

Dakwah Kreatif Nilai-Nilai Syariah melalui Ilustrasi Anime pada Instagram @bravevoyagers

Nur Annisa Barkah^{*}, Ida Afidah, N. Sausan M. Sholeh

Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

nurannisabarkahh@gmail.com, ida.afidah@unisba.ac.id, sausan.muhammad@unisba.ac.id

Abstract. This study examines the characteristics of creative da'wah and the messages conveyed through the Instagram account @bravevoyagers, which utilizes anime illustrations as a medium for delivering sharia messages. The anime phenomenon is popular among various audience segments and can serve as both an educational tool and an effective means of Islamic preaching, despite its potential negative aspects. Using a qualitative approach and content analysis based on Klaus Krippendorff's method, this research analyzes 10 selected Instagram posts published by @bravevoyagers. The findings show that this account effectively presents strong, relevant, and transformative sharia da'wah through anime and manga-based visualizations, symbolic and semantic messaging, and contextual socio-political critique. A pragmatic communication approach is also employed. The da'wah messages focus on sharia values, including adherence to Islamic law and criticism of systems that contradict it. These messages are presented contextually, visually, and emotionally. This study contributes to the understanding of digital da'wah adaptation in the era of globalization, demonstrating that the use of Japanese popular culture such as anime represents a relevant form of innovation in delivering sharia-oriented Islamic messages.

Keywords: *Creative Da'wah, Anime Illustration, Sharia.*

Abstrak. Penelitian ini mengkaji karakteristik dakwah kreatif dan pesan yang disampaikan melalui akun Instagram @bravevoyagers, yang memanfaatkan ilustrasi anime sebagai media untuk menyampaikan pesan syariah. Fenomena anime populer di berbagai kalangan audiens dan dapat berfungsi sebagai media edukatif serta sarana dakwah yang efektif, meskipun memiliki potensi aspek negatif. Dengan pendekatan kualitatif dan analisis konten berdasarkan metode Klaus Krippendorff, penelitian ini menganalisis 10 unggahan terpilih dari akun Instagram @bravevoyagers. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun ini berhasil menyajikan dakwah syariah yang kuat, relevan, dan transformatif melalui visualisasi berbasis anime dan manga, serta penyampaian pesan simbolik dan semantik, di samping kritik sosial-politik yang kontekstual. Pendekatan pragmatik dalam komunikasi juga diterapkan. Pesan dakwah berfokus pada nilai-nilai syariah, termasuk ketaatan pada hukum syariah dan kritik terhadap sistem yang bertentangan dengannya. Pesan ini disajikan secara kontekstual, visual, dan emosional. Penelitian ini berkontribusi pada pemahaman tentang adaptasi dakwah digital di era globalisasi, menunjukkan bahwa penggunaan budaya populer Jepang seperti anime bentuk inovasi dakwah digital yang relevan dalam menyampaikan pesan dakwah syariah.

Kata Kunci: *Dakwah Kreatif, Ilustrasi Anime, Syariah.*

A. Pendahuluan

Dalam dakwah yang dilakukan Rasulullah Saw, penyampaian bersifat kondisional dan variatif, disesuaikan dengan tempat dan situasi. Di Madinah, misalnya, beliau menumbuhkan semangat kebangsaan melalui Piagam Madinah yang menjamin kebebasan beragama dan kewajiban membela negara dari ancaman luar (Patmawati, 2014). Hal ini menunjukkan bahwa pesan dakwah tidak hanya bertujuan spiritual, tetapi juga demi kesejahteraan manusia di dunia dan akhirat. Dakwah merupakan aktivitas yang menuntut pembaruan terus-menerus, baik dari sisi konten, strategi, maupun metode. Rasulullah pun menyampaikan dakwah secara bertahap dan kontekstual, melanjutkan dakwah Nabi Ibrahim as, agar lebih mudah diterima oleh masyarakat (Patmawati, 2014).

Di era globalisasi, da'i dan aktivis dakwah perlu menyampaikan pesan secara modern dan kontekstual, agar menjangkau audiensi lebih luas namun tetap mengarah pada Tujuan dakwah dalam hal ini dapat membawa manusia kepada kebajikan, kesucian, kesejahteraan, keadilan, kesetaraan, kebahagiaan, dan keselamatan dunia dan akhirat (Fahrurrozz, 2019). Salah satu media potensial adalah media sosial, khususnya Instagram. Menurut survei APJII 2024 (Adi Ahdiat, 2024), sebanyak 51,9% Gen Z di Indonesia aktif menggunakan Instagram. Hal ini menjadi peluang bagi dakwah digital melalui carousel Instagram merupakan fitur yang memungkinkan unggahan beberapa gambar atau video dalam satu post untuk menyampaikan informasi secara berurutan dan edukatif (Alle Ceambur., 2024). Salah satu bentuk inovatifnya adalah penggunaan ilustrasi anime sebagai media dakwah yang komunikatif dan menarik bagi generasi muda.

