

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Perubahan lanskap komunikasi digital telah mendorong transformasi signifikan dalam cara umat beragama menyampaikan, menerima, dan menghayati konten spiritual. Instagram, sebagai salah satu platform media sosial yang paling populer di dunia, telah menjadi arena strategis bagi aktor agama untuk menawarkan narasi keagamaan dalam format visual, teks pendek, dan narasi suara yang mudah diakses oleh audiens luas. Data global menunjukkan bahwa media sosial telah menggeser banyak praktik keagamaan dari ranah ritual tradisional ke jaringan digital interaktif, di mana individu tidak lagi hanya menjadi penerima pasif pesan agama, melainkan juga produsen konten yang aktif dalam membangun narasi spiritual personalnya sendiri. Dalam konteks ini, fenomena tasawuf pop layak dipandang sebagai salah satu manifestasi kontemporer dari spiritualitas Islam yang diproduksi melalui media sosial. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Campbell, media digital menawarkan ruang bagi agama untuk berkembang sesuai dengan dinamika media sosial dan budaya digital, di mana pengaruhnya sangat besar terhadap praktik keagamaan modern.³

Pada era kontemporer, eksistensi agama tidak serta-merta mengikis akibat arus modernisasi dan globalisasi; sebaliknya, fenomena *digital turn* telah mentransformasi lanskap keagamaan ke dalam ruang-ruang virtual. Masyarakat

³ Henry A. Campbell, *Digital Religion: Understanding Religious Practice in Digital Media* (New York: Routledge, 2021), 45-48.

modern yang hidup dalam pusaran kompleksitas sosial dan alienasi spiritual kerap mengalami kekosongan batin. Kondisi ini memicu pencarian spiritualitas baru yang lebih adaptif, fleksibel, dan tidak kaku, yang dalam konteks Islam beririsan dengan dimensi esoteris atau sufisme. Institusi dakwah yang semula bertumpu pada otoritas tradisional dan ruang fisik seperti pesantren, masjid, dan majelis taklim kini dituntut melakukan rekonstruksi metodologis demi merespons kebutuhan spiritual masyarakat urban serta generasi *digital natives*. Akibatnya, media digital bukan lagi sekadar alat transmisi informasi keagamaan, melainkan telah menjadi ruang kontestasi dan pembentukan kesadaran spiritual baru.

Era digital memunculkan apa yang oleh para akademisi disebut *digital religion* yakni, cara praktik dan pengalaman keagamaan terwujud serta dinegosiasikan melalui teknologi digital, terutama media sosial. Campbell menegaskan bahwa digitalisasi agama bukan semata “terjemahan” ajaran offline ke dunia online, melainkan sebuah transformasi substansial dalam cara pengetahuan religius diartikulasikan dan dibentuk kembali dalam ruang digital yang bersifat dinamis.⁴ Kajian digital religion mencakup tidak hanya penyebaran ritual dan teks, tetapi juga pembentukan komunitas, hubungan spiritual, serta narasi identitas keagamaan yang baru dalam jaringan online. Pemikiran semacam ini menempatkan Instagram sebagai ruang di mana nilai-nilai agama diproduksi, dikonsumsi, dan dinegosiasikan dalam batas-batas antara tradisi, estetika, dan kapitalisme digital.⁵

⁴ Henry A. Campbell, *Digital Religion*....., 70-72.

⁵ Siti M. M., & Purwanto, A., "Komodifikasi Agama di Instagram: Perspektif Tasawuf Pop," *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, Vol. 14, No. 1, (2020), 45-60.

