

FRAMING DAKWAH ISLAM TERHADAP FLEXING, SEKS BEBAS DAN BUDAYA NARSISME DI ERA DIGITAL

Ahmad Salman Farid

Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal, Indonesia,
ahmadsalmanfarid@stain-madina.ac.id

Article:

Received: 11 April, 2025

Accepted: 28 Mei, 2025

Published: 30 Juni, 2025

© 2025 The Author(s).



This is an open-access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license

Correspondence Address:

ahmadsalmanfarid@stain-madina.ac.id

Abstrak: Budaya digital telah memunculkan fenomena sosial baru yang memengaruhi perilaku generasi muda, seperti flexing, seks bebas, dan narsisme. Fenomena ini menjadi tantangan serius bagi dakwah Islam dalam menjaga nilai-nilai moral dan spiritual di tengah arus budaya populer. Penelitian ini bertujuan menganalisis bagaimana pesan dakwah dibingkai di media sosial, khususnya dalam merespons ketiga fenomena tersebut. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif, dengan analisis framing model Robert Entman terhadap konten dakwah digital di YouTube dan TikTok. Hasil menunjukkan dua pola utama framing dakwah yaitu normatif-represif dan reflektif-humanis. Pola reflektif-humanis lebih diterima audiens karena menekankan empati, dialog, dan pendekatan psikospiritual yang tidak menghakimi. Namun, muncul kecenderungan komodifikasi dakwah yang dapat mengaburkan makna spiritual dakwah itu sendiri. Penelitian ini menekankan pentingnya framing dakwah yang komunikatif dan kontekstual agar dakwah dapat berfungsi sebagai medium dialog dan penyembuhan spiritual di era digital.

Kata Kunci: Framing dakwah, budaya digital, flexing, seks bebas, narsisme.

Pendahuluan

Media sosial menjadi ruang ekspresi yang subur bagi identitas digital, di mana seseorang dapat menampilkan sisi terbaik dirinya secara visual dan naratif.¹ Dalam konteks ini, muncul fenomena budaya populer yang merefleksikan perubahan nilai dan perilaku sosial, seperti flexing, yaitu kecenderungan untuk memamerkan kekayaan atau gaya hidup mewah; seks bebas, yang kian dinormalisasi sebagai ekspresi cinta atau kebebasan tubuh; serta narsisme, yang tumbuh subur dalam balutan narasi self-love, tetapi kadang menjurus pada bentuk eksistensi yang berlebihan.

Fenomena ini menjadi perhatian bukan hanya dalam kajian psikologi sosial dan studi media, tetapi juga dalam komunikasi keagamaan. Para pendakwah—baik tradisional maupun digital, menghadapi tantangan baru dalam menyampaikan nilai-nilai moral dan spiritual di tengah derasnya arus budaya digital. Dalam konteks ini, konsep framing dalam komunikasi menjadi sangat relevan. Teori framing² menjelaskan bahwa realitas sosial dibentuk oleh cara suatu isu dikemas, dipilih, dan ditonjolkan melalui bahasa dan simbol. Dengan demikian, framing dakwah dapat dipahami sebagai strategi komunikatif untuk mengonstruksi makna atas fenomena sosial dalam bingkai nilai-nilai keagamaan.

Fenomena flexing secara masif ditemukan di platform seperti TikTok dan Instagram.³ Berdasarkan penelitian Anicich (2022)⁴ lebih dari 60% pengguna Gen Z di Indonesia mengunggah konten yang menampilkan status ekonomi, lifestyle, atau barang mewah. Konten flexing seperti video unboxing barang branded, konten “*daily life in luxury apartment*,” hingga pameran gaji dalam bentuk slip pembayaran, menjadi tren yang normal. Di sisi lain, data Komnas Perempuan (2023)⁵ mencatat meningkatnya kasus seks pranikah dan kehamilan di luar nikah pada usia remaja yang signifikan terjadi karena normalisasi relasi seksual bebas melalui media sosial dan rendahnya literasi seksual berbasis nilai.

¹ Haoyue Wang, Mumtaz Aini Binti Alivi, and Siti Ezaleila Binti Mustafa, “Unveiling the Relationship between Social Media and Self-Objectification: A Three-Level Meta-Analysis,” *Body Image* 53 (June 2025): 101895; Shardul Shankar and Vijayshri Tewari, “Investigating Leadership Discussion on Social Media: A NLP and Machine Learning Perspective,” *Technology in Society* (April 2025): 102936; R A Sholihah and D M Rohmatulloh, “‘Morning Slaps’ Da’wah: A Study on @taqy_malik Instagram Account Registers,” *Intellectual Discourse* 31, no. 2 (2023): 551–574; N Frisch, V Belair-Gagnon, and C Agur, “Media Capture with Chinese Characteristics: Changing Patterns in Hong Kong’s News Media System,” *Journalism* 19, no. 8 (2018): 1165–1181.

² Robert M. Entman, “Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm,” *Journal of Communication* 43, no. 4 (December 1993): 51–58.

³ T Trillò et al., “‘I Love This Photo, I Can Feel Their Hearts!’ How Users across the World Evaluate Social Media Portraiture,” *Journal of Communication* 73, no. 3 (2023): 235–246.

⁴ Eric M. Anicich, “Flexing and Floundering in the On-Demand Economy: Narrative Identity Construction under Algorithmic Management,” *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 169 (March 2022): 104138.

⁵ Komnas Perempuan, *Siaran Pers Komnas Perempuan tentang Peluncuran Catatan Tahunan Kasus Kekerasan Terhadap Perempuan Tahun 2023* (Jakarta, March 2023).

Sementara itu, fenomena narsisme digital telah menjadi topik penting dalam psikologi media.⁶ Twenge dan Campbell (2018)⁷ menyatakan bahwa narsisme meningkat secara signifikan seiring penggunaan intensif media sosial, terutama yang berfokus pada citra diri seperti Instagram. Narsisme ini, yang secara permukaan terlihat sebagai *self-confidence*, sejatinya sering lahir dari kebutuhan akan validasi sosial, ketakutan terhadap keterasingan, dan kekosongan identitas spiritual.

