

Strategi Kesantunan dalam Ekspresi Doa Digital: Analisis Pragmatik di Instagram

Iklilah Atikoh*, Arief Ma`nawi

Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, Indonesia

*iklilahatikoh@mail.ugm.ac.id; arieb_arb@ugm.ac.id

A B S T R A C T

Instagram menjadi salah satu platform untuk individu dalam menyampaikan doa secara publik melalui teks, gambar, maupun video. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji ekspresi doa di Instagram dengan pendekatan pragmatik, berdasarkan teori permohonan dan kesantunan oleh Brown dan Levinson (1987). Fokusnya adalah mengidentifikasi bentuk permohonan langsung dan tidak langsung dalam doa berbahasa Indonesia dan Jawa. Data diambil dari 100 postingan Instagram, termasuk *caption* pada *reels* dan *feeds*, serta komentar. Komentar yang dipilih berkriteria: (1) ditulis dalam bahasa Indonesia atau Jawa; (2) mengandung ekspresi permohonan kepada Tuhan (doa); (3) bersifat publik dan dapat diakses tanpa batasan akun pribadi; serta (4) tidak mengandung unsur iklan, promosi, atau spam. Data dianalisis dari segi struktur kebahasaan dan strategi kesantunan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa permohonan langsung lebih dominan. Dalam bahasa Indonesia, kedua bentuk muncul seimbang dan sering disertai ungkapan santun, seperti *semoga* atau *mohon doanya*. Adapun dalam bahasa Jawa cenderung menggunakan permohonan tidak langsung sebagai bentuk kesantunan. Ekspresi doa di Instagram menunjukkan variasi strategi komunikasi yang dipengaruhi oleh bahasa, budaya, dan konteks sosial pengguna. Strategi *direct request* lebih sering digunakan dalam situasi yang mendesak atau personal. Strategi *indirect request* cenderung muncul dalam konteks yang lebih reflektif, sopan, dan berbasis budaya. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun media sosial bersifat cepat dan informal, ekspresi doa tetap mencerminkan nilai-nilai kesantunan, norma budaya, serta kedekatan relasi spiritual dengan Tuhan. Temuan ini dapat dimanfaatkan oleh para pendakwah digital, *content creator* religius, serta pengelola akun keislaman dalam merancang konten dakwah.

Kata kunci: ekspresi doa digital; Instagram; konten dakwah; strategi kesantunan

Politeness Strategy in Digital Prayer Expression: Pragmatic Analysis on Instagram

Instagram has become a platform for individuals to publicly express their prayers through text, images, and videos. This study aims to examine prayer expressions on Instagram using a pragmatic approach, based on the theory of requests and politeness by Brown and Levinson (1987). The focus is to identify direct and indirect forms of requests in Indonesian and Javanese prayers. Data were taken from 100 Instagram posts, including captions on reels and feeds, as well as comments. Comments were selected based on the following criteria: (1) written in Indonesian or Javanese; (2) containing expressions of requests to God (prayer); (3) public and accessible without personal account restrictions; and (4) not containing elements of advertising, promotion, or spam. The data were analyzed in terms of linguistic structure and politeness strategies. The results show that direct requests are more dominant. In Indonesian, both forms appear equally and are often accompanied by polite expressions, such as "harap" (hopefully) or "mohon doanya" (please pray). Javanese, on the other hand, tend to use indirect requests as a form of politeness. Prayer expressions on Instagram show a variety of communication strategies influenced by the user's language, culture, and social context. The direct request strategy is more often used in urgent or personal situations. Indirect request strategies tend to emerge in more reflective, polite, and culturally informed contexts. These findings suggest that despite the fast-paced and informal nature of social media, expressions of prayer still reflect values of politeness, cultural norms, and a close spiritual relationship with God. These findings can be utilized by digital preachers, religious content creators, and Islamic account managers in designing preaching content.

Keywords: digital prayer expressions; Instagram; politeness strategies; preaching content

Received: 16th May 2025; Revised: 28th May 2025; Accepted: 10th June 2025; Available online: 11th October 2025;
Published regularly: December 2025

Copyright © 2025 Universitas Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon
All rights reserved

*Corresponding author: Iklilah Atikoh, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta

E-mail address: iklilahatikoh@mail.ugm.ac.id

PENDAHULUAN

Doa merupakan bentuk ekspresi spiritual yang umum digunakan dalam kehidupan beragama (Drajat & Harahap, 2024; Austin, 1962). Dalam konteks tradisional, doa disampaikan secara lisan atau tertulis, namun perkembangan teknologi memungkinkan ekspresi doa merambah ruang digital seperti

media sosial (Himawan & Wahyudi, 2023). Instagram menjadi salah satu platform untuk individu menyampaikan doa secara publik melalui teks, gambar, maupun video. Fenomena ini penting dikaji karena menghadirkan transformasi fungsi doa yang tidak hanya bersifat spiritual, tetapi juga sosial dan kultural (Alhamdi & Pratiwi, 2024). Di Indonesia, ekspresi doa tidak hanya dipengaruhi oleh agama, tetapi juga budaya. Dalam budaya Jawa, penggunaan bahasa tidak langsung dianggap lebih santun (Errington, 1988; Rohayani, 2025). Leech (1983) menambahkan bahwa doa merupakan ekspresi sosial dan budaya yang mencerminkan nilai-nilai masyarakat (Bheka & Derung, 2023).

Penelitian ini menggunakan kerangka teori kesantunan Brown & Levinson (1987) dan teori permohonan Blum-Kulka, House, & Kasper (1989), serta prinsip pragmatik Leech (1983) untuk menganalisis komentar doa di Instagram. Teori Brown & Levinson (1987) menekankan pentingnya menjaga muka (*face*) dalam komunikasi. Teori Blum-Kulka, House, & Kasper (1989) membagi permohonan menjadi *direct* dan *indirect request*, tergantung pada tingkat eksplisit dan hubungan sosial antarpartisipan (Manalu, 2025). Dalam konteks doa, menjaga muka dapat diartikan sebagai upaya untuk menyampaikan permohonan dengan cara yang sopan dan sesuai dengan norma sosial (Shafari & Rokhmawan, 2024). Misalnya, penggunaan *indirect request* dalam doa sering dipilih karena dianggap lebih santun dan tidak terlalu memaksa sehingga dapat menjaga muka Tuhan sebagai pihak yang dimintai (Yusup, 2024). Hal ini sejalan dengan nilai-nilai budaya Jawa yang menekankan kesopanan dan kehalusan dalam berkomunikasi (Retnaningsih & Suryosumunar, 2024). Dalam konteks media sosial, doa dapat menjadi sarana untuk mengekspresikan identitas keagamaan dan solidaritas sosial (Aprillia & Sudrajat, 2022). Kajian ini membantu memahami bahwa doa di media sosial tidak hanya berfungsi sebagai permohonan kepada Tuhan, tetapi juga sebagai bentuk komunikasi antar-individu dalam komunitas digital (A'yun, Khotimah & Mustain, 2025). Dengan demikian, doa di media sosial dapat dilihat sebagai bagian dari praktik budaya dan sosial yang terus berkembang seiring dengan perubahan teknologi.

Berikut analisis beberapa doa yang dikategorikan sebagai *direct* dan *indirect request*. Contoh *direct request* dapat dilihat pada ungkapan “*Ya Allah, abah sehat-sehat ya. Semoga Allah meluaskan rezeki abah.*” (Pengguna @deakaniai). Pada contoh tersebut, permohonan disampaikan secara langsung dan eksplisit. Pengguna meminta kesehatan dan rezeki untuk “*abah*” (ayah) dengan menggunakan kata-kata yang jelas dan tegas. *Direct request* seperti ini acap kali digunakan dalam konteks penutur merasa memiliki hubungan yang dekat dengan Tuhan atau ketika permohonan bersifat mendesak. Akun @infogresik menulis, “*Mugo-mugo dak teko maneh yo, Rek*”. Sebuah harapan agar sesuatu tidak terjadi lagi, tetapi tidak secara langsung ditujukan kepada Tuhan. Akun @fvckdwyn menyampaikan, “*Mugo2 gak teko ben tahun lak mesti teko,*” yang merupakan ekspresi keinginan dalam bentuk pasif. Kedua contoh ini menunjukkan pemilihan strategi bahasa dalam doa dipengaruhi oleh faktor-faktor, seperti: norma budaya, konteks sosial, dan hubungan antara penutur dengan Tuhan. Dalam konteks media sosial, pemilihan strategi ini juga dapat dipengaruhi oleh keinginan untuk menciptakan rasa kebersamaan atau solidaritas dengan pengguna lain.

