



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

**MAKNA PESAN DAKWAH PADA DESAIN
KOMUNIKASI VISUAL AKUN INSTAGRAM
@sketsadakwah
(Analisis Semiotika Model Roland Barthes)**

Skripsi

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
Surabaya untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos)

Oleh

SITI NUR ALQOIRIYAH
NIM. B91217094

**Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam
Fakultas Dakwah Dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
Surabaya
2020**

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama: Siti Nur Alqoiriyah

NIM : B91217094

Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi berjudul ***"Makna Pesan Dakwah pada Desain Komunikasi Visual Akun Instagram @sketsadakwah (Analisis Semiotika Model Roland Barthes)"*** adalah benar merupakan karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut dibcri tanda sintasi dan ditunjukkan dalam format dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti dipernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran atas skripsi saya, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Surabaya, 13 November 2020

membuat pernyataan



6000
TUJUH RIBU RUPIAH

Siti Nur Alqoiriyah
NIM. B91217094

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Siti Nur Alqoiriyah
NIM : B91217094
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul Skripsi : Makna Pesan Dakwah pada Desain
Komunikasi Visual Akun Instagram
@sketsadakwah (Analisis Semiotika
Model Roland Barthes)

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan pada ujian skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 08 Januari 2021

Menyetujui,
Pembimbing



Dr. H. Abdullah Sattar, S.Ag, M.Fil.I
NIP. 196512171997031002

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI
MAKNA PESAN DAKWAH PADA DESAIN
KOMUNIKASI VISUAL AKUN INSTAGRAM
@sketsadakwa (Analisis Semiotika Model Roland Barthes)

SKRIPSI

Disusun Oleh
Siti Nur Alqoiriyah
B91217094

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata
Satu

Pada tanggal, 02 Februari 2021

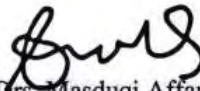
Tim Penguji

Penguji I



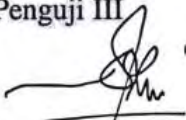
Dr. H. Abdullah Sattar, S.Ag, M.Fil.I
NIP. 196512171997031002

Penguji II



Drs. Masduqi Affandi, M.Pd.I
NIP. 195701211990031001

Penguji III



Lukman Hakim, S.Ag, M.Si, M
NIP. 197308212005011004

Penguji IV



Dr. Sokhi Huda, M.Ag
NIP. 196701282003121001

Surabaya, 02 Februari 2021

Dekan,



Dr. H. Abdul Halim, M.Ag
NIP. 196307251991031003



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Siti Nur Alqoiriyah

NIM : B91217094

Fakultas/Jurusan : Dakwah dan Komunikasi/Komunikasi Penyiaran dan Islam

E-mail address : alqo37@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Makna Pesan Dakwah pada Desain Komunikasi Visual Akun Instagram @sketsadakwah

(Analisis Semiotika Model Roland Barthes)

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 31 Mei 2021

Penulis

(Siti Nur Alqoiriyah)

ABSTRAK

Siti Nur Alqoiriyah, NIM. B91217094, 2020. *Makna Pesan Dakwah pada Desain Komunikasi Visual Akun Instagram @sketsadakwah (Analisis Semiotika Model Roland Barthes)*.

Penelitian ini berusaha menjawab rumusan masalah yang terdiri dari: (1) Apa makna pesan dakwah pada desain komunikasi visual akun instagram @sketsadakwah (2) Apa makna denotasi, konotasi dan mitos pada desain komunikasi visual akun instagram @sketsadakwah.

Untuk mendeskripsikan persoalan ini, peneliti menggunakan analisis kualitatif deskriptif dengan pendekatan kualitatif teks media yaitu analisis semiotika model Roland Barthes. Data yang diperoleh melalui hasil dokumentasi.