Ironisnya, di tengah arus deras ini, pesan-pesan dakwah keagamaan seringkali mengalami dislokasi makna.⁸ Banyak konten dakwah yang menyampaikan kritik keras terhadap gaya hidup tersebut, namun justru berbalik ditinggalkan audiens karena dianggap menghakimi, kaku, atau tidak relevan.⁹ Ini menunjukkan bahwa strategi framing pesan dakwah belum sepenuhnya adaptif terhadap budaya komunikasi digital.

Kajian tentang dakwah digital telah berkembang luas, baik dari sisi strategi, medium, maupun aktor pendakwah (Hidayat, 2020; Rizki & Khoiruddin, 2021). Namun, penelitian yang secara spesifik mengkaji bagaimana framing dakwah terhadap fenomena-fenomena gaya hidup digital seperti flexing, seks bebas, dan narsisme masih sangat terbatas. Kebanyakan studi berhenti pada analisis normatif, misalnya, tentang haram atau tidaknya suatu tindakan, tanpa mengeksplorasi cara penyampaian pesan dan narasi yang dibangun oleh para pendakwah dalam menjawab tantangan budaya populer.

Selain itu, pendekatan framing dalam konteks dakwah lebih sering digunakan untuk menganalisis isu politik dan sosial (lihat: Nasyith & Mahfud, 2019), namun belum banyak yang menelusuri framing dakwah atas fenomena kultural dalam media sosial yang sangat relevan dengan kehidupan sehari-hari generasi muda. Oleh karena itu, diperlukan kajian yang lebih spesifik, mendalam, dan reflektif untuk menjawab gap tersebut.

Penelitian ini menjadi signifikan dalam rangka membangun pemahaman yang kritis sekaligus konstruktif mengenai bagaimana pesan-pesan keagamaan dirancang dan disampaikan dalam merespons tantangan nilai yang muncul dari budaya digital yang berkembang pesat. Melalui pendekatan analisis framing dakwah, studi ini diharapkan mampu memetakan wacana dakwah secara lebih aktual dan kontekstual terhadap

⁶ Fauzi, "Strategi Dakwah Di Era Digital Dalam Meningkatkan Pemahaman Agama Islam," *Liwaul Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah dan Masyarakat Islam* 13, no. 1 (June 12, 2023): 35–55.

⁷ Jean M. Twenge and W. Keith Campbell, "Associations between Screen Time and Lower Psychological Well-Being among Children and Adolescents: Evidence from a Population-Based Study," *Preventive Medicine Reports* 12 (December 2018): 271–283.

⁸ I Afidah et al., "Community-Driven Initiatives to Enhance Religious Awareness among Migrant Communities in Malaysia, Australia, and South Korea," *Journal of Religious and Theological Information* 23, no. 4 (2024): 111–132; B Uyuni et al., "Exploration of Wali-Songo (Nine Saints) Ziyarat in Indonesia from Religious Tourism (Pilgrimage) Perspective," *Cogent Arts and Humanities* 11, no. 1 (2024); Y Z Abidin, "Maintaining Faith from within: How Chinese Muslim Organisations in Indonesia Improve Converts' Understanding of Islam," *HTS Theologies Studies / Theological Studies* 78, no. 1 (2022); M Mustapha and M A A Razak, "A Critical Appraisal of Zakir Naik's Islamic Evangelism," *International Journal of Islamic Thought* 15 (2019): 71–83.

⁹ G Mukhtar and H J Ritonga, "Islamic Communication of Rumah Quran Aisyah in Increasing Interest In Learning The Quran," *Nazhruna: Jurnal Pendidikan Islam* 6, no. 3 (2023): 356–371; M K F Raya, "Digital Islam: New Space for Authority and Religious Commodification among Islamic Preachers in Contemporary Indonesia," *Contemporary Islam* 19, no. 1 (2025): 161–194.

fenomena-fenomena populer seperti flexing, seks bebas, dan budaya narsistik yang marak di media sosial. Tidak hanya itu, penelitian ini juga berpotensi menjadi rujukan penting bagi para pendakwah, lembaga dakwah kampus, dan institusi penyiaran Islam dalam merancang narasi dakwah yang lebih komunikatif, relevan, dan responsif terhadap kebutuhan serta karakteristik audiens digital, khususnya generasi muda.

Dalam konteks keilmuan, penelitian ini memberikan kontribusi berarti terhadap pengembangan teori framing dalam kajian komunikasi dakwah, terutama yang bersentuhan langsung dengan budaya populer digital. Secara praktis, hasil penelitian ini juga penting dalam mendukung gerakan moderasi beragama yang menekankan pada pendekatan inklusif, empatik, dan dialogis, tanpa kehilangan pijakan nilai-nilai Islam yang esensial. Berdasarkan urgensi dan nilai strategis tersebut, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana framing dakwah dikonstruksi dalam merespons fenomena flexing, seks bebas, dan narsisme di media sosial; mengidentifikasi pola narasi keagamaan yang dominan dalam konten dakwah digital terhadap budaya populer tersebut; mengkaji efektivitas dan daya terima framing dakwah dari perspektif audiens muda digital; serta menyusun rekomendasi strategi framing dakwah yang adaptif terhadap perubahan budaya komunikasi di era digital.

Media sosial telah menjadi ruang utama bagi generasi muda dalam mengekspresikan diri dan membentuk identitas. Dalam ruang ini, muncul fenomena seperti flexing (pamer kekayaan), seks bebas, dan narsisme, yang menjadi bagian dari budaya populer digital. Ketiga fenomena ini menunjukkan pergeseran nilai sosial yang signifikan dan menghadirkan tantangan besar bagi dakwah Islam. Pesan-pesan keagamaan yang disampaikan secara normatif dan konfrontatif sering kali tidak lagi mendapat tempat karena dianggap menghakimi dan tidak relevan. Oleh karena itu, dakwah perlu menyesuaikan diri dengan karakter audiens digital yang lebih terbuka, visual, dan kritis terhadap otoritas tradisional.

