

ABSTRAK

Pengguna media sosial di Indonesia cukup tinggi mencapai 150 juta pengguna sekitar 56% dari total populasi. Angka tersebut merupakan hasil riset Wearesocial Hootsuite. *Instagram* merupakan media sosial yang banyak digunakan salah satunya digunakan sebagai media dakwah. Banyak pesan dakwah dengan berbagai tema yang dapat ditemukan di *Instagram*. Penelitian ini meneliti tentang Pesan Dakwah Melalui Media Sosial *Instagram* (Analisis Wacana Teun A. Van Dijk Pada Akun *Instagram* @amathdt) dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Penulis menggunakan teknik analisis wacana dengan model Teun A. Van Dijk dimana analisis ini tidak hanya fokus pada teks melainkan pada kognisi sosial dan konteks sosial. Adapun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pesan dakwah dalam akun *Instagram* @amathdt dari segi teks terdapat sebuah pesan mengenai haramnya perilaku pacaran. Kemudian dari segi kognisi sosial pemilik akun @amathdt menjadikan pengalaman dikalangan remaja dan realita sosial saat ini sebagai peluang dalam berdakwah dan menjadikannya materi dakwah. Sedangkan dari segi konteks sosial adanya sebuah anggapan dari masyarakat khususnya dari kalangan muda yang menganggap bahwa perilaku pacaran adalah hal yang biasa dan harus dimaklumi.

Keyword: Pesan dakwah, *Instagram*, analisis wacana Teun A. Van Dijk.

ABSTRACT

In Indonesia, social media has quite high number of users reaching for 150 million or about 56% of the total population. The number is the research result of Wearesocial Hootsuite. Instagram is the social media that many people use and one of the uses is as media of da'wah (preaching of Islam). There are many messages of da'wah with various topics that can be found in Instagram. This research studies about the Message of Da'wah through Social Media of Instagram (A Discourse Analysis of Teun A. Van Dijk on Instagram Account @amathdt) using qualitative approach. The researcher used discourse analysis technique with Teun A. Van Dijk model in which this analysis did not only focus on the text, but also on social cognition and social context. Meanwhile, the result of the research shows that the message of da'wah in Instagram account @amathdt from the aspect of text has a message about the prohibition (haram) of dating behavior. From the aspect of social cognition, the owner of the account @amathdt uses the experience among the teenagers and the social reality nowadays as the opportunity in giving da'wah and uses them as da'wah materials. Meanwhile, from the aspect of social context, there is an opinion from the society especially from the young generation that dating behavior is a common thing and should be understood.

Keywords: Message of da'wah, *Instagram*, discourse analysis of Teun A. Van Dijk.