Hasil analisis dari penelitian ini adalah makna denotasi yang dihasilkan dalam akun @sketsadakwah adalah *desainer* kebanyakan menggunakan font *handwriting* berupa jenis huruf *Sans Serif Comic Sans MS*, penggunaan ilustrasi kartun sebagai penguat dan latar warna mayoritas abu-abu, ungu dan coklat. Makna konotasi dari ilustrasi dan teks secara keseluruhan diambil dari simbol atau tanda yang familiar di masyarakat. Sedangkan makna mitos kebanyakan mengangkat realitas sosial yang disertai ajakan untuk kembali mendekat kepada Allah Swt. Serta terdapat pesan dakwah yang terkandung di dalamnya, yang terdiri dari pesan aqidah (meningkatkan iman pada Allah dan iman kepada kitab Allah), akhlak (sifat wanita shalihah dan berhati-hati dalam berkomunikasi dengan lawan jenis) dan syariah (mengingat kematian dan bersedekah).

Kata Kunci : *Pesan Dakwah, Desain Komunikasi Visual, Sosial Media Instagram*

ABSTRACT

Siti Nur Alqoiriyah, NIM. B91217094, 2020. *The Meaning of Da'wah Messages in Visual Communication Design @sketsadakwah Instagram Account (Semiotic Analysis of Roland Barthes's Model)*.

This research attempts to answer the problem formulation which consists of: (1) What is the meaning of the message of the dakwah in the visual communication design of the @sketsadakwah Instagram account (2) What is the meaning of denotation, connotation and myth in the visual communication design of the @sketsadakwah Instagram account.

To describe this problem, the researcher used descriptive qualitative approach to media text, namely the semiotic analysis model Roland Barthes. Data obtained through documentation.

The result of the analysis of this research is that the meaning of denotation generated in the @sketsadakwah account is that designers mostly use handwriting fonts in the form of Sans Serif Comic Sans MS, use cartoon illustrations as reinforcement and the majority of the background colors are gray, purple and brown. The connotative meaning of the illustration and the text as a whole is taken from symbols or signs that are familiar in society. Meanwhile, the meaning of myth mostly raises social reality which is accompanied by an invitation to draw closer to Allah SWT. And there is a message contained in it, which consists of messages of aqidah (increasing faith in Allah and faith in the book of Allah), morals (the nature of shalihah women and being careful in communicating with the opposite sex) and sharia (remembering death and giving alms).

Keyword : *Da'wah Messages, Visual Communication Design, Instagram Social Media*

مستخلص البحث

ستي نور الخيري، رقم التسجيل ، B291217094، 2020. معني رسائل الدعوة في تصميم الاتصالات المرئية لحساب انستغرام @sketsadakwah. (التحليل السيميائي لنموذج رولاند بارتس)

يحاول هذا البحث الإجابة على صياغة المشكلات التي تتكون من: (1) ما معنى رسائل الدعوة في تصميم الاتصالات المرئية لحساب انستغرام @sketsadakwah (2) ما معنى الدلالة ودلالة والأسطورة في تصميم الاتصالات المرئية لحساب انستغرام @sketsadakwah

لوصف هذه المشكلة ، استخدم الباحث التحليل النوعي الوصفي مع منهج نوعي للنصوص الإعلامية ، ألا وهو نموذج التحليل السيميائي رولاند بارتس. البيانات التي تم الحصول عليها من خلال التوثيق والمراقبة.

تهدف نتاج هذه الدراسة هو معنى الدلالة الناتجة والموضحة بوضوح في حساب @sketsadakwah هو أن المصممين يستخدمون في الغالب خطوط الكتابة اليدوية في الشكل Sans Serif Comic Sans MS، ويستخدمون الرسوم التوضيحية للرسم والمتحركة كتعزيز وغالبية الألوان هي الرمادي ولأرجواني والبني. المعنى الضمني للشكل التوضيحي والنص ككل مأخوذ من الرموز أو العلامت المألوفة في المجتمع. وفي الوقت نفسه، فإن معنى الأسطورة يثير في اغلب الواقع الاجتماعي الذي يصاحبه دعوة للعودة لتكون أقرب إلى الله سبحانه وتعالى. كما ان فيها رسائل الدعوة تتضمن الرسائل العقيدة (زيادة الإيمان بالله وإيمان بكتاب الله)، والأخلق (طبيعة التقية والحرص على التواصل مع الرجل)، والشريعة (تذكر الموت وإعطاء الصدقات).

