

## ABSTRAK

Pada era globalisasi sekarang banyak cara yang digunakan untuk menyampaikan pesan dakwah seperti halnya media sosial Instagram yang telah banyak digunakan diberbagai lapisan masyarakat. Penulis tertarik untuk menulis skripsi ini yang berjudul “**Analisis Pesan Dakwah Via Instagram di Akun @islamposcom**” dengan tujuan untuk mengetahui isi pesan dakwah dan respon pengikut dalam komentar terhadap pesan dakwah yang disampaikan di akun Instagram @islamposcom. Penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif kualitatif, pengumpulan data dengan menggunakan metode observasi, dan dokumentasi dengan menggumpulkan data yang berkaitan dengan penelitian. Teknik analisis data yang digunakan ialah analisis isi (*content analysis*) yaitu teknik apapun yang digunakan untuk menarik kesimpulan melalui usaha menemukan karakteristik pesan, dan dilakukan secara objektif dan sistematis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada skripsi ini pesan dakwah dikategorikan menjadi 3 yaitu berupa pesan aqidah (iman kepada Allah, iman kepada malaikat, iman kepada Kitab, iman kepada rasul, iman kepada qadha dan qadhar, dan iman kepada hari akhir), syariah (ibadah dan muamalah), dan akhlak (akhlak kepada Allah, akhlak kepada manusia, akhlak kepada hewan dan tumbuhan, dan akhlak kepada lingkungan). Selain itu juga terdapat 3 jenis efek yaitu efek kognitif, efek efektif, dan efek behavioral. Setelah melakukan analisis penulis mendapatkan bahwa terdapat 3 kategori pesan aqidah (iman kepada Allah), 5 kategori pesan syariah (ibadah), dan 5 kategori pesan akhlak (akhlak kepada Allah, akhlak kepada manusia, dan akhlak kepada hewan). Selanjutnya adalah menganalisis komentar pada postingan pesan dakwah dengan mempertimbangan pada jumlah suka dan komentar terbanyak dari pesan dakwah aqidah, syariah, dan akhlak lalu didapatkan efek kognitif, efek efektif, dan efek behavioral.

*Kata Kunci: Pesan Dakwah, Instagram*