Dalam konteks ini, teori framing menjadi alat penting dalam merancang pesan dakwah yang lebih komunikatif dan kontekstual. Framing membantu pendakwah untuk membingkai fenomena sosial dengan cara yang tidak hanya menyampaikan nilai, tetapi juga membangun kedekatan emosional dengan audiens. Penelitian ini penting karena tidak hanya membahas isi dakwah, tetapi juga menelaah bagaimana strategi framing digunakan untuk merespons budaya digital. Dengan menggunakan model framing Robert Entman, studi ini menawarkan pemahaman baru tentang komunikasi keagamaan di era media sosial sekaligus memberikan panduan praktis bagi pendakwah agar pesan mereka lebih mudah diterima dan berdampak dalam kehidupan generasi muda.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode analisis framing sebagai alat utama untuk mengungkap konstruksi makna yang dibangun dalam pesan-pesan dakwah digital terhadap fenomena flexing, seks bebas, dan budaya narsistik di media sosial. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memahami secara mendalam bagaimana realitas sosial dikonstruksi melalui bahasa, simbol, dan narasi

yang digunakan oleh para pendakwah dalam menyikapi budaya digital kontemporer. Analisis framing yang digunakan mengacu pada model Robert Entman (1993),¹⁰ yang menekankan empat elemen utama dalam pembingkai pesan: *define problems*, *diagnose causes*, *make moral judgments*, dan *suggest remedies*. Dengan model ini, penelitian menelaah bagaimana pendakwah mendefinisikan fenomena, mengidentifikasi penyebab, menilai dari sudut pandang moral, dan menawarkan solusi keagamaan dalam bingkai naratif.¹¹

Sumber data dalam penelitian ini berasal dari konten-konten dakwah digital yang diunggah di platform media sosial populer, seperti YouTube, TikTok, dan Instagram, khususnya dari akun-akun yang memiliki audiens besar dan dianggap sebagai rujukan dakwah oleh kalangan muda. Pemilihan sumber data dilakukan secara purposif, dengan mempertimbangkan keterwakilan berbagai gaya dakwah, baik yang bersifat konservatif, moderat, maupun progresif. Setidaknya 10 konten video atau unggahan dengan tema yang secara eksplisit membahas flexing, seks bebas, dan narsisme akan dianalisis dalam penelitian ini. Untuk memperkuat interpretasi data, peneliti juga melakukan wawancara mendalam dengan beberapa pendakwah digital serta audiens muda dari kalangan mahasiswa guna memahami bagaimana narasi tersebut diterima, dimaknai, dan memberi dampak dalam kehidupan.

Konten yang dianalisis dipilih secara purposif dari platform media sosial populer seperti YouTube, TikTok, dan Instagram. Kriteria pemilihannya mencakup: (1) konten yang secara eksplisit membahas salah satu dari tiga fenomena utama (flexing, seks bebas, narsisme); (2) diproduksi oleh pendakwah atau lembaga dakwah yang memiliki pengikut minimal 100.000, sebagai indikator jangkauan audiens; (3) dipublikasikan dalam rentang waktu dua tahun terakhir (2023–2025) agar tetap relevan dengan konteks digital terkini; dan (4) memiliki interaksi signifikan dalam bentuk komentar, likes, atau jumlah tayangan, yang mencerminkan keterlibatan audiens.

Selain analisis konten, peneliti juga melakukan wawancara mendalam sebagai data pelengkap. Wawancara dilakukan dengan lima pendakwah digital dari latar belakang konservatif, moderat, dan progresif yang aktif di media sosial, serta delapan audiens muda berusia 18–25 tahun dari kalangan mahasiswa yang rutin mengakses konten dakwah digital. Wawancara dilakukan secara daring menggunakan platform Zoom dan WhatsApp call, dengan panduan semi-terstruktur yang berfokus pada persepsi mereka terhadap isi, gaya penyampaian, dan dampak pesan dakwah yang dikonsumsi.

Teknik analisis dilakukan melalui tiga tahap utama, pertama, identifikasi dan transkripsi narasi dalam konten dakwah yang relevan; kedua, pembacaan kritis terhadap elemen-elemen framing berdasarkan kategori Entman; dan ketiga, interpretasi makna secara

¹⁰ Entman, "Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm."

¹¹ S Rohmah, A D Setyari, and B Suyanto, "Critical Discourse Analysis of Dakwah Media Texts on Mubadalah.Id," in *AIP Conference Proceedings*, ed. D Kurniati et al., vol. 3148 (American Institute of Physics, 2024).

kontekstual dengan memperhatikan latar budaya digital dan nilai-nilai dakwah Islam.¹² Validitas data dijaga melalui teknik triangulasi sumber dan teori, dengan membandingkan hasil analisis framing konten dengan wawancara serta kajian pustaka terkini tentang budaya populer dan komunikasi dakwah. Pendekatan ini diharapkan mampu memberikan gambaran utuh dan mendalam tentang bagaimana framing dakwah bekerja dalam menyikapi perubahan budaya yang cepat di era digital, sekaligus menawarkan peta strategi komunikasi dakwah yang lebih efektif, adaptif, dan bernilai transformasional.

Hasil dan Pembahasan

1. Framing Flexing

Dalam membongkai fenomena flexing, para pendakwah digital membangun dua pendekatan utama yaitu pendekatan kritik moral langsung dan pendekatan sindiran edukatif. Pada pendekatan pertama, flexing ditampilkan sebagai bentuk *ujub*, sombong, dan penyakit hati yang dapat mengikis keberkahan rezeki. Narasi yang muncul sering kali membandingkan antara gaya hidup hedonistik dengan nilai-nilai kesederhanaan dalam Islam, mengutip hadis atau kisah para sahabat Nabi. Sedangkan dalam pendekatan sindiran edukatif, pendakwah memilih gaya retorik yang menyindir perilaku flexing tanpa menghakimi, sering kali diselipkan humor atau analogi modern seperti perbandingan antara “konten sultan” dengan “konten santri”.