كلمات أساسية : رسائل الدعوة، تصميم الاتصالات المرئية، انستغرام سوشيال ميديا

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
مستخلص البحث	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Definisi Konsep.....	8
1. Desain Komunikasi Visual	8
2. Media Sosial Instagram	9
3. Media Dakwah.....	10
F. Sistematika Pembahasan	11
BAB II	13
A. Kajian tentang Desain Komunikasi Visual	13
1. Pengertian Desain Komunikasi Visual	13
2. Unsur-unsur Desain Komunikasi Visual	16
3. Prinsip-Prinsip Desain Komunikasi Visual	24
B. Kajian tentang Dakwah	26
1. Pengertian dakwah.....	26
2. Unsur-unsur dakwah.....	28
C. Pesan Dakwah	32
D. Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	38
BAB III.....	41

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	41
B. Unit Analisis.....	41
C. Jenis dan Sumber Data	42
D. Tahap-Tahap Penelitian.....	43
E. Teknik Pengumpulan Data	45
F. Teknik Analisis Data	46
BAB IV	50
A. Gambaran Umum Sketsa Dakwah	50
1. Sejarah Akun Instagram @sketsadakwah.....	50
2. Profil Penggagas @sketsadakwah	52
3. Prinsip dan Nilai Akun Instagram @sketsadakwah	54
4. Visi Misi Akun Instagram @sketsadakwah	55
5. Logo Akun Instagram @sketsadakwah	56
B. Penyajian Data.....	57
C. Analisis Data	59
BAB V	88
A. Kesimpulan	88
B. Saran.....	89
C. Keterbatasan Penelitian.....	90
DAFTAR PUSTAKA.....	91
LAMPIRAN-LAMPIRAN	96

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 Jenis dan Bentuk Huruf	17
2.2 Karakter Warna	20
2.3 Penelitian Terdahulu	32
4.1 Penyajian Data	53



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
3.1 Model Analisis Roland Barthes	41
4.1 Logo Sketsa Dakwah	51
4.1.1 Social Distancing	52
4.1.2 Sosmed dan Al-Qur'an	52
4.1.3 Sifat Wanita Shalihah	52
4.1.4 Berteman Tanpa Memancing Perasaan	53
4.1.5 Membayangkan Kematian	53
4.1.6 Allah Menaikkan Level Rezeki	53
4.2 Social Distancing	54
4.3 Sosmed dan Al-Qur'an	58
4.4 Sifat Wanita Shalihah	62
4.5 Berteman Tanpa Memancing Perasaan	67
4.6 Membayangkan Kematian	72
4.7 Allah Menaikkan Level Rezeki	76

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Aktivitas dakwah dapat dilakukan melalui berbagai media pendukung, baik berdakwah secara lisan maupun tulisan. Berbeda pada zaman dahulu, dakwah hanya sebatas di *mushola* atau masjid yang dilakukan secara langsung atau tatap muka. Saat ini untuk mendengarkan pengajian tidak perlu berhadapan dengan *ulama* secara langsung, melainkan cukup dengan mengakses internet masyarakat sudah dapat memperoleh informasi yang berkaitan dengan agama sesuai kebutuhan yang diinginkan dan dimanapun mereka berada.¹

Internet merupakan salah satu bentuk media komunikasi dan informasi interaktif.² Wujud internet ialah jaringan komputer yang terhubung di seluruh dunia. Melalui internet, masyarakat dapat mengakses situs atau website untuk mencari pengetahuan dan informasi yang dibutuhkan sekaligus membagikan informasi kepada seluruh manusia dimanapun dan tidak terbatas pada ruang dan waktu. Jangkauan jaringan internet yang luas menjadi keunggulan dari media ini.

Oleh demikian, pendakwah difasilitasi oleh media baru serta terdapat peluang besar didalamnya. Karena masyarakat saat ini banyak yang menggunakan internet sebagai kebutuhannya, sehingga internet menjadi media

¹ Pardianto, "Meneguhkan Dakwah Melalui New Media", *Jurnal Komunikasi Islam Jurusan KPI Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya*, Vol.3 : 01 (Juni, 2014), 23.

² Andy Krisianto, *Internet untuk Pemula*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2014), 1.

dakwah *modern* (kontemporer) yang memiliki jangkauan luas untuk mendorong manusia berbuat kebaikan dan mencegah kemungkaran.

