

Strategi Manajemen Konten *Self Love* dalam Dakwah Digital

Sheifa Aulia Dimiyati *, Rita Gani

Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

Sheifaauliad@gmail.com, Ritagani911@gmail.com

Abstract. Self-love is a positive behavior that involves self-acceptance and appreciation. This concept is particularly important for Muslim women, especially due to social pressure stemming from unrealistic beauty standards. Social media, especially Instagram, often displays beauty ideals that make it difficult for women to accept themselves. Therefore, it is essential to link self-love with Islamic teachings that emphasize gratitude and maintaining Allah's trust. One Instagram account consistently advocating self-love based on Islamic values is @wanitadeduh. This study aims to analyze the content management strategy applied by the @wanitadeduh account, understand the rationale for choosing digital da'wah as a medium, and explore the role of visuals and aesthetics in attracting the audience. This research employs a qualitative method with a case study approach, including interviews, observations, and documentation. The findings indicate that @wanitadeduh implements a personal and reflective content management strategy, utilizing Instagram as an effective medium for digital da'wah. Consistent use of visuals and aesthetics enhances the appeal of da'wah messages and fosters an emotional connection with the audience, inspiring followers to practice self-love in an Islamic way.

Keywords: *Instagram, Content, Digital Da'wah, Self-Love, Visual Aesthetics.*

Abstrak. Self-love merupakan perilaku positif yang melibatkan penerimaan dan penghargaan terhadap diri sendiri. Konsep ini menjadi penting bagi perempuan muslim, terutama karena adanya tekanan sosial yang muncul akibat standar kecantikan yang tidak realistis. Media sosial, khususnya Instagram, sering kali menampilkan standar kecantikan yang membuat perempuan kesulitan menerima diri sendiri. Oleh karena itu, penting untuk mengaitkan self-love dengan ajaran Islam yang menekankan rasa syukur serta menjaga amanah dari Allah SWT. Salah satu akun Instagram yang konsisten menyuarakan self-love berbasis nilai-nilai Islam adalah @wanitadeduh. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi manajemen konten self-love yang diterapkan oleh akun @wanitadeduh, memahami alasan pemilihan dakwah digital sebagai sarana penyampaian pesan, serta mengeksplorasi peran visual dan estetika dalam menarik audiens. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus, melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun @wanitadeduh menerapkan manajemen konten yang personal dan reflektif, dengan memanfaatkan Instagram sebagai media dakwah digital yang efektif. Penggunaan visual dan estetika yang konsisten memperkuat daya tarik pesan dakwah dan membangun kedekatan emosional dengan audiens, sehingga menginspirasi pengikut untuk mencintai diri secara Islami.

Kata Kunci: *Instagram, Konten, Dakwah Digital, Self Love, Visual Estetika.*

A. Pendahuluan

Self-love merupakan perilaku positif yang melibatkan penerimaan dan penghargaan terhadap diri sendiri (Virgita et al., 2024). Dalam konteks perempuan muslim, konsep ini menjadi semakin penting karena mereka kerap menghadapi tekanan sosial yang kompleks. Tekanan tersebut seringkali berasal dari ekspektasi masyarakat dan media sosial yang menampilkan standar kecantikan yang tidak realistis dan sulit dicapai. Hal ini menyebabkan banyak perempuan merasa kurang percaya diri, bahkan mengalami krisis identitas. Oleh karena itu, perlu adanya pendekatan spiritual untuk membongkar ulang konsep self-love, salah satunya dengan mengaitkannya pada ajaran Islam yang menekankan pentingnya rasa syukur dan menjaga amanah yang telah diberikan Allah SWT. Pemahaman ini dapat membantu perempuan muslim menemukan makna self-love yang lebih dalam dan bermakna secara spiritual.

Di kalangan perempuan muslim, self-love tidak hanya berdampak pada aspek pribadi tetapi juga menciptakan pengaruh sosial yang lebih luas. Ketika seseorang mencintai dirinya sendiri secara sehat, maka ia akan lebih mampu menjalin hubungan sosial yang baik dan berkontribusi aktif dalam masyarakat (Septiana, 2021). Konsep ini juga relevan dalam menjaga kesehatan fisik, mental, dan spiritual sebagai bentuk tanggung jawab atas amanah tubuh yang diberikan oleh Allah SWT. Praktik self-love yang demikian jauh berbeda dari narsisme yang berpusat pada diri sendiri secara berlebihan dan merugikan orang lain (Asmarini, 2022). Dalam Islam, mencintai diri sendiri justru merupakan bentuk ibadah, karena kita diajak untuk menjaga diri sebagai wujud rasa syukur atas ciptaan Allah. Dengan demikian, konsep self-love dalam perspektif Islam tidak bersifat egois, melainkan seimbang dan bertanggung jawab.

Standar kecantikan di Indonesia juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penerimaan diri perempuan. Berdasarkan survei ZAP Beauty Index 2024, perempuan Indonesia cenderung memprioritaskan wajah bersih dan mulus sebagai standar utama kecantikan dengan persentase sebesar 30,7%. Penampilan rapi dan baik (well-dressed) menjadi perhatian kedua dengan persentase 16,4%, diikuti oleh kulit cerah dan glowing yang berada di posisi ketiga dengan nilai 16,3%. Selain aspek fisik, perempuan Indonesia mulai memperluas makna kecantikan dengan memasukkan elemen non-fisik. Kepercayaan diri berada di urutan keempat dengan 14,6%, tubuh sehat dan bugar mendapat 10,1%, perasaan bahagia sebesar 6,3%, dan kemampuan berpikir positif sebesar 2,8%. Hanya sedikit yang menganggap penggunaan makeup (1,5%) dan kulit putih (1,1%) sebagai standar kecantikan. Pandangan ini menunjukkan bahwa kecantikan bagi perempuan Indonesia kini mencakup aspek fisik, mental, dan emosional secara menyeluruh. Meskipun kecil, hal ini menjadi sinyal positif bahwa nilai-nilai non-fisik mulai mendapatkan ruang dalam konstruksi sosial tentang kecantikan (Arief, 2024).