Namun, sebagian konten dakwah justru secara tidak sadar turut mereproduksi gaya flexing religius, misalnya ketika memamerkan gaya hidup mewah yang dibingkai sebagai “nikmat dari Allah” tanpa refleksi sosial. Hal ini menunjukkan kompleksitas framing yang kadang tumpang tindih antara pesan dakwah dan tren populer.

Tabel 1. Framing Flexing

Kategori Framing	Strategi Dakwah	Narasi Utama	Contoh Unggahan
Define Problem	Flexing = penyakit hati	“Pamer harta bisa jadi istidraj, bukan berkah.”	Ustadz A di TikTok: “Flexing is Fitnah”
Diagnose Cause	Gaya hidup konsumtif, validasi sosial	“Anak muda sekarang cari pengakuan lewat tas branded.”	YouTube ceramah singkat: “Riya Digital”
Make Moral Judgment	Bertentangan dengan tawadhu	“Kesombongan menutup pintu surga.”	IG Reels: Pesantren vs Sultan
Suggest Remedy	Sederhana & bersyukur	“Tunjukkan amal, bukan angka rekening.”	Live dakwah: “Zuhud di Zaman Instagram”

2. Framing Seks Bebas

¹² S Rijal, “Revitalizing Hadhrami Authority: New Networks, Figures and Institutions among Ḥabā’ib in Indonesia,” *Studia Islamika* A27, no. 2 (2020): 239–272.

Seks bebas dibingkai secara lebih tegas dalam konten dakwah digital. Sebagian besar pendakwah menggunakan pendekatan larangan moral yang ketat, dengan menekankan aspek dosa besar, ancaman neraka, dan kerusakan sosial. Namun, terdapat pula konten-konten dakwah yang mulai mengembangkan pendekatan empatik dan solutif, terutama ketika menyasar audiens muda yang terpapar budaya populer global. Pendakwah dengan pendekatan empatik ini tidak langsung menyalahkan, melainkan mengajak untuk mengenali akar masalah: kurangnya pendidikan seksual berbasis agama, pencarian kasih sayang, hingga trauma keluarga.

Model framing yang berhasil adalah yang menyatukan narasi dosa dan solusi, yakni mengakui bahwa seks bebas adalah pelanggaran agama, tetapi individu yang terjerumus tetap memiliki jalan taubat dan ruang penerimaan. Narasi ini membingkai dakwah sebagai pelukan, bukan palu.

Tabel 2. Framing Seks Bebas

Kategori Framing	Strategi Dakwah	Narasi Utama	Contoh Unggahan
Define Problem	Seks bebas = dekadensi moral	“Pergaulan bebas merusak jiwa, keluarga, dan bangsa.”	Ceramah IGTV: “Pacaran Zina yang Dibungkus Cinta”
Diagnose Cause	Kurangnya pendidikan agama	“Karena remaja tidak tahu batasan halal dan haram.”	Live streaming: “Kenapa Kamu Gampang Baper?”
Make Moral Judgment	Dosa besar, tapi manusiawi	“Zina itu dosa, tapi pintu taubat selalu terbuka.”	TikTok: “Hijrah dari Pacaran”
Suggest Remedy	Taubat, edukasi, konseling	“Cari cinta yang diberkahi, bukan yang dinodai.”	YouTube: “Dakwah Remaja tentang Cinta Halal”

3. Framing Budaya Narsisme

Budaya narsisme di media sosial sering disamakan dengan *self-love*, padahal keduanya memiliki akar dan motivasi yang berbeda. Dalam framing dakwah, narsisme dikonstruksi sebagai bentuk ketergantungan terhadap pujian dan validasi eksternal, yang bila tidak dikendalikan akan menjerumuskan individu dalam kesombongan dan kekosongan spiritual. Pendakwah yang progresif mencoba mengedukasi bahwa mencintai diri sendiri itu penting, namun harus berlandaskan pada keimanan dan kesadaran akan kelemahan manusia di hadapan Tuhan.

Menariknya, beberapa konten juga justru menunjukkan bahwa dakwah itu sendiri bisa terjebak dalam narsisme religius, seperti ketika seseorang menampilkan amal kebaikan atau hijrah secara berlebihan di media sosial demi citra pribadi. Oleh karena itu, framing yang muncul mulai mengarah pada ajakan untuk membangun keseimbangan antara aktualisasi diri dan kerendahan hati dalam ruang digital.

Tabel 3. Framing Budaya Narsisme

Kategori Framing	Strategi Dakwah	Narasi Utama	Contoh Unggahan
Define Problem	Narsisme pemujaan diri	= “Kamu sibuk selfie, tapi lupa sholat.”	Reels dakwah: “Antara Diri dan Tuhan”
Diagnose Cause	Ketergantungan validasi sosial	“Like dan komentar tidak menentukan nilai dirimu.”	TikTok dakwah ringan: “Self-Love atau Self-Delusi?”
Make Moral Judgment	Gangguan spiritual	“Hati yang kosong cari tepuk tangan, bukan ke masjid.”	YouTube: “Hijrah atau Pamer?”
Suggest Remedy	Introspeksi dan tawadhu	“Cintai diri karena Allah, bukan karena followers.”	Live Instagram: “Cermin untuk Jiwa”

Ketiga subtema di atas menunjukkan bahwa framing dakwah di era digital sangat dipengaruhi oleh gaya komunikasi, audiens sasaran, dan platform media yang digunakan. Narasi dakwah yang bersifat dialogis, adaptif, dan solutif cenderung lebih diterima oleh generasi muda dibandingkan dakwah yang bersifat dogmatis atau konfrontatif. Hasil ini menunjukkan bahwa keberhasilan framing dakwah digital tidak hanya terletak pada kebenaran isi, tetapi juga pada cara dan nada dalam menyampaikannya.

