

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses kreatif penyusunan pesan dakwah, tema pesan, serta nilai dakwah yang direpresentasikan dalam konten digital seri “Tumaros Ustad” pada akun Instagram @mrharirie. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi terhadap konten Instagram Reels, serta dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa produksi konten dakwah dalam seri “Tumaros ka Ustad” merupakan hasil sinergi antara otoritas keagamaan Ustadz M. Ruhayat Haririe dengan tim kreatif dalam mengemas pesan dakwah agar relevan dengan karakteristik audiens Generasi Z. Tema pesan dakwah yang dominan meliputi pelurusan niat, kesiapan spiritual, serta pemaknaan batiniah terhadap ibadah haji dan umrah. Nilai dakwah yang ditonjolkan antara lain refleksi diri (muhasabah), penguatan iman, serta peningkatan kesadaran spiritual.

Kesimpulan penelitian, konten “Tumaros Ustad” merepresentasikan ibadah haji dan umrah tidak hanya sebagai ritual formal, tetapi juga sebagai sarana penyembuhan spiritual (spiritual healing) dan bagian dari gaya hidup religius yang positif. Melalui pendekatan visual yang estetik, penggunaan bahasa yang humanis, serta narasi yang tidak menggurui, pesan dakwah disampaikan secara lebih dekat dengan realitas kehidupan Generasi Z. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa Instagram, khususnya fitur Reels, dapat menjadi media dakwah digital yang efektif dalam menjembatani nilai-nilai spiritual dengan budaya digital audiens muda.

Kata kunci: dakwah digital, Instagram, Generasi Z, haji dan umrah, analisis konten.

ABSTRACT

This study aims to analyze the creative process of constructing da'wah messages, the themes of the messages, and the da'wah values represented in the digital content series "Tumaros ka Ustadz" on the Instagram account @mrharirie. This research employs a qualitative approach using a case study method. Data collection techniques include in-depth interviews, observation of Instagram Reels content, and documentation.

The results show that the production of da'wah content in the "Tumaros Ustad" series is a collaborative effort between the religious authority of Ustadz M. Ruhayat Haririe and the creative team in packaging da'wah messages to suit the characteristics of Generation Z audiences. The dominant themes of the da'wah messages include the rectification of intentions, spiritual readiness, and the inner spiritual meaning of Hajj and Umrah worship. The da'wah values emphasized include self-reflection (muhasabah), strengthening of faith, and the enhancement of spiritual awareness.

The "Tumaros Ustad" content represents Hajj and Umrah not merely as formal rituals, but also as a form of spiritual healing and a positive religious lifestyle. Through aesthetic visual approaches, humanistic language, and non-preachy narratives, the da'wah messages are presented in a way that resonates with the lived realities of Generation Z. The findings indicate that Instagram, particularly the Reels feature, is an effective medium for digital da'wah in bridging spiritual values with the digital culture of young audiences.

Keywords: digital da'wah, Instagram, Generation Z, Hajj and Umrah, content analysis.