Sayangnya, perkembangan positif ini belum sepenuhnya menghapus pengaruh negatif dari media sosial. Beauty privilege masih sering dianggap sebagai bentuk keberuntungan sosial yang membuka akses terhadap berbagai kesempatan (Markplus.Inc, 2024). Ketika standar kecantikan yang ideal ini terus disebarluaskan di media sosial, banyak perempuan merasa tidak layak apabila tidak sesuai dengan standar tersebut(.). Akibatnya, muncul perasaan rendah diri, kurang percaya diri, dan tekanan psikologis lainnya yang mengganggu kesejahteraan mental (DH, 2023). Fenomena ini semakin kompleks ketika dikaitkan dengan tingginya kasus body shaming dan cyberbullying yang banyak terjadi di ruang digital (.). Oleh karena itu, penting untuk menghadirkan narasi alternatif melalui media sosial yang menekankan penerimaan diri dan keseimbangan antara fisik, mental, serta spiritual.

Indonesia merupakan salah satu negara dengan jumlah pengguna media sosial terbesar di dunia, yang menjadikan media sosial sebagai ruang yang strategis untuk menyebarkan pesan-pesan dakwah dan edukasi(.). Berdasarkan data dari APJII tahun 2024, tercatat bahwa sebanyak 221 juta penduduk Indonesia menggunakan internet, dengan 49,1% di antaranya adalah perempuan (APJII, 2024). Data ini menunjukkan bahwa perempuan Indonesia merupakan kelompok audiens yang sangat potensial untuk dijangkau melalui platform digital. Tingginya intensitas penggunaan media sosial oleh perempuan membuka peluang besar bagi penyampaian pesan-pesan positif yang relevan dengan kebutuhan mereka. Salah satu tema yang dapat dikembangkan adalah edukasi mengenai self-love berbasis nilai-nilai Islam, sebagai alternatif dari narasi standar kecantikan yang sempit dan eksploitatif. Dengan pendekatan yang tepat, media sosial dapat menjadi alat dakwah digital yang efektif.

B. Metode

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus dengan menggunakan paradigma konstruktivisme. Menurut Sugiyono (2017), penelitian kualitatif dilakukan dalam kondisi objek yang alami, di mana peneliti menjadi instrumen utama. Penelitian ini lebih menekankan pada makna, bukan generalisasi. Oleh karena itu, metode ini dipilih untuk mengupas secara mendalam bagaimana akun Instagram @wanitadeduh yang dipandang sebagai fenomena unik dalam menyampaikan dakwah digital bertema self-love. Data dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan kepada Bela Ariana, pengelola akun @wanitadeduh, guna menggali strategi manajemen konten dalam menyampaikan pesan self-love berbasis nilai-nilai Islam. Selain itu, peneliti juga mewawancarai tiga orang pengikut akun @wanitadeduh untuk memperoleh perspektif audiens mengenai konten yang disajikan. Wawancara dilakukan secara tidak terstruktur agar memungkinkan eksplorasi informasi secara lebih bebas dan mendalam. Observasi dilakukan secara partisipatif terhadap konten Instagram @wanitadeduh, khususnya berkaitan dengan pesan self-love. Dokumentasi dilakukan untuk memperkuat bukti yang telah di dapat.

Penelitian menggunakan trigulasi sumber untuk memverifikasi keakuratan data dengan membandingkan informasi dari berbagai sumber. Untuk memperkuat penjelasan mengenai uji keabsahan data. Dalam penelitian ini triangulasi sumber dilakukan dengan cara membandingkan hasil wawancara dari beberapa informan, yaitu tiga orang followers aktif akun @wanitadeduh Amara Danila, Wisna Kana, dan Rara Lestari serta pengelola akun @wanitadeduh, yaitu Bela, untuk melihat konsistensi informasi mengenai penerimaan pesan self-love yang disampaikan melalui konten dakwah digital.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Manajemen Konten Pada Akun @Wanitadeduh Dalam Menghadirkan *Self-Love* Di Media Sosial

Manajemen konten akun Instagram @wanitadeduh bersifat fleksibel dan spontan, berbeda dari kebanyakan akun dakwah digital yang mengikuti jadwal unggahan terstruktur. Setiap konten lahir dari pengalaman atau perenungan pribadi pengelola, kemudian dirancang melalui proses penulisan dan penyuntingan mandiri. Pendekatan ini menciptakan kesan otentik dan menjadikan pesan terasa lebih personal serta menyentuh secara emosional. Tidak adanya tekanan algoritma atau jadwal tetap justru memperkuat relevansi konten dengan kondisi psikologis pengikut. Unggahan sering muncul di waktu yang tepat, memperkuat daya spiritual konten dalam mendampingi proses reflektif audiens.

Keberlanjutan konten bukan didorong oleh target keterlibatan atau popularitas, melainkan oleh dorongan spiritual dan niat berbagi dari pengelola. Inspirasi konten berasal dari isu sosial yang sedang ramai, pengalaman pribadi, hingga hasil kajian keislaman yang telah dipelajari. Dengan pendekatan ini, manajemen konten menjadi aktivitas reflektif berbasis nilai, bukan sekadar mengikuti tren. Hal tersebut menjadikan pesan self-love yang disampaikan terasa lebih relevan dengan kehidupan audiens, khususnya dalam konteks pencarian makna dan kesehatan mental Islami.