Penelitian mengenai strategi kesantunan pada ekspresi doa di media sosial telah banyak dibahas dalam berbagai konteks komunikasi daring. Nanda (2023) dan Purnama & Sukarto (2022) menemukan bahwa pengguna media sosial cenderung menerapkan *positive politeness* dalam interaksi yang lebih santai dan *negative politeness* dalam ekspresi religius atau formal. Pratiwi & Hira (2024) mengungkap bahwa strategi kesantunan dalam komentar Instagram sering digunakan untuk menjaga harmoni sosial. Insani (2023) menemukan bahwa dalam format siaran langsung, prinsip kesantunan lebih sering dilanggar. Penelitian lain oleh Ningsih & Fatmawati (2024) mengungkap bahwa generasi Z cenderung memiliki pola komunikasi yang berbeda dalam menerapkan kesantunan berbahasa di media sosial, dibandingkan generasi sebelumnya. Dalam konteks ekspresi doa, penelitian Daeli (2022) menunjukkan bahwa media sosial menjadi ruang bagi individu untuk mengekspresikan spiritualitas secara publik. Azkiani & Siddiq (2022) menyoroti kelas dakwah digital berkontribusi dalam pengamalan agama melalui doa. Efendi, Fatin, & Sari (2023) juga mengungkap bahwa media digital semakin menarik bagi generasi milenial sebagai sarana penyebaran dakwah, termasuk dalam

bentuk doa yang diposting secara publik. Winman & Lahamendu (2021) menyoroti bahwa ungahan status religius di media sosial menjadi bagian dari identitas keagamaan seseorang di dunia digital.

Kajian terkait *direct* dan *indirect request* dalam komunikasi daring juga telah banyak diteliti, khususnya dalam konteks permintaan di media sosial. Shafran & Stavans (2023) menemukan bahwa strategi permintaan dalam interaksi digital sangat dipengaruhi oleh konteks sosial dan kebiasaan linguistik pengguna. Penelitian Burnette & Calude (2022) menemukan bahwa strategi *direct request* di Twitter sering digunakan dalam komunikasi persuasif yang bersifat mendesak. Andersson & McIntyre (2025) melakukan studi eksploratif tentang kesadaran pragmatik model bahasa, seperti ChatGPT dalam mengenali kesantunan dan ketidaksantunan dalam komunikasi daring. Penelitian Andersson (2021) menunjukkan bahwa strategi kesantunan sering diabaikan dalam situasi yang memicu polarisasi pada saat debat lingkungan di YouTube. Dalam kajian terkait penggunaan bahasa dalam komunitas daring, Lukman & Said (2022) menemukan bahwa strategi kesantunan dalam komunitas *gaming* di YouTube sangat dipengaruhi oleh budaya pemain. Sementara itu, penelitian Diegoli (2025) menunjukkan bahwa kesantunan dalam permintaan maaf di media daring, dikonstruksi secara berbeda dalam berbagai komunitas bahasa. Irawan & Nastasya (2023) juga menemukan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh terhadap perilaku keagamaan peserta didik. Pengaruh tersebut menunjukkan bahwa ekspresi doa daring tidak hanya sebagai bentuk komunikasi pribadi, tetapi juga sebagai manifestasi identitas religius.

Doa dalam konteks tradisional hadir sebagai bagian dari ritual keagamaan. Sering ritual tersebut dibingkai dalam bacaan kitab suci dan praktik kolektif komunitas. Studi-studi seperti yang dilakukan oleh Supit & Welem (2023) menunjukkan bahwa penggunaan Alkitab dalam ritual pengobatan masyarakat Minahasa memperlihatkan kekuatan doa sebagai media penyembuhan spiritual dan sosial. Hal serupa juga tampak dalam penelitian Sari (2024) yang menyoroti fungsi doa dalam tradisi Rajaban di Ngrawan sebagai pengikat antarindividu dalam sebuah ritus budaya-religius. Bahkan praktik membaca hizib dan penggunaan air doa dalam tradisi hizib *Nahdhatul Wathan* memperlihatkan bahwa doa tidak sekadar teks verbal, melainkan juga mengandung performativitas yang diyakini memiliki kekuatan transendental (Wulandari & Rahman, 2023). Namun, perkembangan teknologi digital telah menggeser sebagian praktik keagamaan ke ruang virtual, termasuk ekspresi doa. Platform seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp kini menjadi arena baru bagi individu dan komunitas untuk mengartikulasikan spiritualitas mereka. Ruang digital sebagai “ruang sakral-cyber” dalam doa, tetap dianggap sebagai perjumpaan dengan Tuhan, meskipun bentuk dan mediumnya berubah (Winman & Lahamendu, 2021). Platform Facebook digunakan jemaat gereja untuk memanjatkan doa dan memperkuat hubungan spiritual secara daring (Aritonang, 2024). Selain itu, ada juga tren yang membagikan ayat-ayat Al-Qur`an sebagai bentuk ekspresi keagamaan di Twitter. Ini menunjukkan adanya perluasan domain doa dari ruang fisik ke ruang digital yang terbuka, cepat, dan bersifat lintas batas (Abokhodair, Elmadany, & Magdy, 2020).

Meskipun demikian, terdapat celah penelitian yang cukup signifikan. Kebanyakan studi masih memosisikan doa dalam dua kutub yang terpisah: antara tradisi ritualistik yang bercorak kolektif dan sakral serta ekspresi digital yang cenderung personal dan informal. Kajian yang menjembatani keduanya— transformasi bentuk, fungsi, dan strategi komunikasi doa berlangsung dari ruang ritual ke media sosial— masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk: (1) mengidentifikasi strategi permohonan dalam doa digital yang diklasifikasikan sebagai *direct* dan *indirect request*; (2) membandingkan strategi kesantunan dalam bahasa Indonesia dan Jawa dalam konteks komentar Instagram; dan (3) menganalisis implikasi sosial dan budaya dari transformasi ekspresi doa di ruang digital. Kebaruan penelitian ini terletak pada fokus interdisipliner antara linguistik, studi agama, dan antropologi digital, serta pemilihan dua bahasa yang merepresentasikan dua pendekatan budaya dalam berdoa: eksplisit dan implisit. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian pragmatik dan linguistik digital, khususnya dalam ranah ekspresi keagamaan secara daring serta memberikan wawasan bagi para pendakwah, pengelola akun religius, dan akademisi dalam memahami dinamika komunikasi religius yang sopan dan kontekstual di ruang publik digital.

METODE

Penelitian ini menggunakan 100 data yang telah dikumpulkan dari komentar doa di Instagram. Rentang waktu pengumpulan data dipilih dari Mei 2024 hingga April 2025 untuk merefleksikan periode satu tahun terakhir yang dianggap representatif dalam menangkap tren ekspresi doa terkini di media sosial. Data juga berupa respons terhadap peristiwa sosial dan keagamaan penting yang terjadi selama periode tersebut, seperti: Ramadan 2024 dan perayaan Idul Fitri 2025. Penelitian ini merupakan studi kualitatif-deskriptif dengan pendekatan pragmatik. Desain penelitian yang digunakan adalah studi kasus karena berfokus pada analisis mendalam terhadap fenomena spesifik (Rashid et al., 2019), yaitu ekspresi doa dalam komentar Instagram. Pendekatan ini dipilih untuk menggali makna, strategi kebahasaan, serta konteks sosial-budaya di balik permohonan doa dalam komunikasi digital.

Pemilihan data dilakukan secara *purposive*, yakni dengan memilih komentar yang memenuhi kriteria yang meliputi: (1) komentar ditulis dalam bahasa Indonesia atau Jawa; (2) mengandung ekspresi permohonan kepada Tuhan (doa); (3) bersifat publik dan dapat diakses tanpa batasan akun pribadi; serta (4) tidak mengandung unsur iklan, promosi, atau spam. Komentar yang tidak memenuhi kriteria ini dikeluarkan dari analisis. Sumber data berasal dari Instagram, khususnya dari akun-akun yang aktif mengunggah konten religius dalam bahasa Indonesia dan Jawa. Untuk bahasa Jawa, data diperoleh dari akun seperti @infogresik, @putri_walisongo, @dawuhguru, @ulamaqurany, @galeri_mq, @tebuireng.online, @huffadkhrapyak, dan @ruangnderes. Pemilihan akun tersebut didasarkan pada frekuensi unggahan, relevansi konten, dan keragaman ekspresi doa yang ditampilkan. Rentang waktu pengumpulan data adalah dari Mei 2024 hingga April 2025, mencakup periode keagamaan penting seperti Ramadan dan Idul Fitri, yang menjadi momen tingginya intensitas komentar berisi doa.