Fenomena tasawuf pop sebuah istilah yang mengacu pada representasi tasawuf (*mystical Islam*) dalam bentuk narasi visual dan verbal populer di media social menunjukkan bagaimana konten spiritual dapat dilembagakan ke dalam gaya hidup digital yang estetik, mudah dicerna, dan sering kali dipadukan dengan estetika visual Instagram. Dalam konteks ini, tasawuf pop berbeda dari kajian tasawuf tradisional yang menekankan praktik meditasi batin, disiplin moral, dan hubungan mistik dengan Tuhan dalam konteks majelis atau pembelajaran keagamaan formal. Sebaliknya, tasawuf pop hadir melalui kutipan inspiratif, visual estetik, narasi kehidupan sehari-hari, dan pesan motivasional yang dirancang untuk resonansi emosional audiens digital, terutama generasi milenial dan Z yang akrab dengan estetika visual dan pesan pendek. Fenomena ini menghubungkan tasawuf dengan gaya hidup kontemporer yang sering kali bersinggungan dengan kebutuhan psikologis modern akan ketenangan batin dalam konteks kompleksitas kehidupan sehari-hari.⁶

Secara historis-tradisional, tasawuf adalah sebuah disiplin yang elitis, rigid, dan membutuhkan komitmen tinggi. Seseorang yang ingin menempuh jalur sufisme (*salik*) umumnya harus bergabung dengan institusi tarekat, berada di bawah bimbingan spiritual seorang mursyid (guru), dan melakukan laku asketis (*zuhud*) yang ketat untuk mengisolasi diri dari gemerlap duniawi. Dalam ranah Tasawuf Pop, terjadi proses dekontekstualisasi. Ajaran-ajaran tasawuf yang awalnya bersifat eksklusif dan multidimensi dicabut dari akar institusi tarekatnya. Ajaran tersebut

⁶ Seyyed Hossein Nasr, *Islamic Spirituality: Foundations* (London: Routledge, 2020), 98-103.

kemudian direkonstruksi dan disederhanakan menjadi nilai-nilai universal yang siap dikonsumsi oleh publik luas (awam).

Para peneliti telah mencatat bahwa konten tasawuf pop di Instagram sering menyajikan elemen commodification atau komodifikasi agama yakni proses di mana nilai spiritual dan praktik religius diolah menjadi bentuk yang dapat dikonsumsi secara cepat di pasar digital. Konten pop Sufism di Instagram tidak hanya memfasilitasi akses terhadap spiritualitas Islam struktural, tetapi juga menunjukkan bagaimana ajaran tasawuf dikemas menjadi kutipan estetik dan visualisasi yang menarik perhatian, sehingga spiritualitas berubah menjadi nilai tukar sosial: likes, shares, dan interaksi digital lainnya.⁷ Proses ini menandai hadirnya bentuk baru agama populer yang beroperasi dalam logika ekonomi digital sekaligus menantang batas-batas tradisi tasawuf yang eksklusif dan sufistik.⁸

Instagram memfasilitasi mediatization agama, proses di mana agama menyesuaikan diri dengan logika media dan bahasa populer demi menarik audiens. Sebuah studi mengenai situs dakwah digital menemukan bahwa konten agama, termasuk spiritualitas dan moral, tidak lagi berdiri pada tradisi teks agama semata, tetapi mulai mengikuti logika media sosial yang menekankan estetika, keterhubungan emosional, dan narasi singkat yang dapat dengan cepat dibagikan. Dalam beberapa kasus, institusi tradisional keagamaan tidak lagi menjadi satu-satunya pembentuk otoritas spiritual, figur-figur baru bermunculan sebagai micro-celebrities atau influencer keagamaan yang mampu memproduksi konten islami

⁷ Azmy, A., "Digitalisasi Dakwah: Pengaruh Media Sosial terhadap Penyebaran Tasawuf Pop," *Jurnal Ilmiah Dakwah*, Vol. 12, No. 2 (2018), 99-115.