Dalam mengembangkan konten, @wanitadeduh juga menunjukkan kepekaan terhadap isu-isu populer di media sosial dan mengaitkannya dengan nilai keislaman. Setiap konten disusun agar tetap kontekstual, menyentuh, dan tidak lepas dari realitas sosial yang dihadapi oleh audiens. Selain itu, proses kreatifnya juga menggabungkan pengalaman pribadi pengelola dengan materi pembelajaran agama, menciptakan keseimbangan antara pendekatan ilmiah dan empati sosial. Kombinasi ini membuat konten dakwah yang dihadirkan terasa relevan, mendalam, dan tetap dalam bingkai nilai-nilai Islam.

Interaksi dua arah juga menjadi bagian penting dalam manajemen kontennya. Pengelola secara aktif menanggapi komentar, pesan langsung, serta membuka ruang diskusi melalui fitur Instagram Stories. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi yang terbangun bersifat dialogis dan responsif terhadap kebutuhan pengikut. Interaksi ini memperkuat ikatan emosional sekaligus menjadi sarana untuk menyesuaikan konten dengan kondisi psikologis audiens. Dengan demikian, akun @wanitadeduh tidak hanya menjadi media dakwah, tetapi juga ruang aman dan suportif bagi proses healing dan refleksi spiritual para pengikutnya.

Peran Visual dan Estetika dalam Penyampaian Pesan *Self-Love*

Identitas visual yang konsisten menjadi elemen strategis dalam komunikasi dakwah digital yang diterapkan oleh akun Instagram @wanitadeduh. Melalui feeds yang tertata rapi, pilihan warna yang

lembut, serta penggunaan tipografi yang nyaman dibaca, akun ini berhasil membangun suasana yang menyenangkan. Estetika visual tidak hanya menghadirkan kesan profesional, tetapi juga membuka ruang bagi audiens untuk merasa diterima secara emosional. Visual yang harmonis menjadi pintu masuk pertama yang efektif dalam menarik minat audiens terhadap pesan dakwah yang lebih dalam. Dengan pendekatan ini, pesan self-love dapat tersampaikan tanpa kesan menggurui. Desain visual pada akun @wanitadeduh tidak semata-mata berfungsi sebagai pemanis tampilan, melainkan sebagai alat komunikasi yang memperkuat makna konten. Palet warna hangat, layout yang terorganisir, serta ilustrasi sederhana tetapi ekspresif menjadi sarana untuk menyampaikan emosi positif kepada audiens. Estetika ini menciptakan kenyamanan psikologis, sehingga audiens lebih reseptif terhadap pesan reflektif yang disampaikan. Ketika visual dan konten selaras, dampak emosional pesan pun menjadi lebih kuat.

Walaupun aspek visual menjadi daya tarik utama, pengelola akun tetap memprioritaskan isi konten sebagai inti dakwah. Estetika digunakan untuk memperkuat keterbacaan dan ketertarikan, namun bukan menjadi tujuan utama. Fokus utama tetap pada substansi pesan, yakni nilai-nilai spiritual dan edukatif yang ingin ditanamkan. Dengan demikian, terjadi keseimbangan antara tampilan dan makna, menciptakan harmoni antara bentuk dan isi. Strategi ini menunjukkan kesadaran akan pentingnya menyampaikan nilai dakwah dengan cara yang menyentuh tetapi tetap bermakna. Variasi bentuk visual juga diperhatikan melalui perpaduan kutipan teks, foto estetik, ilustrasi, dan latar polos yang disusun secara proporsional. Diversifikasi ini menjaga tampilan feeds tetap menarik dan tidak monoton, tanpa mengorbankan konsistensi identitas visual. Penempatan konten dilakukan dengan perhitungan agar tetap selaras dengan karakter visual akun. Kesadaran akan pentingnya keteraturan ini memperkuat citra akun sebagai ruang reflektif yang lembut dan inklusif. Hal ini juga menegaskan bahwa estetika bukan hanya elemen desain, tetapi bagian dari strategi membangun narasi dakwah yang lebih personal dan membumi.

Dalam konteks kerja sama komersial seperti endorsement, akun @wanitadeduh tetap menjaga keselarasan visual melalui proses kurasi dan penyesuaian tampilan konten. Endorsement tidak ditampilkan sembarangan, melainkan diselaraskan terlebih dahulu dengan tone akun agar tidak merusak harmoni visual yang telah dibangun. Pendekatan ini menunjukkan bahwa nilai estetika dijaga secara menyeluruh, termasuk dalam aspek komersial. Dengan menjaga konsistensi ini, akun tetap mampu mempertahankan komitmen dakwah sambil menjalankan strategi bisnis yang etis. Secara keseluruhan, visual digunakan sebagai jembatan emosional yang efektif dalam menyampaikan pesan spiritual secara halus, modern, dan bermakna.