Data dikumpulkan secara manual dengan melakukan tangkapan layar (*screenshot*) atau salin-tempel (*copy-paste*) komentar doa, lalu didokumentasikan ke dalam tabel Excel dengan menyertakan informasi berupa: (1) nomor data; (2) bahasa yang digunakan; (3) teks komentar; (4) sumber akun; (5) tanggal unggahan; dan (6) konteks postingan (misalnya: bencana, penyakit, pernikahan, kelahiran, motivasi, atau peringatan hari besar). Konteks ini penting untuk memahami latar belakang munculnya jenis doa dan strategi komunikasi yang dipilih. Instrumen yang digunakan adalah format klasifikasi berbasis teori *request strategies* (Brown & Levinson, 1987; Blum-Kulka, House, & Kasper, 1989), yang membedakan antara *direct* dan *indirect request*. Klasifikasi dilakukan secara manual oleh peneliti dengan membaca dan menginterpretasi setiap data secara sistematis. Meskipun tidak menggunakan perangkat lunak, seperti NVivo, analisis dilakukan dengan pengkodean terbuka menggunakan *spreadsheet* untuk mengelompokkan kategori strategi permohonan dan kesantunan.

Validitas data dijaga melalui teknik triangulasi teori dan diskusi dengan pakar. Peneliti juga melakukan pengecekan berulang terhadap data dan hasil klasifikasi guna memastikan konsistensi. Uji reliabilitas antar-coder tidak dilakukan karena penelitian ini dikerjakan oleh satu peneliti. Namun, penguatan dilakukan melalui konsultasi intensif dan pembacaan literatur relevan. Analisis data dilakukan secara deskriptif-kualitatif dengan membandingkan bentuk permintaan langsung (*direct request*) dan tidak langsung (*indirect request*) serta menganalisis strategi kesantunan yang digunakan. Dalam interpretasi, penelitian ini juga mempertimbangkan faktor sosial-budaya, seperti: usia pengguna, kedekatan sosial, konteks religi, dan preferensi gaya komunikasi antara bahasa Indonesia dan Jawa. Selain itu, hasil juga dikaitkan dengan teori high-context vs. low-context culture (Hall, 1976) untuk menjelaskan kecenderungan penggunaan strategi tidak langsung dalam budaya Jawa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis terhadap 100 data yang telah dikumpulkan dari berbagai akun Instagram, ditemukan 67 contoh doa yang termasuk dalam kategori *direct request* (permintaan langsung) dan 33 contoh doa yang termasuk dalam kategori *indirect request* (permintaan tidak langsung). Klasifikasi

ini dilakukan untuk memahami pola dan strategi komunikasi yang digunakan dalam doa di media sosial, khususnya Instagram serta faktor-faktor yang memengaruhi pemilihan strategi tersebut.

Direct Request: Permintaan Langsung kepada Tuhan

Strategi *direct request* atau permintaan langsung dalam ekspresi doa menunjukkan komunikasi yang eksplisit, tegas, dan langsung ditujukan kepada Tuhan. Dalam konteks media sosial, terutama Instagram, bentuk ini banyak ditemukan dalam komentar atau *caption* yang menyampaikan harapan secara langsung menggunakan bentuk-bentuk imperatif atau sapaan khusus, seperti: “Ya Allah”, “Yaa Rabb”, atau “Gusti”. Hal ini seperti pada Tabel 1.

Tabel 1. Analisis Doa Berbentuk *Direct Request*

Akun Instagram	Bahasa	Kutipan Doa	Strategi Kesantunan	Bentuk Permintaan	Penjelasan	Konteks Postingan
@afiqbukanlagiapek	Indonesia	“Satukanlah aku dan dia ya Allah demi agamamu...”	<i>Bald on Record</i>	<i>Direct</i>	Verba imperatif “Satukanlah” menyatakan permohonan langsung kepada Tuhan.	Harapan personal terkait hubungan atau jodoh dengan landasan religius.
@lilisuhita	Indonesia	“Yaa Rabb, jaga mereka, mudahkanlah segala urusannya, lindungi mereka...”	<i>Bald on Record</i>	<i>Direct</i>	Tiga verba imperatif digunakan secara eksplisit.	Doa kolektif untuk keluarga atau komunitas yang terdampak musibah banjir.
@deakaniai	Indonesia	“Ya Allah, abah sehat-sehat ya. Semoga Allah meluaskan rezeki abah.”	<i>Positive Politeness</i>	<i>Direct</i>	Sapaan kepada Tuhan dan harapan eksplisit digabung dalam satu kalimat.	Permohonan personal untuk kesehatan dan rezeki orang tua (laki-laki) yang disegani.
@putri_walisongo	Jawa	“Mugi tansah pinaringan kewilujengan, kasarasan...”	<i>Bald on Record halus</i>	<i>Direct</i>	Menggunakan “mugi” + verba pasif sebagai bentuk permohonan sopan.	Doa umum dalam konteks unggahan ucapan ulang tahun kepada seorang guru.
@salsabilazzahr	Jawa	“Mugi terus diparingi kesehatan dhohir bathin...”	<i>Bald on Record halus</i>	<i>Direct</i>	Bentuk harapan langsung khas budaya Jawa.	Harapan personal atau kolektif atas kesehatan spiritual dan jasmani kepada seseorang yang disegani.
@kuliner_duduksampeyan	Jawa	“Fa mugi-mugi ndang tertangani dulur-dulur yang terdampak”	<i>Bald on Record halus</i>	<i>Direct</i>	Harapan eksplisit yang merujuk pada permohonan kepada Tuhan.	Respons terhadap masyarakat Gresik yang terkena musibah banjir.

Berdasarkan Tabel 1, akun-akun seperti @afiqbukanlagiapek dan @lilisuhita menggunakan struktur kalimat perintah secara jelas. Doa “Satukanlah aku dan dia ya Allah demi agamamu...” menggunakan verba imperatif *satukanlah*, yang merupakan ciri utama *direct request*. Selain itu, bentuk seperti “jaga mereka”, “mudahkanlah”, dan “lindungi” juga merupakan contoh dari kata kerja perintah yang secara langsung menyatakan apa yang diminta oleh penutur kepada Tuhan. Dalam konteks bahasa Indonesia, penggunaan imperatif semacam “Satukanlah aku dan dia ya Allah...” atau “Jaga mereka, mudahkanlah...” mencerminkan *bald on record strategy* yang menunjukkan urgensi atau kedekatan relasional dengan Tuhan. Hal ini selaras dengan penelitian Sihombing (2024) yang menyimpulkan bahwa kalimat imperatif banyak digunakan dalam konteks transaksi langsung karena kejelasan maknanya.

Dalam bahasa Jawa, *direct request* muncul dengan bentuk yang lebih halus. Akun @putri_walisongo dan @salsabilazzahr menggunakan frasa, seperti: “Mugi tansah pinaringan...” yang secara literal berarti “Semoga selalu diberi...”. Meskipun secara struktur kalimat ini tidak bersifat imperatif secara terang-terangan, seperti dalam bahasa Indonesia, tetapi tetap dikategorikan

sebagai *direct request*. Hal ini karena mengandung permohonan yang jelas terhadap suatu hasil atau keadaan, seperti kesehatan, keselamatan, atau keseluruhan keberkahan. Strategi ini memperlihatkan adaptasi antara bentuk permintaan langsung dan nilai kesopanan tinggi budaya Jawa. Generasi muda penutur Jawa tetap menunjukkan kesantunan tinggi melalui struktur pasif dan diksi halus dalam permintaan daring (Anggraeni, Sari, & Machmud, 2024). Kata “*mugi*” adalah penanda harapan atau permohonan yang sudah mengandung makna sopan dan dikombinasi dengan verba pasif, seperti “*diparingi*” (diberi). Struktur ini menunjukkan permintaan langsung, tetapi dengan intonasi rendah hati. Selain itu, akun @kuliner_duduksampeyan menunjukkan bahwa *direct request* dapat disampaikan melalui harapan kolektif, seperti “*mugi-mugi ndang tertangani dulur-dulur...*” yang mengandung kepedulian terhadap sesama dan harapan eksplisit akan pertolongan Tuhan dalam menghadapi bencana atau musibah.