⁸ O'Leary, S., "The Popularization of Sufism: The Influence of Social Media," *Journal of Contemporary Islamic Studies*, Vol. 9, No. 03 (2020), 55-75.

yang relevan dengan kehidupan modern.⁹ Kemunculan otoritas keagamaan digital semacam ini menunjukkan bahwa religiositas kontemporer mengalami reorientasi dari pesan tradisional ke bentuk yang lebih renegosiasi melalui estetika digital.¹⁰

Menurut perspektif sosiologis, fenomena pop Islam ini sejalan dengan teori yang menggambarkan agama sebagai arena praktik budaya yang dinamis, bukan sekadar sistem simbol atau ritual tertutup. Dalam kajian representasi agama di media, spiritualitas dapat dipahami sebagai performatif dan kontemporer, di mana pengguna media sosial aktif terlibat dalam membentuk narasi spiritual mereka sendiri. Riset lintas agama tentang penggunaan media sosial untuk praktik spiritual menunjukkan bahwa umat beragama di berbagai tradisi memanfaatkan ruang digital untuk memperluas pengalaman spiritual mereka, membangun komunitas baru, serta meningkatkan keterlibatan sosial dalam konteks religius. Peran ini tidak hanya terbatas pada penyebaran informasi, tetapi juga mencakup negosiasi ulang makna ritual, identitas spiritual, dan praktik religius dalam konteks masyarakat digital global.

Untuk menghadapi beragam persoalan yang berkembang di tengah masyarakat, perlu merumuskan strategi dakwah yang lebih praktis dan relevan dengan kondisi sosial yang ada. Strategi tersebut juga perlu dikembangkan secara tematis agar mampu menjawab kebutuhan masyarakat, terutama di lingkungan pesantren. Di samping itu, penyampaian materi dakwah hendaknya disesuaikan

⁹ Lukman, A., "Peran Instagram dalam Transformasi Dakwah Tasawuf di Era Digital", *Jurnal Agama dan Media*, Vol. 15, No. 3 (2021): 83-100.

¹⁰ K. Jafari & A. Abdulla, *Social Media, Religion, and the Digital Public Sphere* (New York: Springer, 2022), 120-125.

dengan karakteristik generasi milenial yang lebih menyukai komunikasi visual, interaktif, serta memanfaatkan teknologi digital sebagai media utama.¹¹

Pada akun Instagram @dawuhguru merupakan contoh nyata dari fenomena tasawuf pop yang hadir sebagai bentuk dakwah dan tasawuf yang dipadukan ke dalam estetika visual dan naratif digital. Akun semacam ini biasanya menyajikan kutipan-kutipan spiritual, cerita pendek yang mengandung pesan moral, serta visual yang memadukan nilai tasawuf dengan gaya hidup kontemporer. Transformasi ini membuka ruang baru bagi konsep tasawuf yang konvensional dari tradisi yang biasanya teksual dan ritualistik ke bentuk naratif antropologis dan estetis, yang akrab dengan budaya digital saat ini. Kendati demikian, fenomena ini juga menimbulkan pertanyaan kritis mengenai autentisitas ajaran tasawuf, tingkat pemahaman spiritual yang disampaikan, dan potensi reduksi teks-teks mistik kompleks menjadi slogan motivasional yang mudah dikonsumsi.

Instagram dengan orientasi visualnya menjadi tempat yang paling nyaman dan strategis bagi penyebar konten tasawuf. Dalam hal ini yang akan menjadi topik pembahasan adalah pada akun @dawuhguru dengan memanfaatkan estetika visual dengan tipografi yang modern, latar berwarna hitam, dengan tulisan yang dilapisi warna emas, dan menggunakan desain yang minimalis, menjadikan tidak hanya sebatas pesan saja yang disampaikan, akan tetapi dengan gaya desain yang estetik sehingga penikmatnya tidak jenuh, sehingga dapat menyesuaikan selera generasi urban digital. Di satu sisi, ia membuka jalan bagi masyarakat modern yang haus

¹¹ Mutrofin, dkk, "Visionary Da'wah Strategies of Kiai in Empowering Students as Independent Millennial Farmers", *Mubarrrik: Jurnal Dakwah dan Sosial*, Vol. 08, No. 02, 2025, 112.