Penggunaan Teknik Komunikasi Persuasif dalam Visualisasi Pesan *Self-Love*

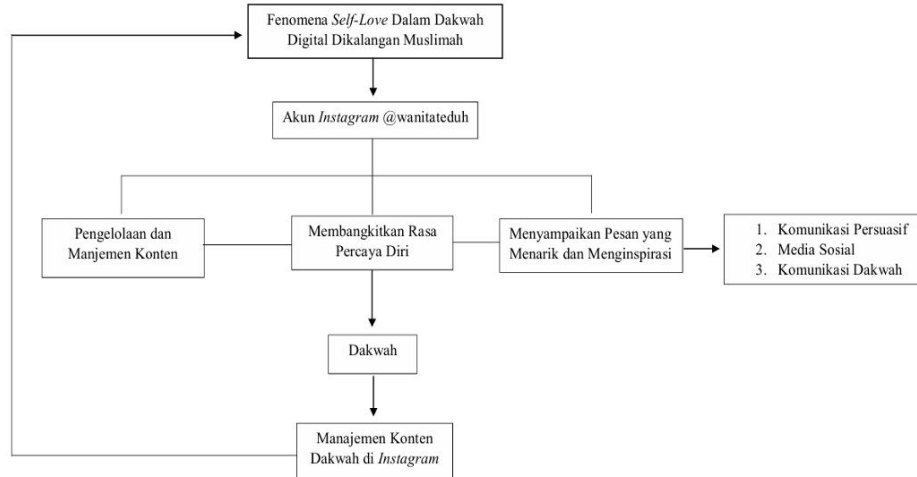
Akun @wanitadeduh secara konsisten menerapkan teknik komunikasi persuasif dalam menyampaikan pesan self-love kepada audiens perempuan muslim melalui pendekatan yang reflektif dan spiritual. Strategi ini dirancang berdasarkan teori Melvin L. DeFleur yang mencakup pendekatan psychodynamic, sociocultural, dan meaning construction. Pendekatan psychodynamic diwujudkan melalui narasi yang personal dan bahasa sederhana yang menyentuh sisi emosional audiens. Pesan-pesan yang disampaikan banyak dikaitkan dengan pengalaman psikologis yang umum dirasakan, seperti kelelahan batin atau rasa kehilangan, sehingga konten terasa relevan dan menyentuh. Gaya komunikasi yang tidak menggurui membuat audiens lebih terbuka dalam menerima pesan yang ditawarkan. Hal ini memperkuat hubungan emosional antara pengelola dan pengikut, serta menjadikan konten tidak hanya informatif, tetapi juga menyembuhkan secara spiritual.

Strategi sociocultural tampak dalam bagaimana konten disusun agar selaras dengan nilai-nilai keislaman dan norma sosial perempuan muslimah Indonesia. Materi yang dipilih bersumber dari bacaan keagamaan, kajian, maupun pengalaman hidup yang relevan, sehingga pesan yang disampaikan tetap kontekstual dan bisa diterima secara luas. Interaksi dua arah dengan pengikut melalui komentar atau fitur Instagram Stories juga memperkuat kedekatan dan rasa saling terhubung. Selain itu, penggunaan ilustrasi, tone warna yang lembut, dan narasi yang mengangkat tema keislaman menjadi cara untuk memperkuat pesan agar tidak keluar dari budaya yang dianut audiensnya. Konten yang ditampilkan terasa membumi dan tidak mengasingkan, bahkan bagi mereka yang sedang dalam proses mengenal agama lebih dalam. Dalam konteks ini, teknik komunikasi persuasif digunakan untuk menanamkan pesan dakwah secara halus, namun tetap kuat secara emosional dan sosial.

Pendekatan meaning construction memperkuat pemahaman audiens bahwa mencintai diri sendiri bukanlah bentuk egoisme, melainkan bagian dari rasa syukur kepada Allah SWT. Melalui kutipan ayat Al-Qur'an, ajakan untuk merenung, dan visualisasi yang menyenangkan, akun ini berhasil

membangkitkan ulang konsep *self-love* menjadi bagian dari keimanan dan tanggung jawab spiritual. Visual yang konsisten, dengan tone warna lembut dan tata letak rapi, memperkuat suasana kontemplatif yang mendukung efektivitas pesan dakwah. Estetika visual yang menyatu dengan isi pesan menjadikan komunikasi terasa lebih empatik dan tidak kaku. Audiens merespons dengan positif, karena konten yang hadir memberikan rasa tenang sekaligus pemahaman baru yang Islami tentang pentingnya merawat dan menghargai diri sendiri. Dengan strategi ini, @wanitadeduh berhasil menunjukkan bahwa dakwah digital tidak harus bersifat formal atau keras, tetapi bisa hadir dalam bentuk yang lembut, menyentuh, dan tetap bernilai tinggi.

Pada hasil temuan di lapangan serta analisis dan pembahasan yang telah peneliti lakukan, dalam penelitian ini peneliti mencoba membuat rangkuman mengenai semua aspek-aspek yang sudah peneliti bahas sebelumnya kedalam satu model. Berikut model hasil temuan peneliti.



Gambar 1. Model Temuan Hasil Peneliti

Sumber : Olahan Peneliti, 2025

Analisis dan Pembahasan

Manajemen Konten Pada Akun @Wanitadeduh Dalam Menghadirkan *Self-Love* Di Media Sosial

Berdasarkan hasil temuan penelitian, akun Instagram @wanitadeduh menerapkan strategi manajemen konten yang bersifat personal dan fleksibel. Tidak seperti akun dakwah digital lain yang memiliki tim produksi dan jadwal unggahan terstruktur, pengelolaan akun ini dilakukan secara mandiri dan tidak terikat pada jadwal tertentu. Proses berbagi konten dianggap sebagai bentuk ibadah dan ekspresi diri, menjadikan setiap unggahan terasa autentik dan dekat dengan keseharian audiens. Hal ini membentuk koneksi emosional yang kuat antara pengelola dan para pengikut, karena pesan yang disampaikan tidak hanya berbasis informasi, tetapi juga pengalaman spiritual. Fleksibilitas inilah yang memungkinkan konten dakwah tetap relevan dan menyentuh hati audiens dalam berbagai kondisi.

Proses penciptaan konten dimulai dari ide-ide spontan yang muncul dari keseharian pengelola, kemudian dikembangkan menjadi narasi yang menyentuh aspek emosional dan spiritual. Inspirasi berasal dari pengalaman pribadi, hasil kajian, kursus keislaman, webinar, maupun bacaan-bacaan reflektif. Meskipun tidak dibantu oleh tim kreatif, pengelola tetap menjalani tahapan produksi yang mencerminkan prinsip profesional mulai dari perencanaan tema, penulisan naskah, hingga pembuatan visual yang selaras. Setiap konten yang diunggah melalui proses penyuntingan pribadi untuk memastikan pesan yang disampaikan tetap lembut, positif, dan sesuai dengan nilai-nilai Islam (Eufrasia, 2023). Pendekatan ini memperlihatkan bahwa kualitas dakwah tidak ditentukan oleh skala produksi, melainkan oleh ketulusan dan kedalaman spiritual dalam menyusun pesan.