Secara keseluruhan, permintaan langsung dalam kedua bahasa mencerminkan intensitas keinginan penutur untuk mendapat jawaban dari Tuhan. Dalam konteks digital, bentuk ini memungkinkan ekspresi spiritual yang kuat dan sering digunakan untuk membangun solidaritas atau memunculkan empati dari komunitas *online* lain. Penelitian Burnette & Calude (2022) menyimpulkan bahwa dalam situasi mendesak, pengguna Twitter lebih cenderung menggunakan bentuk permintaan langsung karena dinilai lebih efektif secara pragmatis. Berbeda dengan studi tentang komunikasi digital yang cenderung informal. Permintaan langsung dalam doa tetap mempertahankan kesopanan melalui penyisipan bentuk sapaan religius, seperti: “Ya Allah” atau “Yaa Rabb”. Meski media sosial cenderung membuka ruang informal, ekspresi religius tetap mempertahankan norma kesopanan konvensional. Hal ini selaras dengan penelitian Pratiwi & Hira (2024).

Indirect Request: Permintaan Tidak Langsung dalam Bentuk Harapan

Berbeda dari strategi langsung, *indirect request* atau permintaan tidak langsung dalam doa mengandung pesan yang lebih implisit dan reflektif. Bentuk ini tidak secara eksplisit meminta sesuatu dari Tuhan, melainkan menyampaikan harapan, keyakinan, atau aktivitas religius sebagai cara tidak langsung untuk menyampaikan permohonan. Hal ini seperti pada Tabel 2.

Tabel 2. Analisis Doa Berbentuk *Indirect Request*

Akun Instagram	Bahasa	Kutipan Doa	Strategi Kesantunan	Bentuk Permintaan	Penjelasan	Konteks Postingan
@lienhasan63	Indonesia	“Doa saya semoga rukun kembali...”	Off Record	Indirect	Kalimat harapan tanpa bentuk permintaan eksplisit.	Refleksi atas konflik relasi atau keluarga yang sedang diupayakan agar dapat bersatu kembali.
@_black.davyy	Indonesia	“Aku sholawatin terus sepanjang liat videonya..”	Off Record	Indirect	Aktivitas spiritual tanpa memohon secara langsung.	Kekaguman terhadap konten rumah yang diinginkan sehingga memotivasi ibadah spontan.
@intaaandm	Indonesia	“Husnuzon sm Allah, inshaaAllah hal baik dan rejeki datang...”	Off Record	Indirect	Keyakinan akan pertolongan Tuhan sebagai bentuk tidak langsung.	Ungkapan optimisme terhadap masa depan, terkait rezeki atau kehidupan spiritual.
@infogresik	Jawa	“Mugo-mugo dak teko maneh yo, Rek”	Off Record	Indirect	Harapan terhadap situasi, tanpa menyebut Tuhan secara eksplisit.	Komentar terhadap musibah banjir yang melanda salah satu daerah di Gresik.
@fvckdwyn	Jawa	“Mugo2 gak teko ben tahun lak mesti teko”	Off Record	Indirect	Kalimat pasif dan bentuk harapan tanpa struktur permohonan eksplisit.	Ungkapan harapan agar musibah banjir tidak terulang, dalam konteks tahunan atau musiman.
@dirga_praya	Jawa	“Duso e jariyah atas keluarga korban...”	Off Record	Indirect	Lebih merupakan pernyataan religius dibanding permohonan langsung.	Refleksi keagamaan atas kematian korban begal di salah satu daerah di Gresik, berharap dosa berkepanjangan untuk keluarga pelaku begal.

Berdasarkan Tabel 2, akun @lienhasan63 yang menulis “Doa saya semoga rukun kembali...” mengandung permohonan secara implisit. Meskipun menggunakan kata “semoga”, doa ini tidak secara eksplisit menyampaikan perintah kepada Tuhan, tetapi menyiratkan harapan akan situasi yang lebih baik. Ungkapan dari @_black.dayy, yaitu “Aku sholawatin terus sepanjang liat videonya...” lebih menunjukkan aktivitas spiritual daripada permintaan langsung. Namun, karena konteksnya adalah spiritualitas, maka kalimat tersebut juga dapat dianggap sebagai bentuk permohonan implisit. Penutur mengandalkan makna tersirat dan harapan bahwa ibadahnya akan mendatangkan kebaikan. Akun @intaaandm menampilkan refleksi iman, seperti: “husnuzon sm Allah, inshaaAllah hal baik dan rejeki datang...”. Ini mencerminkan keyakinan bahwa hal baik akan datang dengan izin Tuhan, meski tidak ada perintah eksplisit atau permohonan dalam struktur kalimatnya.

Strategi tersebut menunjukkan tingkat spiritualitas yang tenang dan sering digunakan dalam konteks kepercayaan pasrah, bukan tuntutan atau permintaan eksplisit. Strategi ini memperlihatkan bentuk *off record* yang lebih sopan, tidak memaksa, dan lebih menyerahkan interpretasi kepada Tuhan atau pembaca. Hal ini selaras dengan penelitian Shafran & Stavans (2023) yang menyimpulkan bahwa dalam konteks multibahasa daring, permintaan tidak langsung banyak digunakan untuk menjaga *negative face* dari pihak yang dituju. Strategi tidak langsung ini juga menunjukkan kepercayaan bahwa Tuhan memahami makna batin dari ibadah atau harapan yang tidak diungkapkan secara eksplisit. Dalam doa digital, pengguna lebih sering menampilkan sikap tawakal dan keyakinan tersirat alih-alih perintah eksplisit, seperti pada penelitian Daeli (2022).

Dalam bahasa Jawa, bentuk seperti “Mugo-mugo dak teko maneh yo, Rek” menunjukkan bahwa permohonan kepada Tuhan tidak selalu dinyatakan secara eksplisit, tetapi melalui harapan kolektif kepada komunitas. Dalam komunitas daring berbasis budaya lokal, strategi tidak langsung sering digunakan untuk menunjukkan rasa hormat terhadap norma dan solidaritas sosial. Hal ini selaras dengan penelitian Lukman & Said (2022). Doa dari akun @fvckdwyn, “Mugo2 gak teko ben tahun lak mesti teko,” pun menunjukkan keinginan terhadap masa depan yang lebih baik, tetapi disampaikan secara tidak langsung tanpa menyebut Tuhan sebagai objek permintaan. Doa ini bernuansa sangat lokal dan kultural, memperlihatkan ciri khas bahasa informal masyarakat yang tetap religius, tetapi tidak selalu eksplisit. Akun @dirga_praya dengan kalimat “Duso e jariyah atas keluarga korban...” lebih merupakan refleksi religius daripada permohonan. Kalimat ini menyiratkan bahwa musibah tersebut akan menjadi sumber pahala bagi korban, bukan sebagai permintaan eksplisit agar sesuatu terjadi.

Strategi *indirect request* secara umum menunjukkan tingkat kesantunan yang sangat tinggi dan sering dipilih untuk menjaga kesopanan dalam berdoa. Dijelaskan pada teori Brown & Levinson (1987), bentuk ini digunakan untuk menjaga *negative face* pihak yang dituju –Tuhan– dengan tidak memberikan tekanan langsung berupa perintah atau tuntutan. Pada konteks budaya Jawa, penggunaan *indirect request* juga merupakan bentuk penghormatan terhadap nilai kesopanan, kelembutan tutur, dan ketawadukan. Dalam dunia digital, strategi ini memungkinkan pengguna untuk tetap menunjukkan ekspresi spiritual tanpa terdengar memaksakan kehendak. *Indirect request* juga sering digunakan dalam konteks sosial yang reflektif, misalnya saat menyampaikan keprihatinan terhadap bencana atau saat memberi komentar atas kondisi kehidupan yang tidak menentu. Hal ini selaras dengan penelitian Adriana, Itaristanti, & Mulyaningsih (2021) pada kutbah atau ceramah.

Perbandingan dan Implikasi Sosial

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam ekspresi doa yang diposting oleh pengguna Instagram berbahasa Indonesia dan Jawa, terdapat dua pola utama strategi komunikasi, yaitu permintaan langsung (*direct request*) dan permintaan tidak langsung (*indirect request*). Kedua strategi ini digunakan secara berbeda bergantung pada konteks sosial, tujuan ekspresi spiritual, dan nilai-nilai budaya yang dianut oleh masing-masing pengguna. Perbandingan ini tidak hanya penting dalam memahami aspek linguistik dari ekspresi doa, tetapi juga dalam melihat masyarakat berdasarkan cara berdoa di ruang publik digital, khususnya media sosial.