makna untuk mengenal spiritualitas Islam dengan cara yang lebih sederhana. Di sisi lain, ia berpotensi menimbulkan komodifikasi agama yakni proses di mana nilai-nilai spiritual direduksi menjadi komoditas yang dapat dijual, dibagikan, dan dikonsumsi secara massal. Dalam konteks ini, pesan sufistik yang mendalam kerap disederhanakan menjadi kutipan motivasi cinta atau refleksi singkat yang bersifat performatif dan sesuai dengan logika pasar digital.¹²

Tidak sedikit postingan @dawuhguru mengangkat kutipan dari para tokoh-tokoh Nusantara dan Luar Negeri, seperti halnya Gus Baha, Gus Kautsar, Cak Nun, Prof. Quraisy Shihab, KH. Maimoen Zubair, Bunyai, dan masih banyak lagi. Tidak hanya ulama' nusantara, akan tetapi juga Habaib namun tidak banyak kutipan yang di upload. Sehingga dari beliau-beliau para penikmat konten dibuat percaya, karena yang dikutip berasal dari para tokoh yang memiliki dampak baik dan banyak terlihat di media sosial.

Postingan @dawuhguru memberikan perspektif yang luas, tidak hanya sebuah tasawuf saja tetapi juga dakwah, yang secara umum diartikan sebagai ajakan kepada orang lain dengan tujuan baik yaitu *amar ma'ruf nahi munkar*, pengertian itu sudah termaktub dalam QS. Ali-Imron ayat 104 yang berbunyi:¹³

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۚ وَأُولَٰئِكَ

هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

¹² Syamsul Wathoni, "Tasawuf POP di Instagram: Antara Komodifikasi Agama dan Gaya Hidup Religius", *al-Mikraj: Jurnal Studi Islam dan Humaniora*, Vol. 05, No. 02, 2025, 2376

¹³ Rusydan Abdul Hadi & Yayat Suharyat, "Dakwah dalam Perspektif al-Qur'an dan al-Hadits", *Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya*, Vol. 01, No. 05, 2025, 01.

Artinya: “Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar; merekalah orang-orang yang beruntung”

Dakwah tidak melulu tentang ajakan kepada kebaikan, tetapi sebuah ibadah yang apabila dilaksanakan dengan baik dan benar maka Allah akan menggajarnya dengan pahala. Namun, untuk melakukan sebuah dakwah maka perlunya peraturan, tata cara, dan batas-batas yang wajib dipatuhi. Hal tersebut dapat kita temukan dalam sumber hukum yang utama dalam umat islam yaitu pada al-Qur'an dan Hadits. Apabila dakwah dilakukan dengan tanpa mengamalkan aturan-aturan dalam al-Qur'an dan Hadits, maka tidak ada gunanya dan bahkan mendatangkan kerusakan dengan alih kebaikan.¹⁴ Dalam sebuah riwayat mengatakan, Rasulullah membandingkan keutamaan dakwah dengan seekor unta merah,¹⁵ beliau bersabda:

فَوَاللَّهِ لَأَنْ يُهْدَى بِكَ رَجُلٌ وَاحِدٌ خَيْرٌ لَكَ مِنْ حُمْرِ النَّعَمِ

Artinya: “Demi Allah, sungguh satu orang saja diberi petunjuk (oleh Allah) melalui perantaraanmu, maka itu lebih baik dari unta merah.” HR. Bukhari no. 2942

Hadits diatas cukup menjelaskan tentang keutamaan dakwah, dengan perumpamaan seekor unta merah yang pada saat itu amat mulia karena simbol kemewahan. Tidak itu saja, ada ayat lain yang mengajak kepada umat manusia untuk menyeru pada kebaikan, yaitu pada QS. An-Nahl ayat 125:

¹⁴ Rusydan Abdul Hadi & Yayat Suharyat,....3

¹⁵ Pada zaman Rasulullah, unta merah (*humrul na'am*) adalah simbol kekayaan, kemewahan, dan harta paling berharga di kalangan bangsa Arab, bahkan nilainya bisa setara emas, sering dipakai dalam perumpamaan hadits untuk menunjukkan betapa mulianya pahala amal akhirat seperti memberi hidayah atau menyebarkan sunnah, meskipun ada juga unta spesifik bernama Qaswa (unta betina Nabi) yang terkenal, bukan karena warnanya merah, melainkan karena kesetiaannya.