Fleksibilitas juga tampak dari keragaman jenis konten yang diunggah, mulai dari carousel informatif, reels dengan narasi pendek, hingga kutipan singkat yang penuh makna. Tidak adanya aturan kaku dalam bentuk dan waktu unggahan menjadikan proses pengelolaan terasa ringan, namun tetap konsisten secara emosional. Strategi ini memungkinkan pengelola untuk terus berkarya tanpa

tekanan algoritma atau ekspektasi jumlah unggahan. Alih-alih mengejar performa angka, akun ini lebih berfokus pada kebermanfaatan konten dan pengaruh positif yang ditimbulkan terhadap psikologis dan spiritual audiens. Dalam konteks ini, manajemen konten menjadi sarana berbagi sekaligus proses healing yang bermakna.

Strategi konten yang digunakan oleh akun ini selaras dengan pendekatan sociocultural strategy dalam teori komunikasi persuasif Melvin L. DeFleur. Pendekatan ini mengandalkan norma sosial dan nilai budaya untuk memengaruhi sikap dan perilaku audiens. @wanitadeduh memanfaatkan kedekatan nilai-nilai Islam dan pengalaman hidup sehari-hari untuk menyampaikan pesan dakwah secara halus. Melalui interaksi aktif dengan audiens di kolom komentar dan fitur Instagram Stories, akun ini juga menciptakan ruang dialogis yang memperkuat keterikatan emosional. Dengan membangun komunikasi dua arah, konten yang disajikan terasa lebih membumi dan mampu menggugah perubahan sikap secara perlahan.

Selain itu, penggunaan psychodynamic strategy juga terlihat dari pendekatan emosional dalam penyusunan narasi konten. Pesan-pesan yang disampaikan tidak hanya membahas konsep keislaman secara teoritis, tetapi juga menggambarkan penerimaan diri dan nilai spiritual dari perspektif pribadi. Konten tersebut dirancang untuk menenangkan, menguatkan, serta menyemangati audiens yang tengah berproses secara emosional. Proses ini tidak hanya mengubah pemahaman rasional audiens tentang self-love, tetapi juga memperdalam makna spiritualnya. Dengan demikian, konten yang dihasilkan tidak hanya menjadi bahan bacaan, tetapi juga pengantar untuk transformasi psikologis dan keimanan.

Manajemen konten @wanitadeduh juga memanfaatkan isu-isu viral sebagai titik masuk untuk menyampaikan nilai-nilai Islam. Respons terhadap isu sosial yang tengah ramai dibahas dikemas dalam narasi yang menenangkan, memberikan sudut pandang religius tanpa menghakimi. Pendekatan ini memperkuat jangkauan dakwah karena menyelaraskan kebutuhan audiens terhadap konten reflektif dengan tren yang sedang berlangsung. Sejalan dengan pendapat Sari dan Kusumawijayanti (2024), viralitas memiliki potensi besar dalam menyebarkan pesan secara cepat dan luas di media sosial. Dengan memanfaatkan momentum ini, akun @wanitadeduh tidak hanya memperluas audiens, tetapi juga memperkuat relevansi kontennya dalam lanskap digital yang dinamis.

Lebih jauh, proses kreatif yang dilakukan oleh pengelola akun didasarkan pada dorongan spiritual dan perasaan tulus untuk berbagi. Konten tidak dibuat berdasarkan permintaan audiens atau target engagement tertentu, tetapi mengikuti alur emosional dan kondisi hati pengelola. Hal ini menjadikan konten terasa lebih menyentuh dan autentik, terutama bagi audiens yang tengah mengalami proses penyembuhan atau pencarian makna hidup. Unggahan yang lahir dari ketulusan pribadi ini justru menjadi kekuatan utama dalam menjalin hubungan emosional yang mendalam dengan para pengikut. Konten yang dihadirkan seolah hadir di waktu yang tepat, menjadi pengingat dan penyemangat spiritual bagi banyak orang. Akun @wanitadeduh berhasil merepresentasikan konsep ini dalam setiap unggahan yang tidak hanya menyuarakan afirmasi positif, tetapi juga mengarahkan audiens untuk memahami nilai diri mereka melalui perspektif iman. Pesan dakwah yang disampaikan mengajak audiens untuk tidak hanya mencintai diri secara psikologis, tetapi juga secara spiritual, sebagai bentuk rasa syukur atas penciptaan. Dengan pendekatan ini, manajemen konten menjadi media dakwah yang lembut, personal, dan membangun makna yang mendalam bagi audiensnya.

Peran Visual dan Estetika dalam Penyampaian Pesan *Self-Love*

Visual dan estetika merupakan bagian integral dalam strategi penyampaian pesan dakwah digital yang diterapkan oleh akun @wanitadeduh. Tidak hanya mempercantik tampilan, visual dalam konteks ini memiliki fungsi komunikatif yang mendalam dalam membentuk suasana batin audiens. Pemilihan palet warna lembut seperti krem, putih, dan coklat muda memberikan nuansa tenang dan bersahabat yang sesuai dengan pesan-pesan reflektif tentang self-love. Selain itu, penggunaan font yang mudah dibaca serta tata letak yang konsisten turut membentuk kesan profesional dan menenangkan. Identitas visual yang dikelola secara konsisten ini memberikan pengalaman visual yang kohesif dan memperkuat makna spiritual yang ingin disampaikan dalam setiap kontennya. Strategi ini membuat pesan dakwah lebih mudah diterima dan dirasakan secara emosional oleh audiens yang didominasi oleh kalangan muslimah muda.