Istilah anime, berasal dari kata "*animation*" dalam Bahasa Inggris, merupakan karya animasi khas Jepang yang menampilkan cerita beragam, mulai dari kehidupan sehari-hari hingga fiksi ilmiah, serta memuat nilai budaya dan moral (Gama, 2024). Di Indonesia, anime mulai populer sejak 1990-an dan mendapat respons positif, menjadikannya sebagai negara dengan jumlah penggemar anime terbanyak ketiga di dunia (Pristianti, 2024). Meskipun dapat menimbulkan dampak negatif seperti kecanduan dan pelarian dari realitas (Nazhifa Ghina Azzah, 2021), anime juga menyuguhkan nilai-nilai positif seperti kepahlawanan, tanggung jawab, dan kebersamaan (Nugroho & Hendrastomo, 2017). Seperti dalam cerita anime *One Piece Movie Red* merepresentasikan nilai heroisme, seperti tanggung jawab, pengorbanan, kesabaran, dan solidaritas (Rifki et al., 2024). Hal ini mendorong munculnya konten kreator dakwah yang memanfaatkan ilustrasi anime sebagai media dakwah kreatif di media sosial, khususnya Instagram.

Akun Instagram @bravevoyagers merupakan salah satu konten kreator dakwah yang menggunakan ilustrasi anime sebagai media dakwah. Sejak akhir 2022, akun ini telah mengunggah 412 konten dengan tema utama pemikiran Islam dan politik (80%), pemikiran seputar wibu (15%), dan topik lainnya (5%), serta memiliki sekitar 29.900 pengikut (Brave Voyager, 2025b). Akun ini bertujuan menghidupkan kembali kehidupan Islam melalui penyampaian pemikiran dan politik Islam yang mudah diterima masyarakat awam (Brave Voyager, 2025a).

Salah satu pengikutnya, berinisial J.I., menyatakan bahwa akun ini menarik karena membahas tema yang jarang diangkat, seperti ideologi Islam, dan dikemas dengan animasi. Hal tersebut memotivasinya untuk berdakwah menggunakan media serupa (J.I., 2025). Berdasarkan tanggapan tersebut, dapat disimpulkan bahwa akun @bravevoyagers memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan dengan akun dakwah lainnya, baik dari pendekatan dakwah yang digunakan maupun tema konten yang diangkat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dakwah kreatif melalui ilustrasi anime pada akun Instagram @bravevoyagers yang memadukan budaya populer Jepang dengan pesan Islam, khususnya nilai-nilai syariah. Rumusan masalah yang diangkat meliputi bagaimana karakteristik dakwah kreatif yang ditampilkan serta bagaimana pesan dakwah disampaikan melalui konten visual tersebut. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif dengan metode analisis isi menurut Klaus Krippendorff.

Penelitian ini secara teoritis berkontribusi pada pengembangan ilmu komunikasi dan dakwah digital, khususnya dalam penggunaan media sosial dan ilustrasi visual sebagai sarana penyampaian ajaran Islam. Secara praktis, hasilnya dapat menjadi rujukan bagi mahasiswa, akademisi, dan konten kreator dakwah. Adapun stakeholder yang terlibat meliputi institusi pendidikan, kreator dakwah, dan pengguna media sosial Muslim sebagai sasaran dakwah kreatif.

B. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis isi (*content analysis*) menurut Klaus Krippendorff. Pendekatan ini dipilih untuk mengkaji secara mendalam pesan dakwah yang terkandung dalam ilustrasi anime pada akun Instagram @bravevoyagers. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui tiga metode utama: dokumentasi, observasi nonpartisipatif, dan studi dokumenter. Dokumentasi dilakukan dengan menghimpun data dari unggahan berupa caption, elemen visual (karakter, warna, simbol), serta interaksi audiens seperti jumlah suka (*likes*), dan komentar. Observasi nonpartisipatif digunakan untuk mengamati narasi dakwah, gaya komunikasi, dan segmentasi audiens tanpa interaksi langsung dengan pengelola akun. Adapun studi dokumenter dilakukan melalui penelusuran data sekunder dari profil akun, situs resmi <https://www.bravevoyager.com>, serta referensi akademik yang relevan.

Menurut Krippendorff (Pratama et al., 2021), analisis isi adalah teknik penelitian yang memungkinkan disusunnya kesimpulan yang dapat diuji ulang dan sah, dengan mempertimbangkan konteks komunikasi secara menyeluruh. Klaus Krippendorff (Krippendorff & Wajidi, 1980) mengklasifikasikan kerangka teorinya ke dalam beberapa pendekatan: (1) *Analisis Isi Pragmatik*, yang memahami isi teks melalui dampak atau konsekuensi dari kata yang digunakan; (2) *Analisis Isi Semantik*, yang mengkaji makna kata, termasuk penunjukan (frekuensi rujukan objek), pensifatan (karakterisasi objek), dan pernyataan (pelabelan objek); serta (3) *Analisis Sarana Tanda (Sign-Vehicles Analysis)*, yang menghitung frekuensi kemunculan kata atau istilah tertentu dalam teks.

