

ABSTRAK

Ismi Suryana Putri (1184020074) : Pesan Dakwah Dalam Media Sosial Instagram (Analisis Isi Pada Akun Instagram @kalam.kehidupan).

Media sosial instagram merupakan teknologi yang maju pada masa kini yang dapat dimanfaatkan sebagai media berdakwah. Metode berdakwah melalui media instagram sangatlah tepat dan efektif dalam membantu menyampaikan pesan kebaikan. Salah satunya pada akun instagram @kalam.kehidupan. akun ini selalu memposting konten pesan dakwahnya mengenai permasalahan dalam kehidupan manusia yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis dengan tujuan untuk menyucikan setiap jiwa. Pesan dakwah ini dikemas dalam sebuah tulisan disertai gambar yang menarik, dengan bahasa yang mudah dipahami sehingga penting untuk kaum *mukallaf*.

Tujuan dari penelitian ini yakni untuk mengetahui desain dan karakteristik pesan dakwah dalam akun instagram @kalam.kehidupan. Dalam penelitian ini paradigma yang digunakan ialah paradigma interpretif. Metode yang digunakan ialah analisis isi (*content analysis*) kualitatif, dengan menggunakan teori agenda setting serta teori dakwah. Proses penelitian pada akun tersebut dengan menganalisis desain pesan dakwah melalui tema pesan dakwah dari akidah, syariah dan akhlak. Mengenai hal itu, mengamati sebuah pesan melalui 5 (lima) karakter pesan dakwah, lalu mempertimbangkan pengaruh like dan tanggapan terbanyak sehingga dapat menghasilkan kecenderungan pesan dakwah dalam akun instagram @kalam.kehidupan.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada postingan @kalam.kehidupan yang dipilih oleh peneliti sejak tahun 2021-2022 ditemukan bahwa desain pesan dakwah penulis mengambil 3 (tiga) gambar dari setiap tema pesan dakwah, serta dapat ditemukan juga dari makna pesan tersebut lebih mengarah kepada tasawuf yaitu mengenai ketuhanan melalui urusan bathin dengan pembersihan hati. Sementara temuan pada 5 (lima) karakteristik pesan dakwah yaitu; mengandung unsur kebenaran, membawa pesan perdamaian, tidak bertentangan dengan nilai universal, memberi kemudahan bagi penerima dan mengapresiasi adanya perbedaan. Hal ini, dipertimbangkan melalui jumlah *like* dan isi tanggapan dari para *followers* akun tersebut. Setelah diamati, maka yang paling banyak tanggapan dari para *followers* akun ini ternyata lebih cenderung kepada karakter pesan yang tidak bertentangan dengan nilai-nilai universal. Pemicu hal tersebut dikarenakan pesan yang disampaikan kepada para khalayak saat ini sedang dibutuhkan dalam kehidupannya.

Kata kunci : pesan dakwah, media dakwah, analisis isi, media sosial, instagram.