Dalam perspektif dakwah digital, estetika visual bukan hanya berfungsi sebagai pelengkap,

tetapi menjadi medium dakwah itu sendiri. Melalui visual yang dirancang dengan penuh pertimbangan, akun @wanitadeduh berhasil membangun citra sebagai ruang aman (safe space) yang suportif bagi audiensnya. Visual menjadi pintu masuk pertama yang menarik perhatian sebelum audiens berlanjut membaca narasi atau kutipan spiritual yang disajikan. Desain konten seperti latar belakang kutipan, ilustrasi bertema islami, serta komposisi gambar dan teks yang seimbang menjadi bagian dari strategi untuk menciptakan suasana kontemplatif. Tampilan yang rapi dan terstruktur juga mencerminkan keseriusan pengelola akun dalam menyampaikan pesan, yang secara tidak langsung meningkatkan kredibilitas akun sebagai media dakwah. Dengan demikian, visual berperan sebagai bentuk komunikasi non-verbal yang memperhalus dan memperkuat pesan-pesan religius yang dibawakan.

Estetika visual yang diterapkan juga memiliki keterkaitan erat dengan konsep branding dalam media sosial. Identitas visual yang konsisten menjadikan akun @wanitadeduh mudah dikenali dan diingat oleh audiens. Setiap unsur visual mulai dari tone warna, gaya ilustrasi minimalis, hingga tata letak berkontribusi dalam membangun karakter akun yang lembut, reflektif, dan tidak menggurui. Branding ini menciptakan asosiasi yang kuat di benak audiens, di mana konten-konten dari @wanitadeduh dipersepsikan sebagai konten yang menenangkan, mendalam, dan penuh makna. Hal ini selaras dengan peran visual dalam komunikasi dakwah yang mengedepankan pendekatan empatik dibandingkan konfrontatif. Visual yang mendukung pesan spiritual secara konsisten menjadikan akun ini memiliki nilai diferensiasi dibandingkan dengan akun dakwah lainnya di media sosial.

Dalam konteks Instagram sebagai platform berbasis visual, desain konten yang menarik dan estetis menjadi faktor utama dalam menarik perhatian audiens. Proses kreatif dalam komunikasi visual mencakup tahapan konseptualisasi, pemilihan elemen grafis, dan eksekusi visual yang tidak hanya estetis, tetapi juga fungsional dalam menyampaikan pesan. Hal ini terlihat dari bagaimana @wanitadeduh menata feeds-nya secara terstruktur, menggunakan grid layout yang konsisten, serta mengombinasikan kutipan teks dengan ilustrasi atau foto yang mendukung narasi. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa visual yang digunakan tidak sekadar simbolik, tetapi menjadi bagian dari narasi dakwah yang mencerminkan nilai-nilai Islam dengan pendekatan yang humanis dan kontemporer.

Selain itu, pengelolaan visual juga mencakup strategi dalam menyelaraskan konten endorse dengan identitas visual yang telah dibangun. Meskipun menerima kerja sama promosi, akun @wanitadeduh tetap mempertahankan estetika yang konsisten dengan memilih mitra kerja sama yang selaras dengan nilai dan gaya akun. Pengelola bahkan melakukan kurasi konten endorse agar tidak mengganggu susunan feeds dan tetap membawa nilai afirmatif sesuai dengan misi dakwah akun. Hal ini menunjukkan bahwa estetika visual tidak hanya dipahami sebagai keindahan, tetapi sebagai komitmen terhadap pesan yang ingin dijaga konsistensinya.

Pendekatan visual yang digunakan oleh @wanitadeduh juga mencerminkan pemahaman terhadap karakteristik psikologis audiens, khususnya muslimah muda yang cenderung mencari ketenangan di tengah arus media sosial yang seringkali bising dan penuh distraksi. Visualisasi konten yang tenang dan harmonis memperkuat pesan self-love sebagai bentuk syukur dan penghargaan terhadap diri, yang selaras dengan nilai-nilai Islam. Secara keseluruhan, peran visual dalam akun @wanitadeduh membuktikan bahwa estetika mampu menjadi sarana dakwah yang efektif dan menyentuh. Identitas visual yang konsisten, pemilihan elemen yang penuh makna, serta integrasi dengan pesan spiritual menjadikan akun ini relevan di tengah dinamika media sosial modern. Visual menjadi jembatan emosional yang membantu audiens memahami dan meresapi pesan self-love dalam kerangka keislaman, tanpa merasa digurui. Strategi visual ini mencerminkan bahwa dakwah digital tidak hanya tentang isi pesan, tetapi juga tentang bagaimana pesan tersebut dikemas dan dirasakan. Dengan mengedepankan visual yang empatik dan mendalam, @wanitadeduh berhasil menjadikan kontennya sebagai ruang refleksi yang menginspirasi dan membangun kesadaran spiritual secara personal.

Penggunaan Teknik Komunikasi Persuasif dalam Visualisasi Pesan *Self Love*

Berdasarkan hasil penelitian terhadap akun @wanitadeduh, penggunaan teknik komunikasi persuasif menjadi komponen kunci dalam menyampaikan pesan self-love berbasis dakwah digital. Komunikasi persuasif dipahami sebagai proses penyampaian informasi yang bertujuan memengaruhi sikap, pikiran, serta emosi audiens, sehingga memerlukan pendekatan strategis yang terencana (Hajar & Anshori, 2021). Dalam konteks akun ini, strategi tersebut diimplementasikan secara konsisten melalui penyusunan narasi, pemilihan visual, serta gaya komunikasi yang disesuaikan dengan karakteristik

audiens. Temuan penelitian menunjukkan bahwa pendekatan komunikasi persuasif yang digunakan selaras dengan model dari Melvin L. DeFleur (1989), yaitu Psychodynamic Strategy, Sociocultural Strategy, dan Meaning Construction Strategy. Ketiga pendekatan ini diadaptasi secara kontekstual untuk menjangkau audiens Muslimah Indonesia dengan pendekatan yang reflektif, humanis, dan tidak menggurui.