Analisis data dilakukan melalui enam tahapan dalam kerangka Krippendorff (Eriyanto, 2011), yaitu: *unitizing*, *sampling*, *recording/coding*, *reducing*, *abductively inferring*, dan *narrating*. Tahap *unitizing* menentukan satuan teks atau visual yang dianalisis; *sampling* memilih konten yang relevan dengan tema dakwah, khususnya syariah; *recording/coding* mencatat elemen penting dalam konten; dan *reducing* menyederhanakan data agar lebih efisien. Selanjutnya, *abductively inferring* digunakan untuk menarik makna dan keterkaitan antar unsur konten, dan *narrating* menyusun hasil analisis dalam bentuk narasi yang menjawab rumusan masalah (Eriyanto, 2011). Seluruh proses pengumpulan dan analisis data dilakukan pada rentang waktu 29 Juni 2024 hingga 26 Mei 2025.

Artikel ini termasuk dalam kategori *original research* yang berbasis pada hasil penelitian lapangan. Objek kajian adalah akun Instagram @bravevoyagers yang secara konsisten menyajikan konten dakwah kreatif melalui ilustrasi anime. Penelitian difokuskan pada analisis pesan dakwah bertema syariah, guna memahami bagaimana media visual digital dimanfaatkan sebagai sarana penyampaian nilai-nilai Islam kepada audiens media sosial secara efektif.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Karakteristik Dakwah Kreatif pada Akun Instagram @bravevoyagers

Akun Instagram @bravevoyagers menunjukkan pendekatan dakwah yang inovatif dan kontekstual dengan memanfaatkan elemen-elemen budaya populer Jepang, khususnya ilustrasi anime, untuk menyampaikan pesan-pesan Islam. Penggunaan gaya ilustrasi anime dan manga menjadi daya tarik utama yang membedakan akun ini dari akun dakwah lainnya. Karakter yang menyerupai tokoh anime membuat konten dakwah lebih menarik bagi kalangan muda, yang merupakan audiens utama di media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa dakwah dapat disampaikan dengan cara yang lebih menarik dan relevan dengan budaya yang sedang populer.

Akun ini tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai platform untuk menyampaikan pemikiran Islam yang serius. Dengan mengemas gagasan tentang sistem pemerintahan Islam dan keadilan sosial dalam bentuk visual yang menarik, akun ini berhasil menjangkau audiens yang lebih luas dan mendorong diskusi tentang isu-isu penting dalam konteks Islam.

Penggunaan musik dan background yang diciptakan sendiri menambah dimensi emosional pada konten dakwah. Musik yang selaras dengan tema visual dan narasi tidak hanya memperkuat pesan yang disampaikan, tetapi juga menciptakan pengalaman yang lebih mendalam bagi audiens. Selain itu, akun ini juga berani menyuarakan kritik terhadap sistem yang dianggap bertentangan dengan nilai-nilai Islam. Dengan pendekatan visual yang khas, kritik tersebut disampaikan dengan cara yang tidak hanya informatif tetapi juga menarik, sehingga dapat memicu pemikiran kritis di kalangan pengikutnya.

Unggahan Konten yang Mengandung Pesan Dakwah dalam Akun @bravevoyagers

Analisis terhadap unggahan konten di akun Instagram @bravevoyagers menunjukkan bahwa sejak 21 November 2022 hingga 5 Juni 2025, terdapat total 412 postingan yang diunggah. Namun, penelitian ini tidak mencakup seluruh unggahan tersebut, melainkan berfokus pada konten yang mengandung pesan dakwah, khususnya yang berkaitan dengan syariah. Dalam rentang waktu 29 Juni 2024 hingga 26 Mei 2025, peneliti menganalisis 111 unggahan yang relevan. Dari pengamatan terhadap konten tersebut, ditemukan bahwa unggahan-unggahan ini mengandung unsur pesan dakwah yang dapat dikategorikan ke dalam tiga aspek utama: aqidah, syariah, dan akhlak. Hasil klasifikasi menunjukkan bahwa dari 111 unggahan, hanya 2 unggahan yang berkaitan dengan aqidah, 66 unggahan berfokus pada syariah, dan 13 unggahan mengangkat tema akhlak. Selain itu, terdapat 30 unggahan lainnya yang mencakup konten seperti iklan, rangkuman berita viral, dan cuplikan lagu dari akun tersebut. Dalam proses analisis, peneliti memilih unggahan yang memiliki fitur carousel. Dari keseluruhan konten, peneliti mengambil 10 unggahan ilustrasi anime yang paling menonjol dan mendapatkan jumlah like terbanyak, dengan mempertimbangkan relevansinya terhadap konteks penelitian, yaitu pesan syariah. Fokus analisis ini adalah pada isi pesan yang disampaikan dalam unggahan yang dipublikasikan selama periode 29 Mei 2024 hingga 29 Juni 2025.

Analisis dan Pembahasan

Pesan Dakwah Kreatif tentang Nilai-nilai Syariah dan Karakteristik Dakwah Kreatif pada Akun Instagram @bravevoyagers

Dalam penelitian ini, peneliti menganalisis pesan dakwah yang disampaikan melalui akun Instagram @bravevoyagers, dengan fokus pada nilai-nilai syariah dan karakteristik dakwah kreatif yang digunakan. Melalui 10 unggahan dengan tingkat interaksi tertinggi, kami menemukan bahwa konten dakwah ini tidak hanya menyampaikan pesan-pesan Islam yang relevan, tetapi juga menggunakan pendekatan dakwah kreatif yang menarik bagi audiens muda.