Tabel 3. Perbandingan Strategi Doa dan Implikasinya

Aspek	Bahasa Indonesia	Bahasa Jawa
Bentuk Bahasa	Menggunakan bentuk imperatif (satukanlah, lindungi, jaga) dan harapan eksplisit (semoga).	Menggunakan struktur sopan: <i>mugi</i> + verba pasif (<i>diparingi, pinaringan</i>).
Konteks Penggunaan	Situasi personal atau mendesak seperti kesehatan, jodoh, dan rezeki.	Situasi spiritual kolektif, pengharapan umum, atau peristiwa sosial.
Contoh <i>Direct</i>	“Satukanlah aku dan dia ya Allah...” (@afiqbukanlagiapek)	“Mugi tansah pinaringan kewilujengan...” (@putri_walisongo)
Contoh <i>Indirect</i>	“Doa saya semoga rukun kembali...” (@lienshasan63)	“Mugo-mugo dak teko maneh yo, Rek.” (@infogresik)
Tujuan Pragmatik	Menyampaikan permohonan secara eksplisit dan kuat.	Menyampaikan harapan tanpa memaksa; menjaga kesantunan.
Nilai Budaya	Flexibel antara ekspresi langsung dan harapan tidak langsung.	Menjunjung tinggi kehalusan, kerendahan hati, dan unggah-ungguh.
Implikasi Sosial	Menekankan kepasrahan personal kepada Tuhan.	Menjaga harmoni sosial dan kesantunan religius di ruang publik.

Strategi *direct request* ditandai dengan penggunaan kalimat-kalimat imperatif, perintah, atau seruan langsung kepada Tuhan (Blum-Kulka, House, & Kasper, 1989). Dalam bahasa Indonesia, pengguna media sosial, seperti akun @afiqbukanlagiapek atau @lilisuhita menggunakan bentuk doa seperti “Satukanlah aku dan dia ya Allah...” atau “Yaa Rabb, jaga mereka, mudahkanlah segala urusannya...”. Doa-doa ini bersifat langsung, eksplisit, dan menyatakan keinginan dengan tegas. Secara sosial, bentuk seperti ini menunjukkan adanya intensi komunikasi spiritual yang kuat dan mendesak, seperti: dalam konteks memohon jodoh, kesehatan, atau perlindungan. Pengguna merasa tidak perlu menyamarkan maksud karena relasi antara manusia dan Tuhan dipandang sebagai hubungan langsung yang dilandasi kepasrahan dan kepercayaan penuh. Hal ini selaras dengan penelitian Siregar dkk (2024) yang menyimpulkan bahwa hubungan ini menggambarkan ketaatian dan percaya pada takdir.

Berbeda dengan bahasa Jawa, meskipun terdapat bentuk permintaan langsung, strategi yang digunakan lebih sopan dan halus. Kalimat seperti “Mugi tansah pinaringan kewilujengan” (semoga selalu diberi keselamatan) dari akun @putri_walisongo mengandung permohonan eksplisit, tetapi disampaikan dengan struktur linguistik yang penuh kesantunan. Dalam budaya Jawa, meskipun permintaan bersifat langsung, pemilihan kosakata dan struktur kalimat tetap mencerminkan nilai-nilai seperti rendah hati, tidak mendesak, dan tidak melampaui batas hubungan manusia dengan kekuasaan spiritual. Hal ini seperti pada penelitian Anggraeni, Sari, & Machmud (2024) yang menyimpulkan bahwa strategi *direct request* dalam konteks Jawa tetap memperhatikan keseimbangan antara kebutuhan spiritual dengan norma kesopanan lokal.

Sementara itu, strategi *indirect request* muncul dalam bentuk kalimat-kalimat harapan, refleksi, atau aktivitas ibadah yang tidak menyatakan permohonan secara eksplisit (Blum-Kulka, House, & Kasper, 1989). Dalam bahasa Indonesia, akun seperti @lienshasan63 menuliskan, “Doa saya semoga rukun kembali”, dan @_black.dayy menulis “Aku sholawatin terus sepanjang liat videonya...”. Kedua ekspresi ini mengandung makna permohonan, tetapi disampaikan secara tidak langsung. Penggunaan bentuk *indirect* ini mencerminkan upaya menjaga kesopanan dalam komunikasi spiritual serta menunjukkan kepercayaan bahwa Tuhan memahami makna tersembunyi di balik harapan dan aktivitas religius tersebut. Bentuk seperti ini juga sering muncul dalam situasi sosial yang tidak terlalu mendesak atau ketika penutur ingin berbagi refleksi keagamaan tanpa terdengar menuntut. Hal ini selaras dengan penelitian Fidelis, Moreira, & Vitoria (2024).

Dalam bahasa Jawa, bentuk *indirect request* sangat kental dengan nuansa budaya lokal. Misalnya, akun @infogresik menuliskan, “Mugo-mugo dak teko maneh yo, Rek” (semoga tidak datang lagi, ya teman), dan @fvckdwyn menulis “Mugo2 gak teko ben tahun lak mesti teko”. Ungkapan seperti ini tidak menyebutkan Tuhan secara eksplisit dan lebih banyak digunakan untuk mengekspresikan harapan kolektif atau solidaritas sosial. Ini menunjukkan bahwa dalam budaya Jawa, strategi tidak langsung lebih sering digunakan dalam situasi sosial terbuka atau saat berbicara kepada khalayak umum. Analisis ini selaras dengan penelitian Anggraeni, Sari, & Machmud (2024) yang menyimpulkan bahwa doa tidak hanya menjadi komunikasi dengan Tuhan, tetapi juga membangun hubungan sosial dalam komunitas digital.

Perbandingan ini memperlihatkan bahwa strategi linguistik yang digunakan dalam doa dipengaruhi oleh tingkat kebutuhan spiritual, konteks sosial, dan identitas budaya penutur. Dalam budaya Indonesia yang lebih fleksibel, pengguna bebas memilih bentuk langsung atau tidak langsung tergantung pada kedalaman emosi atau gaya pribadi. Sementara dalam budaya Jawa, nilai-nilai kesopanan dan tata tutur yang halus lebih menonjol. Bahkan ketika berupa permintaan, doa disampaikan secara eksplisit. Hal ini selaras dengan penelitian Anggraeni, Sari, & Machmud (2024) yang menemukan bahwa kedua strategi ini berfungsi menjaga keseimbangan antara kepentingan pribadi, penghormatan terhadap Tuhan, dan norma komunitas digital yang menghargai kesantunan dan solidaritas. Media sosial memungkinkan ekspresi spiritual menjadi bagian dari identitas publik. Doa-doa yang dibagikan secara terbuka menciptakan ruang bagi pengguna untuk menunjukkan sisi religius mereka di hadapan komunitas virtual. Dalam konteks ini, pilihan antara strategi langsung dan tidak langsung tidak hanya berdampak pada cara berkomunikasi dengan Tuhan, tetapi juga mencerminkan cara individu mengonstruksi citra diri, norma budaya, dan nilai-nilai sosial dalam ruang digital yang sangat terbuka dan interaktif.

Implikasi Budaya dan Keagamaan

Strategi komunikasi dalam doa, khususnya dalam bentuk *direct* dan *indirect request*, tidak dapat dilepaskan dari pengaruh budaya dan sistem nilai keagamaan masyarakat. Jamak diketahui bahwa mayoritas penduduk Indonesia memeluk agama Islam dan memiliki keragaman budaya tinggi. Keadaan ini berpengaruh pada cara mengekspresikan doa yang tidak hanya merupakan wujud penghambaan kepada Tuhan, tetapi juga bentuk representasi identitas budaya (Qomariyah & Hasan, 2025). Penelitian ini menunjukkan bahwa bahasa Indonesia dan bahasa Jawa memiliki karakteristik dan kecenderungan tersendiri dalam menyampaikan permohonan spiritual di media sosial. Hal ini mencerminkan norma budaya dan keyakinan religius dalam berinteraksi secara kompleks.

Tabel 4.

Perbandingan Pemilihan Strategi Doa dan Implikasinya Berdasarkan Budaya dan Keagamaan

Aspek	Direct Request	Indirect Request
Bahasa Indonesia	“Satukanlah aku dan dia ya Allah...” (@afiqbukanlagiapekk)	“Doe saya semoga rukun kembali...” (@lienhasan63)
Bahasa Jawa	“Mugi terus diparingi kesehatan dhohir bathin...” (@salsabila_azzaahr)	“Mugo2 gak teko ben tahun lak mesti teko” (@fvckdwyn)
Struktur Kalimat	Imperatif atau harapan langsung.	Harapan, afirmasi, atau refleksi personal.
Konteks	Permintaan yang bersifat personal atau mendesak.	Situasi reflektif, sosial, atau sopan secara budaya.
Strategi Kesantunan	<i>Bald on record</i> atau <i>positive politeness</i> .	<i>Off record</i> (tidak eksplisit).
Tujuan	Memohon secara jelas kepada Tuhan.	Menyiratkan permohonan atau keinginan.
Nilai Budaya	Ekspresi langsung kepasrahan.	Kesopanan, kerendahan hati, dan kehalusan tutur.