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ

هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۖ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١١٥﴾

Artinya: “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk.”¹⁶

Apabila melihat kedepan, dinamika tersebut mencerminkan dilema yang lebih luas dalam studi agama digital antara kebutuhan untuk menjangkau audiens luas dengan bahasa yang relevan secara kultural dan risiko kehilangan substansi ajaran tradisional di dalam proses estetisasi dan komodifikasi. Permasalahan hubungan antara konten tasawuf digital dengan pemahaman tasawuf tradisional belum banyak diteliti secara ilmiah di Indonesia terutama dalam konteks populasi pengguna Instagram yang besar dan beragam secara demografis. Sementara penelitian telah mengamati komodifikasi agama secara umum pada konten Instagram dakwah, kajian yang berfokus pada fenomena tasawuf pop yang melekat pada akun tertentu seperti @dawuhguru masih sangat jarang, sehingga membuka celah penelitian kritis yang relevan untuk mengisi kekosongan pengetahuan empiris di bidang ini.

Dengan mempertimbangkan perkembangan teknologi komunikasi digital yang terus berkembang dan peran media sosial dalam praktik keagamaan modern, tesis ini berupaya menghubungkan kerangka teoritis tentang digital religion, komodifikasi spiritual, serta representasi konten religius visual dengan fenomena tasawuf pop di Instagram secara khusus dalam konteks akun @dawuhguru.

¹⁶ Departemen Agama RI. “*Al-Qur’an dan Terjemahannya*”, (Bandung: PT. Sygma Examedia Arkanleema, 2009), 281.

Penelitian ini diharapkan tidak hanya menggambarkan fenomena kontemporer, tetapi juga memberikan analisis kritis terhadap cara nilai-nilai tasawuf diproduksi dan dikonsumsi dalam ekosistem media sosial yang cepat berubah. Dengan ruang lingkup yang demikian, tesis ini memiliki kontribusi penting dalam memperkaya diskursus akademik terkait agama, media sosial, serta praktik spiritual kontemporer di Indonesia.

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian yang akan diteliti, maka peneliti membuat fokus penelitian supaya pembahasannya tidak melebar, sebagaimana berikut:

1. Bagaimana Eksistensi dari Tasawuf Pop sebagai Media Dakwah Digital?
2. Bagaimana akun @dawuhguru dalam Memproduksi Konten Dakwah Digital?
3. Bagaimana Peran Media Dakwah pada akun @dawuhguru dalam Menyajikan Konten yang Berhubungan dengan Tasawuf Pop?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian diatas, maka perlunya tujuan penelitian, adapun tujuan penelitian sebagaimana berikut:

1. Mengetahui Eksistensi dari Tasawuf Pop sebagai Media Dakwah digital.
2. Mengetahui akun @dawuhguru dalam memproduksi konten dakwah digital.
3. Mengetahui peran media dakwah pada akun @dawuhguru dalam menyajikan konten yang berhubungan dengan tasawuf pop.

D. Kegunaan Penelitian

Dengan adanya tujuan diatas, pastinya ada target yang ingin dicapai, dari target tersebut penelitian ini diharapkan memberikan manfaat yang signifikan dari problematika sosial, baik dari segi manfaat teoritis maupun manfaat praktis. Adapun manfaat penelitian ini diharapkan sesuai dengan fokus penelitian diatas sebagai berikut:

1. Aspek Teoritis

Penelitian ini terdapat manfaat teoritis yang dapat memberikan manfaat yang signifikan dari perkembangan khazanah keilmuan. Dari sini, penelitian ini tidak hanya sebatas tulisan akan tetapi apa yang diberikan dari penelitian ini dapat memberikan dampak baik, tentang dakwah dan tasawuf sehingga pembaca dapat meleak akan keilmuan yang terus berkembang seiring waktu.