4. Framing Dakwah sebagai Respons Kultural terhadap Fenomena Digital

Di tengah laju deras arus digitalisasi, masyarakat kini tidak lagi sekadar hidup di dunia nyata, tetapi juga hidup dalam dunia digital yang sarat dengan simulasi, eksistensi artifisial, dan ledakan budaya populer. Fenomena flexing, seks bebas, dan budaya narsisme bukanlah entitas yang muncul secara tiba-tiba, melainkan merupakan produk dari ekosistem media sosial yang menjunjung tinggi pencitraan, kebebasan ekspresi, dan pengakuan publik sebagai nilai-nilai baru. Maka, dalam situasi seperti ini, dakwah tidak bisa lagi menggunakan pendekatan tradisional yang hanya mengulang-ulang larangan normatif, tetapi perlu merancang ulang pesan dan pendekatan yang kontekstual. Di sinilah strategi framing dalam dakwah menjadi sangat signifikan sebagai bentuk respons kultural terhadap realitas digital.

Robert Entman (1993)¹³ dalam tulisannya yang terkenal tentang framing menjelaskan bahwa proses framing bertujuan untuk memilih aspek-aspek tertentu dari suatu realitas dan menekankannya agar lebih menonjol dalam suatu teks komunikasi. Dalam konteks dakwah, pendakwah yang mampu melakukan proses framing secara strategis akan lebih berhasil dalam menyampaikan nilai-nilai Islam ke dalam realitas audiens yang telah

¹³ Entman, “Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm.”

“dibentuk” oleh algoritma media sosial.¹⁴ Misalnya, ketika mendakwahkan bahaya flexing, pendakwah yang hanya menyebutkan bahwa “sombong itu dosa” mungkin terdengar benar, tetapi tidak komunikatif bagi audiens Gen-Z yang melihat flexing sebagai ekspresi percaya diri atau bahkan sebagai strategi branding personal.

Sebaliknya, pendakwah yang melakukan framing dengan menyoroti bahwa flexing sebenarnya adalah ekspresi dari kekosongan spiritual, kebutuhan validasi sosial, dan ketimpangan makna hidup, akan lebih mudah diterima oleh audiens. Para pelaku flexing tidak merasa dihakimi, melainkan diajak untuk merefleksikan perilaku mereka secara lebih mendalam. Contohnya adalah konten dakwah Ustaz Hanan Attaki¹⁵ yang banyak membingkai masalah remaja bukan dalam bentuk larangan, tetapi sebagai “kegelisahan jiwa” yang butuh pelukan spiritual. Dalam banyak videonya, ia mengajak anak muda berdialog, bukan berdebat. Ia tidak menyalahkan flexing secara frontal, tetapi menunjukkan bahwa ketenangan hidup tidak terletak pada jumlah saldo, melainkan pada kedekatan dengan Allah.

Di sisi lain, fenomena seks bebas dan budaya narsisme yang semakin normal di ruang digital juga memerlukan strategi framing dakwah yang cermat. Jika tidak, dakwah justru akan menjadi asing di tengah masyarakat yang semakin terbuka, kritis, dan tidak mudah tunduk pada otoritas tradisional. Kita hidup di era post-truth, di mana narasi yang viral bisa mengalahkan yang valid. Oleh karena itu, framing dakwah harus dibangun dengan pendekatan yang memadukan validitas nilai dan keberterimaan publik.

Beberapa konten dakwah di TikTok dan YouTube telah mencoba mengemas pesan tentang seks bebas tidak lagi dengan gaya orasi keras, melainkan lewat pendekatan storytelling. Salah satunya adalah video “Hijrah dari Dunia Gelap” yang menampilkan kisah nyata seseorang yang pernah hidup dalam dunia pergaulan bebas dan akhirnya menemukan makna hidup melalui taubat. Video seperti ini memiliki kekuatan framing yang luar biasa karena tidak hanya menyampaikan larangan, tetapi juga memberikan gambaran bahwa setiap orang berhak berubah dan didekati dengan kasih sayang.

Dalam hal ini, teori komunikasi transaksional dari McLean (2023)¹⁶ sangat relevan. Dakwah tidak boleh dilihat sebagai komunikasi satu arah dari mubaligh kepada mad'u, melainkan sebagai proses timbal balik yang melibatkan interpretasi makna secara bersama. Maka, framing dakwah yang sukses adalah yang mampu menempatkan dirinya dalam posisi audiens, memahami psikologi, pengalaman, dan latar belakang sosial mereka, lalu menyusun pesan secara tepat.

¹⁴ M.I.H.A. Salam, “Al-Dawlah wa al-Da’wah al-Islāmīyah fi ‘Ahd al-Nizām al-Jadīd: Dirāsah fi Fikr Soeharto min Khilāl al-Khitābāt al-Ri’āsīyah fi al-Munāsabāt al-Islāmīyah bi Indonesia,” *Studia Islamika* 23, no. 1 (2016): 143–174.

¹⁵ Hanan Attaki, *Kamu Gelisah? Coba Dengerin Ini Biar Tenang - Ust. Hanan Attaki, L.C* (Indonesia: Hanan Attaki, 2019).

¹⁶ Brad McLean, “Transactional Analysis and Relationship Psychotherapy: A Need for Renewed Interest and Contemporary Thinking,” *Transactional Analysis Journal* 53, no. 2 (April 2023): 113–129.

Studi yang dilakukan oleh Siagian (2024)¹⁷ dalam *Jurnal Komunikasi Malaysia* membuktikan bahwa konten dakwah yang mengadopsi gaya budaya populer, baik dalam bentuk visual, bahasa, maupun pendekatan, lebih disukai dan lebih berdampak. Ini menegaskan bahwa dalam era digital, bukan hanya pesan yang penting, tetapi juga kemasan dan cara menyampaikannya. Dakwah tidak kehilangan substansi jika disampaikan dengan cara yang modern, selama nilai yang dibawa tetap murni dan berbasis ilmu.