Dalam konteks keagamaan, Islam mengajarkan bahwa doa adalah bentuk komunikasi langsung antara manusia dengan Tuhan. Oleh karena itu, permintaan kepada Tuhan dapat disampaikan dengan jelas dan eksplisit. Hal ini tercermin dalam bentuk *direct request* yang banyak ditemukan dalam bahasa Indonesia, seperti “Ya Allah, satukanlah aku dan dia...” atau “Lindungilah kami, ya Rabb”.

Penelitian Oktavia et al. (2022) menyimpulkan bahwa *direct request* dianggap sopan dalam ajaran Islam karena doa adalah bentuk ketundukan dan pengakuan akan kelemahan manusia. Justru dalam banyak ayat dan hadis, umat dianjurkan untuk meminta kepada Allah secara langsung dan penuh keyakinan. Oleh sebab itu, strategi *direct request* dalam bahasa Indonesia sering digunakan dalam konteks permohonan mendesak atau ketika individu merasa sangat membutuhkan campur tangan Ilahi.

Namun, pengaruh budaya lokal tetap memberikan nuansa tersendiri. Meskipun permohonan kepada Tuhan diperbolehkan secara eksplisit, masyarakat yang berbahasa Jawa cenderung memilih cara halus dan sopan. Hal ini karena budaya Jawa sangat menjunjung tinggi nilai-nilai kesantunan, unggah-ungguh, dan ketawadukan (Sriyanti, 2012). Oleh karena itu, permohonan dalam doa sering disampaikan dengan bentuk pasif, disertai kata-kata, seperti: *mugi* (semoga) dan *diparingi* (diberi). Misalnya pada doa “Mugi tansah diparingi karahayon lan kasehatan”. Ungkapan ini tetap merupakan permohonan langsung, tetapi disampaikan dengan gaya yang lebih menghormati hierarki spiritual antara manusia dan Tuhan. Dalam hal ini, norma budaya bekerja bersamaan dengan ajaran agama untuk membentuk gaya komunikasi yang khas. Doa menjadi bukan hanya ekspresi keimanan, tetapi juga manifestasi dari nilai-nilai budaya lokal yang melekat dalam cara masyarakat berbicara dan berpikir. Hal ini selaras dengan penelitian Akilah et al. (2025) yang menyimpulkan bahwa ketika konteksnya adalah komunikasi dengan Tuhan, masyarakat Jawa tetap berpegang pada norma sopan santun linguistik yang sangat kuat.

Strategi *indirect request* juga memperlihatkan implikasi budaya dan keagamaan yang mendalam. Dalam Islam, tidak semua permohonan harus bersifat eksplisit. Ada pula bentuk doa yang bersifat *tawakkal* (berserah diri) yang disampaikan dalam bentuk harapan, keyakinan, atau afirmasi iman (Arbi et al., 2023). Misalnya, kalimat “InsyaAllah rezeki datang dari arah yang tidak disangka” mencerminkan keyakinan bahwa Tuhan akan memberikan pertolongan, tanpa harus diminta secara eksplisit. Strategi ini sejalan dengan konsep spiritual dalam Islam bahwa Allah mengetahui isi hati manusia bahkan sebelum manusia mengucapkannya. Dalam budaya Jawa, bentuk tidak langsung lebih dari sekadar strategi komunikasi. Ia menjadi sarana untuk menunjukkan kesadaran etika, rasa hormat, dan pengakuan atas batas-batas antara manusia dan kekuasaan Ilahi. Kalimat seperti “Mugomugo dak teko maneh yo...” tidak secara eksplisit menyebut Tuhan. Namun, konteks dan budaya lokal menjadikan doa ini tetap memiliki makna spiritual yang dalam. Budaya Jawa menganggap bahwa tidak pantas bagi manusia untuk terlalu mendikte Tuhan sehingga bentuk harapan lebih diutamakan dibandingkan perintah langsung (Anggraeni, Sari, & Machmud, 2024). Dengan demikian, implikasi budaya dan keagamaan dalam strategi permintaan doa sangat kompleks dan saling berkelindan.

Bahasa Indonesia memberikan ruang lebih luas untuk ekspresi religius yang fleksibel, sementara bahasa Jawa menekankan dimensi etis dan estetis dalam komunikasi spiritual. Media sosial sebagai ruang publik modern memberi kesempatan bagi kedua budaya untuk tetap hidup dan bertransformasi. Meskipun berada dalam ruang digital yang cenderung bebas, pengguna tetap membawa norma-norma kesantunan tradisional mereka ke dalam ekspresi spiritual daring. Hal ini membuktikan bahwa teknologi tidak sepenuhnya menghapus batas budaya dan nilai. Sebaliknya, media sosial menjadi tempat baru dalam nilai keagamaan dan budaya lokal yang disesuaikan, dikomunikasikan ulang, dan bahkan dikonstruksi kembali oleh penggunanya. Doa dalam bentuk digital menjadi representasi dari hubungan personal dengan Tuhan yang tetap dipengaruhi oleh latar budaya dan komunitas sosial tempat individu tersebut berada.

Kontekstualisasi Strategi Doa: Perspektif Budaya, Bahasa, dan Generasi

Hasil penelitian ini menjadi lebih bermakna apabila dikaji lebih lanjut dengan mempertimbangkan konteks budaya dan generasi yang melatarbelakangi ekspresi doa digital. Pertama, konteks postingan memainkan peran penting dalam membentuk wujud dan strategi doa yang dipilih. Ekspresi doa yang muncul sebagai respons terhadap bencana, kehilangan, atau musibah cenderung menggunakan bentuk *direct request* karena sifatnya yang mendesak dan penuh emosi. Sebaliknya, dalam konteks reflektif

atau harapan masa depan, seperti harapan jodoh atau rezeki, *indirect request* lebih banyak dipilih karena nuansa ketundukan dan pasrah lebih menonjol. Penambahan kolom “Konteks Postingan” dalam Tabel 1 dan 2 memperkuat pemahaman pembaca terhadap motivasi di balik pemilihan struktur kebahasaan doa yang digunakan oleh penutur. *Kedua*, dimensi multibahasa juga penting diperhatikan dalam doa, seperti bahasa Arab, baik secara penuh maupun sebagai sisipan. Misalnya “اللهم ارزقني حبك” (*Allāhumma urzuqni chubbak*, ‘Ya Allah, anugerahkanlah kepadaku cinta-Mu’) atau “إِن شاءَ اللَّهُ سِيَكُونُ الْخَيْرُ فِيمَا اخْتَارَهُ اللَّهُ” (*In syā'a Allāh, sayakūnu al-khayru fīmā ikhtārahullāh*, ‘InsyaAllah, kebaikan akan ada dalam apa yang Allah pilihkan untuk kita’).

Doa-doa berbahasa Arab cenderung digunakan dalam akun yang bernuansa keislaman tradisional atau lembaga pesantren. Strategi permohonan dalam bahasa Arab ini sering dikemas dengan gaya syair atau ungkapan klasik yang mengandung unsur estetika tinggi (Qomariyah & Hasan, 2025). Dalam hal ini, Bahasa Arab menjadi penanda kesalehan dan sekaligus berfungsi memperkuat legitimasi religius dari doa yang disampaikan. *Ketiga*, perbedaan budaya komunikasi antara bahasa Indonesia dan Jawa dapat dijelaskan menggunakan kerangka *High-Context vs. Low-Context Culture* dari Hall (1976). Jika dibandingkan dengan studi terdahulu, temuan ini memperlihatkan bahwa bentuk *direct request* lebih banyak digunakan dalam bahasa Indonesia karena fleksibilitas budaya dan kecenderungan komunikasi yang lebih *low-context*. Hal ini mirip dengan hasil Burnette & Calude (2022) dalam konteks komunikasi publik di Twitter. Sementara itu, *indirect request* lebih dominan dalam bahasa Jawa karena budaya ini tergolong *high-context*, seperti dijelaskan oleh Hall (1976) bahwa makna lebih banyak tersirat dan struktur komunikasi lebih memperhatikan harmoni sosial. Pengguna media sosial tetap mempertahankan prinsip kesantunan dalam konteks religius meski berada di ruang digital terbuka (Nanda, 2023; Purnama & Sukarto, 2022). Penelitian ini memperluas cakupan dengan mengonfirmasi bahwa strategi tersebut tidak hanya bersifat interpersonal, tetapi juga spiritual dan kultural.