Pendekatan psychodynamic digunakan untuk menyentuh aspek emosional dan psikologis audiens melalui konten yang disusun secara personal dan relatable. Dalam hal ini, penggunaan bahasa yang sederhana, kutipan reflektif, dan narasi yang menenangkan mampu membuka ruang batin bagi audiens untuk merenungi makna self-love secara spiritual. Strategi ini menciptakan suasana yang mendukung audiens dalam menerima pesan tanpa merasa dihakimi, sehingga lebih mudah meresapi isi konten sebagai bagian dari proses healing dan pendekatan diri kepada Allah. Sejalan dengan pendapat Ramadhani (2019), komunikasi persuasif akan efektif bila pesan mampu menyentuh ranah psikodinamik individu melalui muatan emosional yang relevan dengan pengalaman mereka. Konten yang diunggah oleh @wanitadeduh pun menunjukkan kepekaan terhadap hal tersebut dengan cara membangun komunikasi yang empatik dan menenangkan.

Pendekatan sociocultural terlihat dari bagaimana akun ini menyesuaikan pesan dakwah dengan nilai-nilai agama dan norma sosial yang hidup dalam budaya masyarakat Muslimah Indonesia. Penyesuaian ini terlihat dari pemilihan tema yang sesuai dengan realitas kehidupan sehari-hari, ilustrasi yang tidak bertentangan dengan norma, serta bahasa yang sopan dan penuh empati. Interaksi dua arah yang aktif melalui komentar, DM, dan fitur tanya jawab di Instagram Stories juga memperkuat aspek sosiokultural ini, karena menunjukkan adanya relasi yang dibangun berdasarkan kepercayaan dan kedekatan emosional. Strategi ini membuat pesan self-love tidak hanya diterima sebagai ide abstrak, tetapi juga sebagai bagian dari perilaku religius yang diterapkan dalam kehidupan nyata. Interaktivitas tersebut membuktikan bahwa audiens tidak hanya menjadi penerima pasif, melainkan dilibatkan dalam dinamika komunikasi yang dialogis dan membangun.

Adapun melalui pendekatan meaning construction, akun @wanitadeduh berusaha membingkai ulang konsep self-love agar sesuai dengan nilai-nilai Islam. Self-love tidak lagi dipandang sebagai bentuk egoisme yang terkesan individualistik seperti dalam budaya Barat, tetapi sebagai bentuk rasa syukur atas nikmat Allah dan kesadaran akan tanggung jawab sebagai hamba-Nya. Konten-konten yang dibagikan secara konsisten menekankan bahwa mencintai diri sendiri adalah bagian dari ibadah dan wujud penjagaan amanah Allah SWT. Proses pembingkaiian ini didukung oleh narasi mendalam, penggunaan kutipan Al-Qur'an, serta ilustrasi visual yang menciptakan suasana kontemplatif. Dengan begitu, audiens diarahkan untuk memahami bahwa mencintai diri bukanlah sekadar praktik afirmasi, melainkan bentuk kecintaan terhadap Sang Pencipta melalui penghargaan terhadap diri sendiri.

Visualisasi konten yang diunggah turut memperkuat efektivitas pesan persuasif yang ingin disampaikan. Warna-warna lembut seperti krem dan putih, tata letak yang rapi, serta tipografi yang mudah dibaca menjadi elemen pendukung yang menciptakan suasana tenang dan reflektif. Dalam kerangka psychodynamic, visual tersebut berfungsi sebagai stimulus emosional yang mengarahkan psikologis audiens untuk lebih terbuka dan reseptif terhadap pesan dakwah. Selain itu, kejelasan dan konsistensi estetika juga mempermudah audiens dalam memahami pesan serta meningkatkan kredibilitas akun sebagai penyampai dakwah yang terpercaya. Visual bukan hanya elemen pelengkap, tetapi menjadi bagian dari strategi komunikasi non-verbal yang menyelaraskan bentuk dan makna konten dakwah secara utuh.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

Penelitian ini menunjukkan bahwa manajemen konten yang diterapkan oleh akun Instagram @wanitadeduh bersifat personal dan reflektif, tanpa bergantung pada struktur organisasi formal. Konten-konten yang diunggah lahir dari pengalaman spiritual, spontanitas, serta inspirasi yang relevan dengan kondisi sosial dan psikologis audiens. Tidak adanya jadwal unggahan yang kaku menunjukkan fleksibilitas pengelolaan yang berorientasi pada kesiapan emosional dan spiritual pengelola. Pendekatan ini menciptakan suasana dakwah digital yang lebih autentik dan menyentuh secara emosional. Selain itu, pemanfaatan fitur Instagram seperti carousel, reels, dan stories dilakukan secara fleksibel dan adaptif untuk menjaga relevansi dan interaksi dengan audiens. Strategi ini juga

memperkuat nilai self-love sebagai bagian dari ibadah dan penerimaan diri dalam perspektif Islam.

Pemilihan dakwah digital melalui Instagram didasarkan pada pertimbangan efektivitas dan fleksibilitas media sosial dalam menjangkau audiens secara luas tanpa batasan ruang dan waktu. Instagram menjadi media yang relevan karena mampu menampilkan pesan dakwah melalui format visual dan interaktif yang sesuai dengan karakter generasi muda. Dengan memanfaatkan fitur seperti carousel dan reels, pesan-pesan keislaman yang dikemas dalam semangat self-love dapat disampaikan secara personal dan kontekstual. Strategi ini juga mempertimbangkan perubahan algoritma dan heterogenitas audiens, sehingga komunikasi dakwah tetap adaptif dan responsif terhadap dinamika sosial. Dengan demikian, media sosial dapat berperan sebagai ruang dakwah yang transformatif secara spiritual dan psikologis.