Diskusi ini menegaskan bahwa framing dakwah adalah alat penting dalam membangun komunikasi Islam yang adaptif terhadap perkembangan zaman. Tantangan ke depan bukan hanya pada “apa yang disampaikan,” tetapi juga pada “bagaimana menyampaikannya” dan “kepada siapa kita berbicara.” Framing yang cerdas, empatik, dan kontekstual adalah jalan untuk menghadirkan Islam yang tetap otentik sekaligus relevan di tengah dunia yang terus berubah.

5. Tantangan dan Ambiguitas Framing Dakwah di Era Media Sosial

Penelitian ini menemukan dua pola dominan dalam framing dakwah terhadap fenomena flexing, seks bebas, dan narsisme, yaitu pola normatif-represif dan reflektif-humanis. Masing-masing pola memiliki karakteristik dan dampak yang berbeda terhadap respons audiens digital, khususnya generasi muda.

Framing normatif-represif menampilkan pendekatan yang keras dan langsung menyampaikan larangan, menyebutkan dosa, dan memberikan gambaran ancaman hukuman. Pendekatan ini banyak ditemukan dalam ceramah yang disampaikan secara satu arah, penuh otoritas, dan minim dialog. Misalnya, video ceramah berjudul “Pacaran Zina yang Dibungkus Cinta” di Instagram TV mendapat banyak komentar yang mempertanyakan gaya penyampaian, seperti “Kenapa selalu diancam dosa dan neraka, bukan diberi solusi?” atau “Kayak gak ngerti anak muda zaman sekarang.” Data wawancara juga menunjukkan bahwa audiens muda cenderung merasa dihakimi dan menjauh dari pesan dakwah semacam ini. Seorang informan mahasiswa berkata, “Kalau ceramahnya cuma nyalahin terus, kita jadi males dengerin. Malah kesannya Islam itu keras.”

Sebaliknya, framing reflektif-humanis menggunakan pendekatan yang empatik, komunikatif, dan memanusiakan audiens. Konten dengan framing ini lebih banyak menggunakan narasi pribadi, kisah transformasi, atau storytelling yang mengandung unsur spiritual dan psikologis. Contoh yang banyak diapresiasi adalah video TikTok “Hijrah dari Pacaran” yang menampilkan seorang pemuda bercerita tentang masa lalunya yang penuh pergaulan bebas lalu berproses untuk berubah. Video ini dipenuhi komentar seperti “Aku juga pernah di posisi itu, makasih udah buat aku merasa gak sendiri,” dan “Ini baru dakwah yang nyentuh hati.” Data wawancara memperkuat temuan ini, dengan sebagian besar responden menyatakan bahwa gaya dakwah yang bersahabat dan tidak menghakimi membuat mereka lebih terbuka untuk merenung dan berubah.

¹⁷ H F Siagian, “University Students’ Engagement with Ulama’s Political Messages on Social Media,” *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication* 40, no. 2 (2024): 310–327.

Efektivitas pesan dakwah ternyata tidak hanya ditentukan oleh isi pesan, tetapi juga oleh cara dan nada penyampaian. Dakwah yang membingkai masalah sebagai bagian dari realitas hidup manusia dengan segala dilema dan kekurangannya lebih diterima dibanding dakwah yang sekadar memberi label salah atau haram. Pendekatan reflektif-humanis tidak berarti permisif, tetapi justru menjadi ruang penyembuhan spiritual yang dirindukan audiens digital, yang sering mengalami tekanan batin, krisis identitas, atau trauma sosial. Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan framing dakwah sangat dipengaruhi oleh kepekaan komunikator dalam memahami psikologi audiens dan dinamika budaya media sosial. Konten yang menyentuh, jujur, dan kontekstual lebih mampu membangun koneksi spiritual daripada sekadar konten yang viral tetapi penuh penghakiman. Framing yang efektif adalah yang tidak hanya menyampaikan ajaran, tetapi juga menghadirkan harapan dan jalan pulang bagi mereka yang sedang mencari makna hidup.

Meskipun framing dakwah menawarkan banyak peluang untuk menyampaikan pesan keislaman secara kontekstual dan komunikatif, namun terdapat pula berbagai tantangan dan ambiguitas yang perlu dikritisi. Salah satu tantangan terbesar adalah munculnya fenomena komodifikasi dakwah di era media sosial. Ketika dakwah dijalankan dalam platform digital yang bekerja berdasarkan logika algoritma, di mana popularitas ditentukan oleh jumlah views, likes, dan shares, maka framing dakwah pun bisa terjebak dalam arus pencitraan, performativitas, bahkan narsisme religius.

Jean Baudrillard (1994)¹⁸ dalam *Simulacra and Simulation* menyebut bahwa dalam masyarakat posmodern, realitas tidak lagi memiliki makna sejati karena telah digantikan oleh simulasi dan citra-citra buatan. Dalam konteks dakwah, hal ini dapat dimaknai bahwa konten dakwah bisa berubah menjadi simbol kosong ketika ia hanya mengejar viralitas tetapi kehilangan kedalaman substansi. Sebagai contoh, munculnya tren “ustadz selebgram” atau “dai TikTok” yang menampilkan gaya hidup glamor sambil berdakwah menjadi bentuk ambiguitas framing. Mereka mungkin mengkritik flexing, tetapi dalam waktu bersamaan juga menunjukkan flexing dalam gaya mereka sendiri.

Ambiguitas ini tidak hanya mengganggu makna dakwah itu sendiri, tetapi juga menurunkan kepercayaan publik terhadap otoritas keagamaan. Generasi muda yang kritis bisa saja membaca inkonsistensi ini sebagai bentuk hipokrisi. Maka, framing dakwah perlu dibangun tidak hanya atas dasar popularitas atau teknik komunikasi yang menarik, tetapi juga konsistensi nilai dan integritas personal. Tanpa hal itu, dakwah hanya menjadi konten, bukan tuntunan.