Dalam penelitian ini didalamnya akan ada penggabungan dua disiplin ilmu yaitu tasawuf yang lebih terkhusus kepada tasawuf pop, dan dakwah digital melalui media sosial. Penggabungan dua disiplin itu dilakukan guna menyusun sebuah kerangka teori untuk menghasilkan penelitian yang baik, dengan mengintegrasikan antara tasawuf, dakwah digital dan platform media sosial instagram dalam satu model analisis.

2. Aspek Praktis

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan sebagai bahan untuk memperluas khazanah keilmuan baik dalam hal tasawuf maupun dakwah digital tentang *“Tasawuf Pop Sebagai Media Dakwah Digital: Analisis Konten Keislaman Pada Akun*

Instagram @dawuhguru”. Selain itu juga untuk memperluas sudut pandang peneliti tentang tasawuf yang seharusnya bersikap formal dan berpedoman kepada kitab-kitab klasik serta didampingi oleh seorang mursyid atau guru, dan pada akhirnya zaman sekarang harus berinovasi bagaimana tasawuf dapat dikemas melalui dakwah dan dapat diterima diberbagai khalayak usia.

2. Bagi Peneliti lain

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi refrensi peneliti lain, sekaligus sebagai informasi untuk mengembangkan pengetahuan tentang konten-konten media sosial tentang tasawuf pop sebagai dakwah digital dalam ranah Instagram. Adapun kegunaan bagi peneliti lain diantaranya pada:

a. Pemilik Akun @dawuhguru

Manfaat bagi peneliti lain terutama adalah pemilik akun dengan adanya penelitian ini, pemilik bisa melihat kebutuhan umat islam terutama gen Z yang serba instan, dan membutuhkan siraman rohani yang dibungkus dengan estetik yang sesuai dengan trend kebutuhan generasi muda, sehingga penelitian ini dapat memberikan gambaran yang dibutuhkan dari pemilik akun @dawuhguru dalam memproduksi konten-konten yang berbasis dakwah dan tasawuf.

b. Desainer Konten

Penelitian ini tidak hanya membahas tentang apa yang menjadi tema besar yaitu Tasawuf Pop, akan tetapi apa saja yang mendukung konten tersebut dapat diterima dengan mudah oleh khalayak, maka dalam hal ini masuk kepada ranah desainer. Sehingga dalam penelitian ini harapannya sebuah

konten tidak diproduksi seenaknya, akan tetapi bagaimana menjaga estetika sebuah konten, sehingga audiens tidak jenuh dan malas untuk melihat serta membaca apa yang diangkat dalam postingan tersebut.

c. Audiens/Responden

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan tentang keilmuan baik ilmu tasawuf maupun dakwah, dan juga audiens tidak hanya melihat akun @dawuhguru saja, akan tetapi juga mengetahui maksud dan latar belakang dari akun tersebut dalam memproduksi konten, baik secara tersirat maupun tersurat.

E. Penegasan Istilah

Untuk menghindari kesalah fahaman dan melebarnya pembahasan penelitian, maka perlunya penegasan istilah serta memudahkan pembaca dalam memahami maksud judul yang menjadi pembahasan. Maka peneliti perlunya memberikan penjelasan mengenai istilah-istilah yang terdapat dalam judul penelitian ini.

1. Tasawuf Pop

Tasawuf Pop merupakan representasi dari ajaran tasawuf yang dikemas dalam format populer, estetik, dan mudah diakses melalui media sosial. Jika tasawuf tradisional menekankan pada dimensi kontemplatif, dan spiritual melalui bimbingan seorang guru dan kitab klasik, sedangkan tasawuf pop mengemas ajarannya dalam bentuk kutipan singkat, ilustrasi visual, dan narasi motivasional yang *related* dengan keadaan. Transformasi seperti itu menjadikan audiens

memahami tasawuf dengan lebih mudah difahami, disebarluaskan dan diinterbalisasikan oleh masyarakat digital.¹⁷ Dengan adanya tasawuf pop kawula muda lebih mudah memahami maksud dari tasawuf itu sendiri, karena generasi muda cenderung berat untuk menerima pelajaran tentang tasawuf klasik dengan penjelasan yang panjang.

