UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Strategi Kesantunan dalam Ekspresi Duâ€˜?â€™ Berbahasa Arab di Instagram: Kajian Pragmatik
Iklilah Atikoh, Dr. Arief Ma'nawi, S.S., M.Hum.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

INTISARI

Ekspresi *du'ā'* berbahasa Arab yang dipublikasikan melalui Instagram merupakan bentuk komunikasi religius yang tidak hanya berfungsi sebagai penyampaian permohonan kepada Allah, tetapi juga merepresentasikan praktik keberagamaan dalam ruang digital. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi permintaan, strategi kesantunan, dan faktor sosial yang memengaruhi realisasi ekspresi *du'ā'* berbahasa Arab di Instagram. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode dokumentasi. Data penelitian berupa 150 ekspresi *du'ā'* berbahasa Arab yang diunggah oleh akun-akun dakwah Indonesia di Instagram selama Januari–Desember 2025. Analisis data dilakukan dengan menggunakan teori strategi permintaan Blum-Kulka dkk. (1989), teori kesantunan Brown dan Levinson (1987), serta didukung oleh Prinsip Kesantunan Leech (1983).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi permintaan dalam ekspresi *du'ā'* berbahasa Arab direalisasikan melalui strategi permintaan langsung, strategi permintaan tidak langsung konvensional, dan strategi permintaan tidak langsung nonkonvensional. Strategi permintaan tidak langsung konvensional merupakan bentuk yang paling dominan karena permohonan umumnya disampaikan melalui pengungkapan keadaan penutur, pola doa yang telah dikenal dalam tradisi Islam, maupun redaksi Al-Qur'an dan hadis. Strategi kesantunan yang ditemukan meliputi strategi kesantunan positif, strategi kesantunan negatif, dan strategi tersirat. Strategi kesantunan negatif paling banyak direalisasikan melalui pengakuan kelemahan diri, pengakuan dosa, serta pembingkaian permohonan dengan pujian dan penyebutan nama maupun sifat Allah. Selain itu, ditemukan tiga faktor sosial yang memengaruhi realisasi ekspresi *du'ā'*, yaitu peran bahasa, kedekatan emosional penutur, dan fungsi sosial doa dalam ruang digital. Temuan penelitian menunjukkan bahwa realisasi ekspresi *du'ā'* berbahasa Arab di Instagram dibentuk oleh keterkaitan antara strategi kebahasaan, tradisi keagamaan, pengalaman emosional penutur, dan fungsi dakwah dalam media sosial.

Kata Kunci: *du'ā'*, strategi permintaan, strategi kesantunan, faktor sosial, Instagram.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Strategi Kesantunan dalam Ekspresi Duâ€˜?â€™ Berbahasa Arab di Instagram: Kajian Pragmatik
Iklilah Atikoh, Dr. Arief Ma'nawi, S.S., M.Hum.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ABSTRACT

Arabic supplications (duʻā') *published on Instagram constitute a form of religious communication that not only conveys supplication to Allah but also represents religious practices in digital spaces. This study aims to describe the request strategies, politeness strategies, and social factors underlying the realization of Arabic* duʻā' *expressions on Instagram. It employed a descriptive qualitative approach using the documentation method. The data consisted of 150 Arabic* duʻā' *expressions posted by Indonesian Islamic Instagram accounts between January and December 2025. The data were analyzed using Blum-Kulka et al.'s (1989) request strategy framework, Brown and Levinson's (1987) politeness theory, and supported by Leech's (1983) Politeness Principle.*

The findings reveal that Arabic duʻā' *expressions are realized through direct request strategies, conventionally indirect request strategies, and non-conventionally indirect request strategies. Conventionally indirect requests are the most dominant because supplications are commonly expressed through descriptions of the speaker's condition, conventional prayer formulas, and Qur'anic and prophetic expressions. The politeness strategies identified include positive politeness, negative politeness, and off-record strategy. Negative politeness is predominantly realized through acknowledgements of personal weakness, confessions of sin, and the framing of requests with praise as well as the invocation of Allah's names and attributes. Furthermore, three social factors were identified, namely the role of language, the speaker's emotional closeness to the prayer, and the social function of prayer in digital spaces. The findings demonstrate that the realization of Arabic* duʻā' *expressions on Instagram is shaped by the interaction of linguistic strategies, Islamic traditions, the speaker's emotional experience, and the function of digital preaching.*

Keywords: duʻā', *request strategies, politeness strategies, social factors, Instagram.*