Visual dan estetika juga memainkan peran penting dalam memperkuat daya tarik pesan self-love di akun ini. Penggunaan warna-warna lembut seperti krem dan putih serta tata letak yang rapi menciptakan kesan tenang dan harmonis. Estetika ini tidak hanya memperindah tampilan visual, tetapi juga membantu audiens dalam menyerap makna dari setiap pesan yang dibagikan. Konsistensi visual turut membentuk identitas akun yang personal dan tidak menggurui, sehingga pesan self-love lebih mudah diterima. Baik dalam konten organik maupun endorse, akun ini tetap menjaga keselarasan visual untuk mempertahankan keutuhan branding dakwah. Pendekatan visual yang menenangkan ini tidak hanya memperkuat branding, tetapi juga menciptakan kenyamanan dan meningkatkan kredibilitas pesan dakwah. Hal ini sekaligus merefleksikan nilai-nilai Islam tentang syukur, mencintai diri, dan menghargai diri sebagai bagian dari ciptaan Allah.

Ketiga elemen ini secara sinergis membentuk strategi komunikasi dakwah yang adaptif dan relevan dengan audiens digital masa kini. Dengan pendekatan yang memadukan personalisasi konten, pemanfaatan media digital, dan penggunaan visual yang mendukung, akun @wanitadeduh berhasil menyampaikan pesan self-love berbasis nilai-nilai Islam secara efektif dan menginspirasi. Strategi dakwah ini tidak hanya mendekatkan audiens pada pemahaman diri yang lebih baik, tetapi juga menguatkan nilai spiritual sebagai bagian dari proses penerimaan diri secara Islami.

Ucapan Terimakasih

Terima Kasih kepada orang tua, dosen pembimbing dan teman-teman yang telah mendukung peneliti untuk mengerjakan penelitian ini dengan baik. Kepada Ka Bela Ariana selaku pemilik akun @wanitadeduh dan semua pihak yang turut membantu dalam penelitian yang sangat berharga bagi saya ini, dimanapun kalian berada semoga selalu berada dalam lindungan Allah SWT.

Daftar Pustaka

- Refi Maulana Yusuf, & Dadi Ahmadi. (2022). Kampanye Budaya Beberes di Media Sosial Instagram. *Jurnal Riset Jurnalistik Dan Media Digital*, 151–158. <https://doi.org/10.29313/jrjmd.v2i2.1530>
- Reiza, M. N., & Wiwitan, T. (2025). *Pengaruh Promosi Produk Halal terhadap Minat Beli Konsumen*. <https://journals.sangkuriangpublisher.com/person>
- Sabil M Sungkar, & Dadi Ahmadi. (2023). Pengelolaan Konten Instagram dalam Konten Dakwah #Shift1MinuteBooster Shift Media. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi (JRMK)*, 3(2).
- APJII. (2024). Jumlah pengguna internet Indonesia tembus 221 juta orang. <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>.
- Arief, A. F. (2024). Bagaimana Standar Kecantikan Menurut Perempuan Indonesia? Oktober. <https://data.goodstats.id/statistic/bagaimana-standar-kecantikan-menurut-perempuan-indonesia-weAtZ#:~:text=Berdasarkan laporan ZAP Beauty Index,dengan persentase 16%2C4%25>.
- Asmarini, A. (2022). Konsep Self Love Dalam Al-Qur'an Perspektif Psikologi Qur'ani. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU.

- DH, A. G. (2023). Dampak Standar Kecantikan Bagi Perempuan di Indonesia. Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS), 2, 1440–1448.
- EUFRASIA, A. P. (2023). STRATEGI PRODUKSI KONTEN REELS INSTAGRAM @_temanmanis. Universitas Mercu Buana.
- Hajar, S. A., & Anshori, M. S. (2021). Strategi Komunikasi Persuasif Farah Qoonita Dalam Menyampaikan Dakwah Melalui New Media. Aksiologi: Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Sosial, 1(2), 62–66.
- Markplus.Inc. (2024). ZAP BEAUTY INDEX 2024 ZAP BEAUTY INDEX. https://zapclinic.com/files/ZAP_Beauty_Index_2024.pdf
- Melvin L. DeFleur, M. H. D. (2022). Mass Communication Theories: Explaining Origins, Processes, and Effects, (2nd editio). <https://doi.org/https://doi.org/10.4324/9781003083467>
- Melvin L. DeFleur, S. J. B.-R. (1989). Theories of mass communication.
- Ramadhani, A. P. (2019). Strategi Komunikasi Greenpeace Indonesia Dalam Mensosialisasikan Gerakan Global #Breakfreefromplastic Di Instagram. Repository.Uinjkt.Ac.Id, 155. https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/63464%0Ahttps://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/63464/1/AISYAH_PUTRI_RAMADHANI-FDK.pdf
- Sari, N. Y., & Kusumawijayanti, A. R. (2024). Peran Media Sosial dalam Fenomena Viralitas (Studi Pada Akun Tik Tok @Bundacorlaofficials). Perspektif Administrasi Publik Dan Hukum, 1(3), 49–58. <http://nasional>.
- Septiana, S. (2021). KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM KONTEN YOUTUBE ANALISA CHANNEL: SELF LOVE DAY 1-7 (ANALISIS HERMENUTIKA GADAMER). IAIN PURWOKERTO.
- Virgita, S. A., Lestari, E. A., Suratri, S., Awwaliyyah, C., & Putri, N. (2024). Penerapan self-love dalam diri guna mengurangi tingkat depresi pada remaja. Jurnal Akselerasi Merdeka Belajar Dalam Pengabdian Orientasi Masyarakat (AMPOEN): Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 2(1b), 451–453