2. Media Dakwah Digital

Media Dakwah merupakan suatu ajakan menuju kebaikan guna mendekatkan diri kepada Allah, apabila dilihat secara etimologis berasal dari bahasa arab yaitu دعا – يدعو – دعوة yang memiliki arti menyeru, memanggil, mengajak, mengundang. Sedangkan secara etimologis memiliki arti mengajak kebaikan kepada Allah, para Nabi dan Rasul, serta para orang-orang yang shalih dan beriman. Dari pengertian diatas dapat dipahami bahwa dakwah merupakan suatu bentuk usaha dari hal negatif menuju kepada hal positif, seperti contoh dari kekufuran menuju kepada keimanan, dari persatuan kepada kemakmuran, dari perpecahan menuju persatuan, dan dari kemaksiatan menuju ketaatan untuk menggapai ridha Allah, yang kesemuanya itu merupakan bentuk dari dakwah.¹⁸ Dakwah sendiri tidak hanya berpatokan kepada ceramah, pengajian, ajakan untuk berbuat kebaikan melalui mulut ke mulut, akan tetapi seiring perkembangan zaman dan teknologi semakin maju, maka dakwah hari ini perlu untuk bertransformasi ke media digital. Media Digital sangat diperlukan, karena

¹⁷ Syamsul Wathoni, "Tasawuf POP di Instagram....", 2376.

¹⁸ Muhammad Qadaruddin Abdullah, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Pasuruan: Penerbit Qiara Media, 2019), 2-3.

tidak ada batas ruang dan waktu untuk memberikan dakwah terutama pada generasi milenial maupun Gen Z yang lebih sering bermain media sosial.

3. Konten Keislaman akun Instagram @dawuhguru

Konten keislaman harus bisa menyesuaikan perkembangan zaman, seperti halnya melalui media sosial, seperti halnya platform media sosial yang populer di zaman sekarang yaitu Instagram. Instagram berasal dari kata “insta” atau “instan” yang merujuk kepada kamera polaroid dengan sebutan “foto instan”, instagram pada mulanya hanya sebagai platform untuk berbagi foto, dengan seiringnya waktu, instagram melakukan *update* fitur-fitur didalamnya, yang kini bisa digunakan dalam pembuatan konten video, upload video, insta story, reels, dan masih banyak lagi. Peminat instagram sangatlah banyak, dan memiliki 2 miliar pengguna aktif tiap bulannya, terutama dikalangan gen milenial dan gen Z. Dengan fitur yang cukup banyak, instagram tidak hanya sebagai alat komunikasi saja, namun menjadi platform aktualisasi diri yang populer, sehingga banyak influencer yang memanfaatkan platform ini untuk menampilkan dirinya.¹⁹ Konten-konten yang disajikan pada akun @dawuhguru adalah sebagai bukti bahwa penyampaian tasawuf sebagai media dakwah melalui media sosial dan dibungkus semenarik mungkin sehingga cukup ringan diterima dikalangan Gen Z. Konten-konten yang disajikan oleh akun @dawuhguru sangat menarik bagi Gen Z yang lebih cenderung menggunakan media sosial, dengan banyaknya konten-konten yang diupload di Instagram, maka perlunya penyeimbangan

¹⁹ Kartini Sikumbang, dkk, “Peran Media Sosial Instagram terhadap Interaksi Sosial dan Etika pada Generasi Z”, *Jurnal on Education*, Vol. 06, No. 02, 2024, 11031-11032

berupa konten-konten keislaman sehingga jiwa seseorang akan terus disirami dengan hal-hal yang baik seperti spiritualitas tentang kehidupan.