.com/apa-itu-konten/>.
- Godulla, Alexander. "Mass Communication and Para-Social Interaction: Observations on Intimacy at a Distance." *Schlüsselwerke: Theorien (in) der Kommunikationswissenschaft* 3, no. 1 (2022): 13–26.
- John W. Creswell, J. David Creswell. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. 5th ed. SAGE Publications, 2017.
- Livana Aisya, Dian Alfia Purwandari, and Nandi Kurniawan. "Persepsi Followers Terhadap Akun Instagram @infotije Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Pelanggan Transjakarta." *Merkurius: Jurnal Riset Sistem Informasi dan Teknik Informatika* 2, no. 4 (2024): 110–121.
- Luthfi, Diatma. "PENGARUH PESAN DAKWAH AKUN INSTAGRAM @halimahalaydrus TERHADAP PEMAHAMAN KEAGAMAAN FOLLOWERS." UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2024.
- Negeri, Universitas Islam, Sumatera Utara, Cut Syamsidar, Universitas Islam Negeri, Sumatera Utara, Muhammad Azwar, Universitas Islam Negeri, and Sumatera Utara. "The Da ' Wah Approach of Ustadzah Halimah Alaydrus on Instagram" 9, no. 2 (2024): 108–121.

- Putri, Yofa Meilia. "Persepsi Followers Terhadap Konten Akun Instagram @pmbunisba_blitar." *Translitera : Jurnal Kajian Komunikasi dan Studi Media* 13, no. 1 (2024): 35-46.
- Qadaruddin, Muhammad. "Teori Komunikasi Media Massa." *Teori Komunikasi Media Massa*, no. 1996 (2013): 1.
- Rizaki, Nazwa Alvani. "Sentimen Netizen Pada Konten Dakwah Akun Instagram @Halimahalaydrus" 2, no. 1 (2025).
- Saputra, Wahidin, Eka Sugiarti, Keke Widya, and Utami Suwarno. "Interaksi Peradaban : Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam Strategi Komunikasi Dakwah Pada Komunitas Bikers Dalam Membentuk Citra Positif (Bikers Dakwah)," no. 8.5.2017 (2023): 30-49.
- Sugiyono. *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta Bandung, 2013.
- Yovana, Kesi, Andina Reftiyani Putri, and Pesat Gatra. "Strategi Kampanye Donald Trump Pada Pemilihan Umum Amerika Serikat." *Mjir) Moestopo Journal International Relations* 2, no. 1 (2022): 1-16.
- Wawancara Dengan Syiefa, Dilakukan Secara Daring Pada 16 Juni 2025, n.d.