Selain komodifikasi, tantangan lain adalah stigmatisasi dan simplifikasi terhadap fenomena sosial seperti seks bebas dan narsisme. Dalam banyak konten dakwah, seks bebas langsung dikaitkan dengan moralitas individu tanpa melihat konteks struktural yang melatarbelakanginya, seperti kurangnya pendidikan seksual berbasis nilai agama, budaya permisif di media, atau pengalaman traumatis dalam keluarga. Pendekatan seperti ini

¹⁸ Jean Baudrillard, “Simulacra and Simulations,” in *The New Social Theory Reader*, 2020.

justru berpotensi memperparah beban psikologis para remaja yang pernah terjerumus, karena mereka merasa dikucilkan atau tidak punya ruang kembali.

Hal serupa juga terjadi dalam pembingkai budaya narsisme. Tidak semua ekspresi diri di media sosial lahir dari narsisme patologis. Banyak juga yang sebenarnya merupakan bentuk *coping mechanism* dari kesepian atau kebutuhan untuk merasa diterima. Maka framing dakwah harus mampu membedakan antara narsisme dan aktualisasi diri, antara self-love yang sehat dan kecanduan validasi.

Dalam konteks ini, pendekatan Islam *rahmatan lil 'alamin* perlu dijadikan kerangka utama framing dakwah digital. Yakni, pendekatan yang memanusiakan manusia, membangun empati, dan mengedepankan kasih sayang dalam dakwah. Pendakwah seperti Gus Baha, Buya Yahya, dan Habib Ja'far adalah contoh figur yang mampu menampilkan Islam yang lembut namun tegas, penuh cinta tetapi tidak permisif. Para pendakwah membingkai agama bukan sebagai tembok larangan, tetapi sebagai taman pengharapan.

Penelitian Abumere (2022)¹⁹ menunjukkan bahwa generasi Z lebih suka pendekatan religius yang bersifat inklusif, penuh dialog, dan tidak menghakimi. Oleh karena itu, framing dakwah perlu dirancang bukan untuk menciptakan rasa takut, tetapi rasa peduli. Bukan untuk menakut-nakuti dengan neraka, tetapi untuk menunjukkan indahnnya jalan menuju surga.

Secara teoritis, hal ini juga memperkaya pemahaman kita tentang framing dalam konteks komunikasi keagamaan. Tidak cukup hanya menggunakan model Entman secara teknis (*defining problem, diagnosing causes, making moral judgments, suggesting remedies*), tetapi perlu menambahkan dimensi etika dan empati dalam proses membingkai. Dengan begitu, dakwah menjadi tidak hanya komunikatif, tetapi juga transformatif.

Diskusi ini mengajak pendakwah untuk merefleksikan kembali esensi dakwah sebagai proses membimbing, bukan menekan; sebagai bentuk pelukan, bukan pukulan. Di era digital yang penuh dinamika ini, hanya framing dakwah yang jujur, tulus, dan adaptif yang akan mampu menyentuh hati manusia, bukan hanya menggugah algoritma.

Kesimpulan

Penelitian ini menemukan bahwa framing dakwah yang dilakukan oleh para pendakwah di era digital terhadap fenomena flexing, seks bebas, dan budaya narsisme cenderung terbagi ke dalam dua pola utama: pertama, pola normatif-represif yang menekankan pada larangan, ancaman hukuman, dan ajakan untuk menjauhi perilaku tersebut secara langsung; dan kedua, pola reflektif-humanis yang membingkai fenomena tersebut sebagai gejala sosial yang membutuhkan pendekatan psikologis, spiritual, dan naratif yang lebih empatik. Dalam konten-konten dakwah digital yang dianalisis, framing yang bersifat reflektif-humanis lebih banyak mendapat respons positif dari audiens muda, karena lebih komunikatif, kontekstual, dan tidak menghakimi. Hal ini menegaskan bahwa daya terima

¹⁹ F A Abumere and J S Sanni, "The Burden of Religion and the Fear of Islam," in *St Antony's Series* (Palgrave Macmillan, 2022), 55–73.

pesan dakwah sangat dipengaruhi oleh cara pembingkai narasi, bukan semata-mata isi pesannya. Dari sisi diskursif, penelitian ini menunjukkan bahwa framing dakwah bukan hanya alat komunikasi, tetapi juga instrumen penting dalam merespons budaya digital yang sarat dengan simulasi, pencitraan, dan pergeseran nilai. Dakwah yang berhasil bukanlah dakwah yang populer semata, melainkan yang mampu menjaga integritas nilai Islam sambil tetap adaptif terhadap dinamika budaya populer. Namun, penelitian ini juga menyoroti adanya ambiguitas dalam framing dakwah digital—terutama saat terjadi komodifikasi dakwah oleh para pendakwah yang terjebak pada logika algoritma dan performativitas. Oleh karena itu, dibutuhkan kesadaran etis dalam membingkai pesan dakwah agar tetap berada dalam koridor nilai-nilai Islam yang rahmatan lil ‘alamin dan tidak terjebak dalam pencitraan semata.

Keterbatasan penelitian ini terletak pada ruang lingkup konten yang dianalisis, yaitu hanya mencakup platform YouTube dan TikTok dengan fokus pada figur-figur pendakwah populer. Penelitian ini belum mengeksplorasi secara mendalam konten dakwah berbasis komunitas, radio dakwah online, atau format podcast keislaman yang sedang berkembang. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan kajian komparatif antara framing dakwah di media digital dan dakwah konvensional berbasis masjid atau majelis taklim, serta menggali respons audiens lintas generasi. Penelitian masa depan juga perlu menggunakan pendekatan netnografi partisipatoris agar lebih memahami interaksi simbolik antara pendakwah dan audiens digital secara lebih mendalam.