Salah satu unggahan yang menarik perhatian adalah gambar pertama, yang diunggah pada tanggal 29 Juni 2024. Menampilkan konten “ipar adalah maut” sebagai peringatan akan pentingnya aturan Islam dalam menjaga hubungan antar lawan jenis, khususnya dalam konteks munakahat. Konten ini menyampaikan pesan dakwah tentang pentingnya menjaga batasan pergaulan dalam Islam, terutama antara wanita dan iparnya. Meskipun ipar termasuk “keluarga dekat”, secara hukum Islam, ipar bukan mahram, sehingga tidak boleh berduaan, bersentuhan, atau terlalu akrab tanpa alasan syar’i, untuk menghindari fitnah atau godaan.

Pernyataan “Ipar adalah maut” merujuk pada sabda Nabi Muhammad SAW yang menekankan bahaya hubungan dengan ipar, yang lebih besar dibandingkan dengan orang asing, karena interaksi yang lebih sering dapat menimbulkan godaan. Nabi menggunakan istilah “maut” untuk menekankan keseriusan masalah ini, yang dapat berujung pada kerusakan moral atau kehancuran rumah tangga. Dalam surah. An-Nisa (4) ayat 30 juga mengingatkan kita untuk menjaga pandangan dan bergaul dengan bijak, agar terhindar dari dosa seperti zina dan fitnah. Dalam analisis semantik, kata “maut” di sini bukan berarti kematian secara harfiah, tetapi sebagai peringatan bahwa hubungan dengan ipar yang tidak terjaga dapat menimbulkan masalah besar, seperti perselingkuhan yang merusak rumah tangga.

Dengan gaya bahasa yang singkat dan visual menarik, konten ini bertujuan untuk menunjukkan bahwa aturan Islam bukanlah pembatasan, melainkan perlindungan bagi kehormatan dan keluarga. Konten ini juga menampilkan visualisasi berbasis anime yang merujuk pada karakter populer untuk menyampaikan pesan tentang larangan berduaan dengan ipar, sehingga menciptakan komunikasi yang relevan dan mudah diterima oleh kalangan muda.

Selanjutnya, unggahan akun @bravevoyagers secara eksplisit mengkritik sistem nilai global yang cenderung menyingkirkan agama dari struktur sosial dan politik. Pernyataan “Hukum Islam sudah nggak relevan” diposisikan sebagai retorika yang dikritisi, mencerminkan penyampaian gagasan Islam secara kritis terhadap isu-isu sosial dan politik, seperti terlihat pada Gambar 2. Unggahan ini tidak hanya menyampaikan ajaran Islam secara normatif, tetapi juga mengajak audiens (mad’u) untuk merefleksikan kembali peran Islam dalam menghadapi dinamika perubahan sosial, khususnya dalam ranah politik dan ketimpangan struktural.

Melalui pendekatan pragmatik dalam analisis isi menurut Klaus Krippendorff, konten ini membangun kesadaran kolektif bahwa ajaran Islam tidak dapat dianggap usang atau tidak relevan. Sebaliknya, Islam justru menawarkan solusi atas berbagai krisis yang tidak terselesaikan oleh sistem sekuler, seperti ketimpangan ekonomi, kerusakan moral, dan dominasi kekuasaan yang terlepas dari nilai-nilai ilahiyah.

Gambar ketiga, mengenai “Skandal Paskibraka 2024” yang mengangkat isu pelarangan jilbab bagi anggota paskibraka perempuan Muslim. Dalam kontennya, akun ini mengajukan pertanyaan yang menggugah kesadaran publik: “Apakah pihak yang melarang kerudung itu mau 'melawan' UUD 1945?” dan “Apakah mereka mau merampas hak masyarakat untuk mengekspresikan keyakinan dan identitas mereka?” Pertanyaan-pertanyaan ini tidak hanya menyampaikan kritik, tetapi juga membuka ruang perenungan terhadap praktik kebijakan yang dianggap diskriminatif terhadap identitas keislaman perempuan.

Sebagaimana firman Allah Swt dalam surah Ali-Imran (3) ayat 104 “Hendaklah ada di antara kamu se-golongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Mereka itulah orang-orang yang beruntung.” Dalam konteks ini, analisis isi pragmatik digunakan untuk memahami pesan dakwah yang menyuarakan keadilan dalam mempertahankan identitas Islam, karena kebijakan pelarangan jilbab berkaitan dengan pesan syariah dalam menjaga kehormatan diri dan menolak penindasan terhadap keyakinan.

Karakteristik dakwah kreatif pada Gambar 3 dengan tema “Skandal Paskibraka 2024” ditunjukkan melalui visualisasi seorang siswi Muslimah yang menangis karena dipaksa melepas jilbab. Berdasarkan analisis isi pragmatik Klaus Krippendorff, pesan ini dapat dimaknai melalui keterkaitan antara konteks sosial, simbol, dan tindakan komunikatif yang dibangun. Konten ini tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga mendorong audiens (mad'u) untuk mengevaluasi kembali keadilan sistem yang berlaku terhadap pemeluk agama Islam, serta mempertanyakan keselarasan antara konstitusi negara dan hak-hak syar'i umat Islam.