Keempat, potensi bias generasi dalam penelitian ini juga patut menjadi perhatian. Sebagian besar data diambil dari akun-akun Instagram yang populer, aktif, dan cenderung merepresentasikan generasi muda (Gen Z dan milenial). Generasi ini lebih terbuka dalam mengungkapkan isi hati secara publik dan tidak ragu menggunakan doa sebagai bentuk performativitas religius di media sosial (Wiramaya et al., 2024). Akibatnya, bentuk *direct request* lebih mendominasi karena dianggap relevan dengan gaya komunikasi mereka yang cepat, lugas, dan ekspresif. Di sisi lain, generasi yang lebih tua, meskipun tetap aktif dalam praktik keagamaan, cenderung tidak mengekspresikan doa di ruang publik digital atau menggunakan platform lain yang lebih tertutup. Maka dari itu, penelitian ini memiliki keterbatasan dalam merepresentasikan keragaman usia dan gaya berdoa antar-generasi. Keempat aspek tersebut memperkaya pemahaman bahwa ekspresi doa digital tidak hanya ditentukan oleh struktur linguistik, tetapi juga oleh dinamika sosial, budaya, dan psikologis pengguna. Media sosial sebagai ruang ekspresi keagamaan bukanlah ruang netral, tetapi medan tempat nilai-nilai budaya, generasi, dan kepercayaan bertemu dan saling bernegosiasi (Oktavia et al., 2022). Dengan menyadari konteks ini, penelitian ke depan dapat memperluas fokus ke aspek multigenerasional, multibahasa, serta interkultural dalam praktik doa digital yang semakin berkembang.

SIMPULAN

Ekspresi doa di media sosial, khususnya Instagram, menunjukkan variasi strategi komunikasi yang dipengaruhi oleh bahasa, budaya, dan konteks sosial pengguna. Strategi *direct request* lebih sering digunakan dalam situasi yang mendesak atau personal. Strategi *indirect request* cenderung muncul dalam konteks yang lebih reflektif, sopan, dan berbasis budaya, seperti dalam tradisi komunikasi Jawa. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun media sosial bersifat cepat dan informal, ekspresi doa tetap mencerminkan nilai-nilai kesantunan, norma budaya, serta kedekatan relasi spiritual dengan Tuhan. Namun demikian, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu dicatat. *Pertama*,

data hanya dari Instagram. Hal ini dapat membatasi representasi strategi komunikasi doa secara umum di dunia digital, mengingat masih banyak platform lain, seperti: TikTok, Twitter/X, atau Facebook mungkin memiliki gaya komunikasi dan ekspresi religius yang berbeda. *Kedua*, analisis ini tidak mencakup variasi usia atau segmentasi generasi secara sistematis. Padahal gaya berdoa digital bisa sangat dipengaruhi oleh demografi pengguna, termasuk perbedaan antara generasi muda dan tua dalam mengekspresikan spiritualitas mereka. Secara praktis, temuan ini dapat dimanfaatkan oleh para pendakwah digital, *content creator* religius, serta pengelola akun keislaman dalam merancang konten dakwah yang tidak hanya menyentuh sisi religius, tetapi juga memperhatikan norma budaya dan gaya komunikasi audiens. Strategi penyampaian doa yang sesuai konteks budaya dan generasi pengguna dapat memperkuat penerimaan pesan dakwah serta memperluas jangkauan spiritualitas di ruang digital. Dengan demikian, media sosial tidak hanya menjadi wadah ekspresi iman pribadi, tetapi juga medium strategis untuk membangun komunikasi religius yang santun, inklusif, dan relevan bagi masyarakat modern.

DAFTAR PUSTAKA

- A'yun, A. Q., Khotimah, K., & Mustain, M. (2025). Makna Makna dan Fungsi Surat Yasin dalam Tradisi Tahlilan di Desa Pasir Kulon Kecamatan Karanglewas: Perspektif Living Qur'an. *Ta'wiluna: Jurnal Ilmu Al-Qur'an, Tafsir dan Pemikiran Islam*, 6(1), 311–329. <https://doi.org/10.58401/takwiluna.v6i1.2044>
- Abokhodair, N., Elmudany, A., & Magdy, W. (2020). Holy Tweets: Exploring the sharing of the Quran on Twitter. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 4(CSCW2), 1–32. <https://doi.org/10.1145/341523>
- Adriana, N., Itaristanti, I., & Mulyaningsih, I. (2021). Kajian Pragmatik Pada Dakwah Ustaz Muhammad Nur Maulana. *Lingua Franca: Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*, 5(1), 48 - 61. DOI: 10.30651/Lf.V5i1.5479
- Akilah, U., Safi'e, M., Rahmatullah, I., Fadlan, M. A., & Shobahiyah, Q. (2025). *Konektivitas Budaya Dengan Jiwa Keagamaan*. Penerbit: Kramantara JS.
- Alhamdi, R., & Pratiwi, S. (2024). E-Spiritualitas: Ekspresi Keagamaan Individu di Dunia Maya (Kajian Perbandingan E-Spiritualitas di Berbagai Platform Media Sosial: Facebook, Twitter, dan Instagram). *ATLAS: Journal of Research and Islamic Thought Studies*, 3(2), 115–129. <https://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/atlas/article/view/26088>
- Andersson, M. (2021). The Climate of Climate Change: Impoliteness as a Hallmark of Homophily in YouTube Comment Threads on Greta Thunberg's Environmental Activism. *Journal of Pragmatics*, 178, 93–107. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2021.03.003>
- Andersson, M., & McIntyre, D. (2025). Can ChatGPT recognize impoliteness? An Exploratory Study of the Pragmatic Awareness of a Large Language Model. *Journal of Pragmatics*, 239, 16–36. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2025.02.001>
- Anggraeni, E., Sari, D. K., & Machmud, A. (2024). Doa sebagai Pengikat Ritual Masyarakat Ngrawan dalam Tradisi Rajaban di Prasasti Ngrawan. *SOSFILKOM : Jurnal Sosial, Filsafat dan Komunikasi*, 18(2), 90–99. <https://doi.org/10.32534/jsfk.v18i2.6213>
- Aprillia, F. & Sudrajat, A. (2022). Motif Sosial Tahlilan Masyarakat Muhammadiyah Ploso, Surabaya Timur. *Paradigma*, 11(1), 1–22. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/paradigma/article/view/46585>
- Arbi, A. F., Rahman, A. N., Hikmah, N., & Hafizoh, M. (2023). Peran Agama dalam Membentuk Perubahan Struktur Sosial: Tinjauan Sosiologis. *Religion: Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya*, 2(4), 1153–1170. <https://doi.org/10.55606/religion.v1i4.544>
- Aritonang, N. S. V. (2024). Kajian eklesiologi digital terhadap pemahaman Facebook sebagai media doa di HKBP Dolok Masihol (Undergraduate thesis, Universitas Kristen Satya Wacana). Repository UKSW. <https://repository.uksw.edu/handle/123456789/36069>
- Austin, J. L. (1962). *How to do Things with Words*. Oxford: Oxford University Press.