Implikasi praktis dari temuan ini sangat penting bagi para pendakwah dan lembaga dakwah, khususnya yang ingin menjangkau generasi digital. Strategi dakwah yang dapat diadopsi antara lain, (1) menggunakan narasi personal dan storytelling sebagai media penyampai nilai; (2) mengedepankan pendekatan dialogis dibanding ceramah satu arah; (3) memanfaatkan platform digital secara kreatif dengan format yang sesuai karakter media (seperti video pendek di TikTok, reels di Instagram, atau podcast reflektif); (4) menghindari bahasa yang menghakimi dan mengganti dengan bahasa yang bersifat membimbing dan memberdayakan; serta (5) menjaga integritas personal pendakwah agar tidak terjebak dalam komodifikasi atau pencitraan berlebihan. Dakwah di era digital bukan hanya soal menyampaikan ajaran, tetapi juga menciptakan ruang aman bagi generasi muda untuk bertanya, bertumbuh, dan kembali pada nilai-nilai Islam dengan kesadaran dan cinta, bukan karena ketakutan.

Referensi

- Abidin, Y Z. "Maintaining Faith from within: How Chinese Muslim Organisations in Indonesia Improve Converts' Understanding of Islam." *HTS Teologiese Studies / Theological Studies* 78, no. 1 (2022).
- Abumere, F A, and J S Sanni. "The Burden of Religion and the Fear of Islam." In *St Antony's Series*, 55–73. Palgrave Macmillan, 2022.
- Afidah, I, S M Sholeh, H Suhendi, and F F Izadi. "Community-Driven Initiatives to Enhance Religious Awareness among Migrant Communities in Malaysia, Australia, and South Korea." *Journal of Religious and Theological Information* 23, no. 4 (2024): 111–132.
- Anicich, Eric M. "Flexing and Floundering in the On-Demand Economy: Narrative Identity

- Construction under Algorithmic Management.” *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 169 (March 2022): 104138.
- Baudrillard, Jean. “Simulacra and Simulations.” In *The New Social Theory Reader*, 2020.
- Entman, Robert M. “Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm.” *Journal of Communication* 43, no. 4 (December 1993): 51–58.
- Fauzi. “Strategi Dakwah Di Era Digital Dalam Meningkatkan Pemahaman Agama Islam.” *Liwaul Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah dan Masyarakat Islam* 13, no. 1 (June 12, 2023): 35–55.
- Frisch, N, V Belair-Gagnon, and C Agur. “Media Capture with Chinese Characteristics: Changing Patterns in Hong Kong’s News Media System.” *Journalism* 19, no. 8 (2018): 1165–1181.
- Hanan Attaki. *Kamu Gelisah? Coba Dengerin Ini Biar Tenang* - Ust. Hanan Attaki, L.C. Indonesia: Hanan Attaki, 2019.
- Komnas Perempuan. *Siaran Pers Komnas Perempuan tentang Peluncuran Catatan Tahunan Kasus Kekerasan Terhadap Perempuan Tahun 2023*. Jakarta, March 2023.
- McLean, Brad. “Transactional Analysis and Relationship Psychotherapy: A Need for Renewed Interest and Contemporary Thinking.” *Transactional Analysis Journal* 53, no. 2 (April 2023): 113–129.
- Mukhtar, G, and H J Ritonga. “Islamic Communication of Rumah Quran Aisyah in Increasing Interest In Learning The Quran.” *Nazhruna: Jurnal Pendidikan Islam* 6, no. 3 (2023): 356–371.
- Mustapha, M, and M A A Razak. “A Critical Appraisal of Zakir Naik’s Islamic Evangelism.” *International Journal of Islamic Thought* 15 (2019): 71–83.
- Raya, M K F. “Digital Islam: New Space for Authority and Religious Commodification among Islamic Preachers in Contemporary Indonesia.” *Contemporary Islam* 19, no. 1 (2025): 161–194.
- Rijal, S. “Revitalizing Hadhrami Authority: New Networks, Figures and Institutions among Ḥabā’ib in Indonesia.” *Studia Islamika* A27, no. 2 (2020): 239–272.
- Rohmah, S, A D Setyari, and B Suyanto. “Critical Discourse Analysis of Dakwah Media Texts on Mubadalah.Id.” In *AIP Conference Proceedings*, edited by D Kurniati, R M Prihandini, R Alfarisi, and R Adawiyah. Vol. 3148. American Institute of Physics, 2024.
- Salam, M.I.H.A. “Al-Dawlah wa al-Da’wah al-Islāmiyah fī ‘Ahd al-Nizām al-Jadīd: Dirāsah fī Fikr Soeharto min Khilāl al-Khitābāt al-Ri’āsiyah fī al-Munāsabāt al-Islāmiyah bi Indonesia.” *Studia Islamika* 23, no. 1 (2016): 143–174.
- Shankar, Shardul, and Vijayshri Tewari. “Investigating Leadership Discussion on Social Media: A NLP and Machine Learning Perspective.” *Technology in Society* (April 2025): 102936.
- Sholihah, R A, and D M Rohmatulloh. “‘Morning Slaps’ Da’wah: A Study on @taqy_malik Instagram Account Registers.” *Intellectual Discourse* 31, no. 2 (2023): 551–574.
- Siagian, H F. “University Students’ Engagement with Ulamas’ Political Messages on Social Media.” *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication* 40, no. 2 (2024): 310–327.
- Trillò, T, B Hallinan, A Green, B Kim, S Mizoroki, R Scharlach, P H Park, P Frosh, and L Shifman. “‘I Love This Photo, I Can Feel Their Hearts!’ How Users across the World Evaluate Social Media Portraiture.” *Journal of Communication* 73, no. 3 (2023): 235–

246.

- Twenge, Jean M., and W. Keith Campbell. "Associations between Screen Time and Lower Psychological Well-Being among Children and Adolescents: Evidence from a Population-Based Study." *Preventive Medicine Reports* 12 (December 2018): 271–283.
- Uyuni, B, K M Arief, M Adnan, and A Hamid. "Exploration of Wali-Songo (Nine Saints) Ziyarat in Indonesia from Religious Tourism (Pilgrimage) Perspective." *Cogent Arts and Humanities* 11, no. 1 (2024).
- Wang, Haoyue, Mumtaz Aini Binti Alivi, and Siti Ezaleila Binti Mustafa. "Unveiling the Relationship between Social Media and Self-Objectification: A Three-Level Meta-Analysis." *Body Image* 53 (June 2025): 101895.