Pada gambar keempat, Unggahan yang membahas konsep kepemilikan dalam sistem ekonomi Islam, khususnya terkait pengelolaan sumber daya tambang. Dalam Islam, pengelolaan tambang merupakan tanggung jawab negara, bukan pihak asing, cukong, atau ormas. Terdapat tiga jenis kepemilikan dalam sistem ekonomi Islam: Kepemilikan Individu, Kepemilikan Umum, dan Kepemilikan Negara. Kepemilikan negara berfungsi untuk mengelola pendapatan dan kekayaan demi keadilan sosial, dengan landasan etika, hukum, dan keadilan. Sunan Ibnu Majah 2464: Telah menceritakan kepada kami [Muhammad bin Abdullah bin Yazid] berkata: telah menceritakan kepada kami [Sufyan] dari [Abu Az Zinad] dari [Al A'raj] dari [Abu Hurairah] bahwa Rasulullah SAW bersabda: *"Tiga hal yang tidak boleh untuk dimonopoli: air, rumput, dan api."* Analisis pragmatis digunakan untuk menganalisis teks ini, karena berfungsi sebagai ajakan, kritik, dan pembentukan opini publik berbasis syariah. Unggahan ini menegaskan bahwa tambang sebagai sumber daya alam strategis harus dikelola oleh negara, sesuai dengan prinsip-prinsip Islam yang mengatur kepemilikan.

Karakteristik dakwah kreatif dalam unggahan ini terlihat melalui kritik sosial-politik yang tajam namun komunikatif, dengan tema “Dalam Islam, cuma negara yang wajib mengelola tambang, bukan asing, cukong, apalagi ormas.” Konten ini tidak hanya menyampaikan ajaran Islam tentang pengelolaan harta milik umat, tetapi juga mengungkap ketimpangan struktural dan dominasi kapitalisme global yang merugikan masyarakat. Visualisasi emosional dan ekspresi karakter anime yang merepresentasikan penderitaan rakyat kecil membangun kesadaran kolektif terhadap isu tersebut. Dalam konteks analisis isi menurut Klaus Krippendorff, unggahan ini menunjukkan peran komunikasi visual dalam membentuk realitas sosial. Makna tidak hanya tertanam dalam teks, tetapi juga dibangun melalui konteks sosial dan interpretasi audiens. Dengan demikian, pesan dakwah ini bersifat informatif, kritis, dan reflektif, mendorong publik untuk meninjau kembali ketidakadilan struktural yang bertentangan dengan nilai-nilai Islam.

Gambar kelima Konten yang diunggah pada 27 Januari 2025 oleh akun Instagram @bravevoyagers, yang mendapatkan 5.374 likes, mengangkat makna penting dari peristiwa Isra' dan Mi'raj, dengan fokus pada kedudukan Baitul Maqdis (Al-Aqsha) sebagai warisan spiritual dan simbolis umat Islam. Dalam narasinya, akun ini menegaskan bahwa Isra' perjalanan Rasulullah SAW dari Masjidil Haram ke Masjid Al-Aqsha bukan sekadar perjalanan fisik, melainkan transisi kekuasaan spiritual dan kepemimpinan umat. Rasulullah SAW tidak hanya tiba di Baitul Maqdis, tetapi juga menjadi imam bagi para nabi sebelum naik ke langit (mi'raj). Peristiwa ini dimaknai sebagai alih kepemimpinan agama dari Bani Israil kepada umat Rasulullah SAW, yang berkaitan dengan identitas dan hak umat Islam atas Baitul Maqdis. Pesan dakwah ini menegaskan keistimewaan umat Islam sebagai pemimpin dalam menegakkan syariat dan nilai-nilai kebaikan universal. Dalam konteks analisis isi, pendekatan pragmatik digunakan untuk menilai efek pesan pada pembaca, yang berfungsi membentuk sikap dan tindakan keagamaan.

Salah satu karakteristik menonjol dari dakwah kreatif dalam unggahan ini adalah penyampaian gagasan Islam melalui kritik sosial dan politik yang komunikatif dan estetis, seperti terlihat dalam tema "Pelajaran dari Isra'-Mi'raj: Baitul Maqdis milik umat Islam, bukan milik Zionis dan Barat." Unggahan ini mengangkat isu geopolitik umat Islam melalui narasi perjalanan spiritual Rasulullah SAW, menegaskan bahwa Baitul Maqdis adalah wilayah sakral yang secara ideologis dan historis merupakan bagian dari peradaban Islam, bukan milik kekuatan kolonial.

Berdasarkan teori analisis isi Klaus Krippendorff, pendekatan semantik terlihat dari pemilihan diksi yang tegas, seperti frasa "milik umat Islam, bukan milik Ji-o-nish dan Barat." Pesan ini secara langsung menginformasikan nilai-nilai syariah dan politik Islam terkait wilayah tersebut. Pendekatan pragmatik juga tampak dari tujuan komunikasi yang tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi unggahan ini merepresentasikan karakteristik dakwah kreatif yang efektif dalam menyampaikan pesan keislaman secara kritis dan reflektif.