- Azkiani, M. B., & Siddiq, A. A. (2022). Peran Dakwah Kelas a Letter to Allah (ALETTA) dalam Pengamalan Agama melalui Do'a. *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 1(1), 117–124. <https://doi.org/10.29313/jrkpi.vi.1497>
- Bheka, T., & Derung, T. N. (2023). Pengaruh Agama Terhadap Hidup Sosial Masyarakat dalam Perspektif Sosiologi. *SAMI: Jurnal Sosiologi Agama dan Teologi Indonesia*, 1(2), 197–222. <https://doi.org/10.24246/sami.vol1i2pp197-222>
- Blum-Kulka, S., House, J., & Kasper, G. (1989). *Cross-cultural Pragmatics: Requests and Apologies*. New Jersey: Ablex Publishing.
- Brown, P., & Levinson, S. C. (1987). Politeness: Some Universals in Language Usage (Studies in Interactional Sociolinguistics 4). In *Cambridge University Press* (4th ed., Vol. 22, Issue 4). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.2307/3587263>
- Burnette, J., & Calude, A. S. (2022). Wake Up New Zealand! Directives, Politeness and Stance in Twitter #Covid19NZ Posts. *Journal of Pragmatics*, 196, 6–23. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2022.05.002>
- Daeli, M. C. D. (2022). Sikap Etis Hamba Tuhan dalam Berdoa melalui Media Sosial. *Jurnal Matetes Szt Ebenhaezer*, 3(1), 104–116. <https://jurnal.stte.ac.id/index.php/matetes/article/view/48>
- Diegoli, E. (2025). “This Apology Doesn’t Seem Sincere at All” (Meta) Discourses Around Will Smith’s Apology in English and Japanese YouTube Comments. *Journal of Pragmatics*, 237, 68–81. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2025.01.003>
- Drajat, A., & Harahap, E. W. (2024). Rajah dan Spiritualitas Lokal dalam Hukum Islam; Studi Analisis Tafsir Hermeneutik. *Jurisprudensi: Jurnal Ilmu Syariah, Perundang-Undangan dan Ekonomi Islam*, 16(1), 225–240. <https://doi.org/10.32505/jurisprudensi.v16i1.8071>
- Efendi, E., Fatin, M. A., & Sari, N. F. (2023). Daya Tarik Media Digital sebagai Media Dakwah untuk Generasi Milenial. *VISA: Journal of Vision and Ideas*, 3(3), 1041–1048. <https://doi.org/10.47467/visa.v3i3.5468>
- Fidelis, A., Moreira, A. C., & Vitória, A. (2024). Multiple perspectives of spiritual intelligence: A systematic literature review. *Social Sciences & Humanities Open*, 9, 100879, 1–12. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2024.100879>
- Hall, E. T. (1976). *Beyond culture*. Anchor Books.
- Himawan, A., & Wahyudi, A. (2023). Dampak Media Sosial pada Identitas Keagamaan Remaja Muslim. *AL MUNTADA*, 1(2), 85–99. <https://ejournal.stpdnlebakbanten.ac.id/index.php/almuntada/article/view/7>
- Insani, D. M. (2023). Pelanggaran Prinsip Kesantunan Berbahasa dalam Video Siaran Langsung Bunda Corla: Kajian Pragmatik Brown dan Levinson. *Jurnal Pendidikan Sosial dan Humaniora*, 2(3), 11629–11640. <https://publisherqu.com/index.php/pediaqu/article/view/384>
- Irawan, D., & Nastasya, R. (2023). Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Prilaku Keagamaan Peserta Didik. *Pengertian: Jurnal Pendidikan Indonesia (PJPI)*, 1(1), 39–48. <https://doi.org/10.61930/pjpi.v1i1.93>
- Leech, G. N. (1983). *Principles of pragmatics*. Longman.
- Lukman, L., & Said, I. M. (2022). Strategi Kesantunan Pemain Game dalam Saluran Youtube “Jess No Limit.” *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, dan Sastra*, 8(1), 63–76. <https://doi.org/10.30605/onoma.v8i1.1571>
- Manalu, Y. S. (2025). Doa yang Berkenan di Hadapan Allah: Studi Hermeneutik terhadap Matius 6: 6-7 dalam Konteks Kehidupan Kristen Kontemporer. *LAMPO: Jurnal Teologi dan Pendidikan Agama Kristen*, 1(2), 96–115. <https://doi.org/10.63832/lampo.v1i2.29>
- Nanda, A. P. (2023). Kesantunan Bahasa Dakwah di Media Sosial. *Harmoni*, 22(2), 444–458. <https://doi.org/10.32488/harmoni.v22i2.480>
- Ningsih, R., & Fatmawati, F. (2024). Realitas Kesantunan Berbahasa Gen-Z di Era Digital. *Jurnal Onoma: Pendidikan Bahasa, dan Sastra*, 10(1), 215–224. <https://doi.org/10.30605/onoma.v10i1.3167>

- Oktavia, Y., Herdiana, R., Pratiwi, W., Syafira, R. A., Prayoga, V., Sukendar, S., ... & Wibowo, S. A. (2022). Dahsyatnya Kekuatan Doa dalam Kehidupan Manusia. In *Proceeding Conference on Da'wah and Communication Studies* (Vol. 1, pp. 86–90). <https://doi.org/10.61994/cdcv.v1i1.30>
- Pratiwi, D., & Hira, N. M. (2024). Kesantunan Sosial dalam Komentar Postingan Instagram Bintang Emon. *Pendekar: Jurnal Pendidikan Berkarakter*, 2(4), 1–9. <https://doi.org/10.51903/pendekar.v2i4.305>
- Purnama, S., & Sukarto, K. A. (2022). Penggunaan Bahasa di Media Sosial Ditinjau dari Kesantunan Berbahasa. *Pujangga: Jurnal Bahasa dan Sastra*, 8(1), 71–88. <https://doi.org/10.47313/pujangga.v8i1.1655>
- Qomariyah, N., & Hasan, N. (2025). *Madurologi: Budaya, Agama, dan Kearifan Lokal*. UIN Madura Press.
- Rashid, Y., Rashid, A., Warraich, M. A., Sabir, S. S., & Waseem, A. (2019). Case Study Method: A Step-by-Step Guide for Business Researchers. *International Journal of Qualitative Methods*, 18, 1–13. <https://doi.org/10.1177/1609406919862424>
- Retnaningsih, A. P., & Suryosumunar, J. A. Z. (2024). Prinsip Dasar dan Penerapan Pendidikan Unggah-Ungguh dalam Kearifan Budaya Jawa. *Sophia Dharma: Jurnal Filsafat, Agama Hindu, dan Masyarakat*, 7(2), 25–35. <https://e-journal.iahn-gdepudja.ac.id/index.php/SD/article/view/2032>
- Rohayani, F. (2025). Integrasi Ajaran Filsafat Agama dalam Pendidikan Anak Usia Dini untuk Meningkatkan Toleransi dan Empati. *Sophia Dharma: Jurnal Filsafat, Agama Hindu, dan Masyarakat*, 8(1), 48–70. <https://doi.org/10.53977/sd.v8i1.2446>
- Sari, Y. A. (2024). Request and Politeness Strategies in the Javanese-Speaking Generation Z Community: A Pragmatic Study. *Bulletin of Science Education*, 4(2), 99–117. <https://doi.org/10.51278/bse.v4i2.1036>
- Shafari, I. S. D. P., & Rokhmawan, T. (2024). Kesantunan Berbahasa pada Kolom Komentar di Akun Twitter Prabowo Subianto: Kajian Pragmatik. *JBI: Jurnal Bahasa Indonesia*, 2(2), 53–64. <https://doi.org/10.59966/jbi.v2i2.1136>
- Shafran, R. W., & Stavans, A. (2023). Indirectness in Requests and Refusals in EFL by Multilinguals with L1 Hebrew or Arabic: A Linguistic and Textual Perspective. *Journal of Pragmatics*, 211, 1–14. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2023.04.002>
- Sihombing, C. I. G. (2024). Analisis Tindak Tutur Ilokusi pada Interaksi Penjual Pembeli Live TikTok Kajian (Pragmatik Searle). *Dinamika Pembelajaran: Jurnal Pendidikan dan Bahasa*, 1(3), 321–328. <https://doi.org/10.62383/dilan.v1i3.578>
- Siregar, M. A. F., Simatupang, D. F., Nabawi, M. I., & Alrasyid, H. (2024). Kepercayaan pada Takdir Masyarakat Modern (dalam Kajian I'jaz Al-'Ilmi). *MUSHAF JOURNAL: Jurnal Ilmu Al Quran dan Hadis*, 4(2), 217–227.
- Supit, R., & Welem, T. (2023). Penggunaan Kitab Suci Agama Kristen (Alkitab) dalam Ritual Pengobatan di Minahasa. *Jurnal Teologi (Journal of Theology)*, 12(01), 97–114. <https://doi.org/10.24071/jt.v12i01.5688>
- Winman, D. F., & Lahamendu, N. O. K. D. (2021). Cyberspace dan Unggahan Status Religius di Media Sosial. *PUTE WAYA: Sociology of Religion Journal*, 2(1), 44–62. <https://doi.org/10.51667/pwjsa.v2i1.617>
- Wiramaya, D. S., Fathurrijal, F., Sukarta, S., Suhadah, S., Rohmah, N. N. M., & Saudi, Y. (2024, August). Pengaruh Media Sosial terhadap Akidah Generasi Z Muslim di Perkotaan. In *Seminar Nasional Paedagoria*, 4(1), 130–142. <https://journal.ummat.ac.id/index.php/fkip/article/view/25600>
- Wulandari, S., & Rahman, A. (2023). Air Doa dalam Tradisi Pembacaan Hizib Nahdhatul Wathan: Studi Living Qur'an di Desa Sembalun Bumbung, Lombok Timur. *Canonia Religia*, 1(1), 1–16. <https://doi.org/10.30762/cr.v1i1.1403>

Yusup, A. (2024). *Doa dalam Al-Qur'an (Studi Penafsiran Ayat-Ayat Doa Perspektif Al-Qushayri)*. Institut Al Fithrah (IAF) Surabaya.