Selanjutnya, gambar keenam Unggahan yang diposting pada 16 Februari 2025 oleh akun Instagram @bravevoyagers mengandung kritik terhadap kebijakan politik rezim yang memberikan bantuan namun diiringi penindasan, mencerminkan ketidakadilan dan ketimpangan kekuasaan. Konten ini menekankan bahwa pembangunan harus memperhatikan sumber pembiayaan yang adil dan tidak membebani rakyat, serta mengusulkan sistem politik alternatif, seperti Khilafah, sebagai solusi.

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ
 (١١٠) وَلَوْ أَمَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ مِنْهُمُ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُ هُمْ الْفَاسِقُونَ

"Kamu (umat Islam) adalah umat terbaik yang dilahirkan untuk manusia (selama) kamu menyuruh (berbuat) yang makruf, mencegah dari yang mungkar, dan beriman kepada Allah. Seandainya Ahlulkitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka. Di antara mereka ada yang beriman dan kebanyakan mereka adalah orang-orang fasik." (QS. Ali-Imran (3) :110) yang menyatakan bahwa Allah menjanjikan kekuasaan kepada orang-orang yang beriman dan beramal saleh menegaskan bahwa legitimasi kekuasaan hanya sah jika berdasarkan ketaatan kepada hukum Allah. Hal ini membantah sistem yang memberikan kekuasaan berdasarkan suara terbanyak tanpa mempertimbangkan syariat. Melalui pendekatan pragmatik analisis isi Klaus Krippendorff, tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga membentuk realitas sosial dan membuka ruang kritis.

Gambar ketujuh unggahan @bravevoyagers pada 17 Agustus 2024 mengangkat tema "Jadi, mungkin gak sih bangun negara tanpa pajak?" sebagai bentuk dakwah kreatif yang menyampaikan kritik sosial-politik secara estetis. Konten ini menyoroti alternatif sistem ekonomi Islam yang menolak ketergantungan negara pada pajak, dengan menekankan pentingnya zakat dan pengelolaan kepemilikan umum sesuai syariah. Melalui pendekatan semantik dan pragmatik analisis isi menurut Krippendorff, konten ini membangun kesadaran kritis terhadap ketimpangan sistem ekonomi global. Bahasa santai dan simbol visual anime digunakan untuk menjangkau audiens muda, sekaligus menyampaikan pesan ideologis tentang kemerdekaan sejati menurut Islam.

Pada Gambar kedelapan, unggahan bertema “Penipuan Terbesar Zaman Ini Adalah Demokrasi” dan “Makna Merdeka dalam Islam” mencerminkan karakteristik dakwah kreatif yang menyuarakan kritik sosial-politik secara estetik. Pesan utama yang disampaikan adalah ajakan untuk menolak sistem sekuler dan kembali kepada hukum Islam (syariah) sebagai bentuk kemerdekaan sejati, bukan hanya bebas dari penjajahan fisik, tetapi juga dari dominasi kapitalisme, sekularisme, dan kebijakan yang membatasi penerapan syariat secara kaffah. Visualisasi bergaya anime dipadukan dengan narasi reflektif, menjadikan dakwah terasa hidup dan kontekstual. Menurut analisis pragmatik Klaus Krippendorff, konten ini tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga membentuk makna melalui konteks sosial dan mendorong kesadaran kolektif umat terhadap pentingnya perubahan sistemik menuju tatanan kehidupan Islam.

Gambar kesembilan menunjukkan karakteristik dakwah kreatif melalui penyampaian gagasan Islam secara kritik sosial-politik, terutama terkait sistem demokrasi yang dianggap tidak sesuai dengan prinsip syariah. Unggahan bertuliskan “Penipuan Terbesar Zaman Ini Adalah Demokrasi” menyiratkan penolakan terhadap kedaulatan rakyat sebagai sumber hukum, dan menegaskan bahwa dalam Islam, kedaulatan mutlak berada pada Allah SWT.

Pesan tersebut membawa dimensi syariah politik dengan menunjukkan kegagalan sistem demokrasi dalam mewujudkan keadilan substantif, serta ironi antara janji kebebasan dan kenyataan represif yang terjadi di masyarakat. Melalui visualisasi bergaya anime dan narasi yang komunikatif, akun @bravevoyagers berhasil menyampaikan kritik sistemik secara estetik. Dalam analisis pragmatik menurut Klaus Krippendorff, unggahan ini menunjukkan bahwa pesan yang disampaikan mampu membentuk kesadaran bersama dan mendorong munculnya cara pandang alternatif terhadap sistem politik yang ada. Dengan demikian, konten tersebut menggambarkan bagaimana dakwah kreatif dapat berperan sebagai media yang menggabungkan pesan dakwah, unsur budaya populer, dan kesadaran kritis umat.

Gambar kesepuluh memperlihatkan kisah Umar bin Abdul Aziz sebagai pemimpin yang jujur, adil, dan bertanggung jawab di hadapan Allah. Konten ini menunjukkan dakwah kreatif yang mengajak audiens untuk meneladani kepemimpinan Islam yang bersih dari nepotisme dan penyalahgunaan kekuasaan. Menurut pendekatan pragmatik dari Klaus Krippendorff, pesan ini tidak hanya bercerita tentang sejarah, tetapi juga ingin mengajak masyarakat berpikir ulang tentang pemimpin ideal. Visual anime yang menampilkan Umar bin Abdul Aziz sedang menangis membuat pesan terasa lebih menyentuh. Dengan cara ini, dakwah kreatif berhasil menyampaikan nilai-nilai Islam melalui gabungan cerita sejarah, kritik sosial, dan tampilan visual yang menarik bagi generasi muda.

Melalui analisis ini, terlihat bahwa akun @bravevoyagers berhasil mengemas pesan-pesan syariah dengan cara yang menarik dan relevan bagi generasi muda. Dengan pendekatan kreatif yang memadukan visual menarik, bahasa yang komunikatif, dan konten yang mendalam, dakwah ini tidak hanya informatif tetapi juga mengajak audiens untuk berpikir kritis dan reflektif terhadap isu-isu sosial dan politik yang relevan.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 10 unggahan dari akun Instagram @bravevoyagers, peneliti menyimpulkan hasil analisis terhadap fenomena yang dikaji dalam penelitian ini. Berdasarkan temuan dan kajian teoritis, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Karakteristik dakwah kreatif yang ditandai oleh pendekatan visual yang kuat melalui ilustrasi bergaya anime dan manga populer. Visualisasi tersebut menjadi media yang efektif untuk menjangkau mad'u kalangan muda, sejalan dengan pendekatan semantik Klaus Krippendorff yang menekankan pentingnya makna simbolik dalam komunikasi visual. Selain itu, akun ini menyampaikan gagasan Islam politik secara estetik dan komunikatif, dengan dukungan elemen audio seperti background dan lagu yang diciptakan sendiri, yang memperkuat penyampaian pesan. Gagasan Islam juga disampaikan dalam bentuk kritik sosial dan politik yang tajam namun strategis, menunjukkan dakwah yang tidak hanya bersifat moral, tetapi juga mendorong kesadaran intelektual dan sosial.

2. Pesan dakwah khususnya syariah yang disampaikan melalui akun Instagram @bravevoyagers menunjukkan bahwa konten-konten tersebut berhasil mengedukasi audiens tentang nilai-nilai Islam yang relevan dan kontekstual. Pesan-pesan ini mencakup pentingnya menjaga batasan pergaulan, relevansi hukum Islam di era modern, serta kritik terhadap kebijakan yang diskriminatif terhadap identitas keislaman. Selain itu, konten-konten tersebut menekankan keadilan sosial dalam sistem ekonomi Islam dan pentingnya kepemimpinan yang jujur dan bertanggung jawab. Dengan pendekatan yang kreatif dan komunikatif, dakwah ini tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga mendorong kesadaran kritis di kalangan pengikutnya. Secara keseluruhan, akun ini berfungsi sebagai platform yang efektif untuk menyebarkan pemahaman tentang syariah dan mendorong diskusi tentang isu-isu sosial yang relevan.

Ucapan Terimakasih

Penulis menyadari bahwa penyusunan karya ilmiah ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa dukungan, bimbingan, dan kontribusi berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan apresiasi yang mendalam kepada keluarga tercinta atas segala doa dan motivasi yang senantiasa diberikan. Terima kasih kepada Ibu Dr. Ida Afidah, Dra., M.Ag., selaku Dekan Fakultas Dakwah Universitas Islam Bandung sekaligus pembimbing I, atas arahan dan bimbingan yang berharga selama proses penyusunan penelitian ini. Terima kasih kepada Bapak Muhammad Fauzi Arif, S.Sos.I., M.I.Kom., selaku Wakil Dekan I Fakultas Dakwah, dan Bapak Malki Ahmad Nasir, S.Ag., M.Irk., Ph.D., selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Bandung. Ucapan terima kasih yang tulus juga ditujukan kepada Ibu N. Sausan M. Sholeh, Lc., M.A., selaku pembimbing II, serta seluruh dosen dan staf Fakultas Dakwah. Tak lupa, penulis menyampaikan terima kasih kepada seluruh rekan dan sahabat seperjuangan yang telah kebersamaian.

Daftar Pustaka

- Andhiya, S., Shaleh, K., & Natsir, M. A. (n.d.). *Penerapan Nilai-Nilai Dakwah dalam Pemasaran Produk Busana Muslimah Guna Meraih Keberkahan pada Brand Jamise Syar'i*. <https://journals.sangkuriangpublisher.com/person>
- Nurul Qurotul Aeni, & Suhendi, H. (2024). Pengaruh Dakwah Akun Instagram Hawaariyyun terhadap Gaya Hidup Followersnya. *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 33–38. <https://doi.org/10.29313/jrkpi.v4i1.3744>
- Sabil M Sungkar, & Dadi Ahmadi. (2023). Pengelolaan Konten Instagram dalam Konten Dakwah #Shift1MinuteBooster Shift Media. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 3(2), 121–124. <https://doi.org/10.29313/jrmk.v3i2.3226>
- Salma Zahwatunnisa Azzahra, & N. Sausan Muhammad Sholeh. (2024). Analisis Semiotika Konten Berbusana Muslimah Pada Akun Instagram @hijabalila. *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 137–144. <https://doi.org/10.29313/jrkpi.v4i2.5307>
- Supriadi, Y., Annisa Gunawan, & Dadi Ahmadi. (2024). Pengaruh Media Sosial Instagram @PinterPolitik terhadap Partisipasi Politik Mahasiswa. *Jurnal Riset Jurnalistik Dan Media Digital*, 135–140. <https://doi.org/10.29313/jrjmd.v4i2.4245>
- Andhiya, S., Shaleh, K., & Natsir, M. A. (n.d.). *Penerapan Nilai-Nilai Dakwah dalam Pemasaran Produk Busana Muslimah Guna Meraih Keberkahan pada Brand Jamise Syar'i*. <https://journals.sangkuriangpublisher.com/person>
- Nurul Qurotul Aeni, & Suhendi, H. (2024). Pengaruh Dakwah Akun Instagram Hawaariyyun terhadap Gaya Hidup Followersnya. *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 33–38. <https://doi.org/10.29313/jrkpi.v4i1.3744>

- Sabil M Sungkar, & Dadi Ahmadi. (2023). Pengelolaan Konten Instagram dalam Konten Dakwah #Shift1MinuteBooster Shift Media. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 3(2), 121–124. <https://doi.org/10.29313/jrmk.v3i2.3226>
- Adi Ahdiat. (2024). *Media Sosial Favorit Gen Z dan Millenial Indonesia*. Databoks.Id. <https://www.instagram.com/p/DAIp8RBSPlo/?igsh=MXR4N2V20DdtY2UweA==>
- Alle Ceambur. (2024). *Instagram Carousel – The Ultimate Guide For 2024*. Pally.Com. <https://pallyy.com/blog/instagram-carousel>
- Brave Voyager. (2025a). *About Us (bravevoyager.com)*. <https://www.bravevoyager.com/p/about-us.html>
- Brave Voyager. (2025b). *Brave Voyager (ブレイブボイジャー) (@bravevoyagers) • Foto dan video Instagram*. <https://www.instagram.com/bravevoyagers/>
- Eriyanto. (2011). *Analisis isi : Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Prenadamedia Group. [https://ia601206.us.archive.org/6/items/ebook-dan-novel-indonesia-volume-106/Analisis Isi Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi - Eriyanto.pdf](https://ia601206.us.archive.org/6/items/ebook-dan-novel-indonesia-volume-106/Analisis%20Isi%20Pengantar%20Metodologi%20Untuk%20Penelitian%20Ilmu%20Komunikasi%20-%20Eriyanto.pdf)
- Fahrurrozzzi, et al. (2019). *Ilmu Dakwah Edisi Pertama*. Prenadamedia Group.
- Gama, F. I. (2024). Pengenalan Anime Sebagai Budaya Populer Jepang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 4(1), 21–27. <https://doi.org/10.51805/jpmm.v4i1.159>
- J.I. (2025). *Tanggapan Pengikut dari inisial J.I.*
- Krippendorff, K., & Wajidi, F. (1980). *Analisis isi: pengantar teori dan metodologi*. Rajawali Pers. <https://books.google.co.id/books?id=0roanWEACAAJ>
- Nazhifa Ghina Azzah, P. A. R. (2021). Hubungan Konsep Diri Dan Kecanduan Menonton Anime Dengan Interaksi Sosial Komunitas Pecinta Anime. *Eprints.Ums.Ac.Id*. [https://Eprints.Ums.Ac.Id/127972/11/Naspub Nazhifa.Pdf](https://Eprints.Ums.Ac.Id/127972/11/Naspub%20Nazhifa.Pdf)
- Nugroho, P. A., & Hendrastomo, G. (2017). Anime Sebagai Budaya Populer (Studi Pada Komunitas Anime di Yogyakarta). *Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 6(3), 1–15. <https://journal.student.uny.ac.id/index.php/societas/article/viewFile/9099/8770>
- Patmawati. (2014). Sejarah Dakwah Rasulullah SAW Di Mekah Dan Madinah. *Al-Hikmah*, 8(2), 1–17. <https://jurnaliainpontianak.or.id/index.php/alhikmah/article/view/75>
- Pratama, B. I., Anggraini, C., Pratama, M. R., Illahi, A. K., & Dessanti Putri Sekti Ari, S. E. M. S. A. A. (2021). *Metode Analisis Isi (Metode Penelitian Populer Ilmu-ilmu Sosial)*. UNISMA PRESS. <https://books.google.co.id/books?id=hCZdEAAAQBAJ>
- Pristianti, K. (2024). Pengaruh Menonton Animasi Jepang Di Internet Terhadap Gaya Hidup Wibu Di Yogyakarta. *Commsphere: Jurnal Mahasiswa Ilmu Komunikasi*, 2(I), 93–121. <https://doi.org/10.37631/commsphere.v2ii.1353>

Rifki, R., Rohayati, N., & Munir, S. (2024). Heroisme Tokoh Utama Monkey D'Luffy Pada One Piece Film Red Pengembangan Bahan Ajar Teks Ulasan. *Diksatrasia : Jurnal Ilmiah Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 8(1), 126. <https://doi.org/10.25157/diksatrasia.v8i1.11382>