Dengan kehidupan teknologi dan informasi yang semakin berkembang secara sadar maupun tidak, ada banyak cara yang digunakan manusia untuk berkomunikasi atau memberi informasi kepada orang lain. Salah satunya yaitu berdakwah dengan memanfaatkan media massa untuk menyampaikan pesan dakwah dalam bentuk foto atau gambar. Atau lebih dikenal dengan sebutan desain komunikasi visual.

Desain komunikasi visual yaitu seni menyampaikan informasi atau pesan dengan menggunakan bahasa rupa / visual yang ditransmisikan melalui media dalam bentuk desain.³ Desain komunikasi visual memadukan seni, tipografi, symbol, gambar, ilustrasi dan warna dalam penyampaiannya.⁴ Oleh karena itu, desain komunikasi visual termasuk salah satu disiplin ilmu yang mendukung kegiatan dakwah.

Media dakwah merupakan alat atau sarana untuk menyampaikan pesan kepada mitra dakwah.⁵ Terdapat beberapa macam media dakwah yang digunakan untuk menyampaikan pesan dakwah kepada mitra dakwah, antara lain tulisan, lisan maupun audio-visual. Dengan berkembangnya media informasi, yang saat ini

³ Lia Anggraini S dan Kirana Nathalia, *Desain Komunikasi Visual: Dasar-Dasar Panduan Untuk Pemula*, (Bandung: Nuansa Cendikia, 2014), 15.

⁴ Rakhmat Supriyono, *Desain Komunikasi Visual I: Teori dan Aplikasi*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2019), 9.

⁵ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana Perdana Media Group, 2017), 346.

menyampaikan pesannya begitu cepat dan efektif. Sarana informasi dikategorikan berdasarkan format penyampaiannya, yaitu media cetak dan media elektronik. Terlepas dari kenyataan bahwa media tersebut masih bertahan hingga saat ini, tidak dapat dipungkiri bahwa media telah menjadi *trendsetter* dalam masyarakat yang disebut dengan internet.

Media informasi yang dikembangkan oleh internet memiliki beberapa jenis produk, salah satunya adalah media sosial. Media sosial sekarang menjadi bagian dari kehidupan manusia modern saat ini. Media sosial mengundang semua orang yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberikan kontribusi dan umpan balik secara terbuka, ulasan cepat dan tidak terbatas serta berbagi informasi.⁶

Instagram merupakan *platform* berbagi foto dan video media sosial yang memungkinkan pengguna mengambil foto maupun video, menerapkan fitur digital dan membagikannya ke media sosial lainnya. Menurut data yang dirilis oleh *Napoelen Cat*, pada periode Januari-Mei 2020, jumlah pengguna instagram di Indonesia mencapai 69,2 juta pengguna. Meningkatnya penggunaan *platform* ini tidak lepas dari kebijakan *work from home* (WFH) yang telah dilakukan perusahaan kepada karyawannya di tengah wabah Covid-19.⁷ Karena dengan adanya pandemi Covid-19 banyak masyarakat

⁶ Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Online*, (Bandung: Nuansa Cedeikia, 2015), 108.

⁷ Mustafa Imam, *Pengguna Instagram di Indonesia Didominasi Wanita dan Generasi Milenial*, diakses pada tanggal 30 September 2020 dari <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2020/06/14/pengguna-instagram-di-indonesia-didominasi-wanita-dan-generasi-milenial/amp>

yang memanfaatkan media sosial instagram untuk ajang berdakwah, mencari pengetahuan dan informasi maupun untuk berjualan secara online. Sehingga pengguna instagram menjadi semakin meningkat pesat.

Banyaknya orang yang menggunakan sosial media instagram memberikan kesempatan bagi *da'i* dalam menyebarkan dakwah. Perangkat foto, video dan *caption* yang sudah disediakan oleh fitur instagram, digunakan untuk menebarkan pesan dakwah yang dimanfaatkan semaksimal mungkin dengan cara menambahkan kreativitas dan ciri khas dalam penyampaian pesan, sehingga menarik untuk dibaca pembaca. Hal ini terbukti terdapat banyak akun instagram yang dimanfaatkan untuk berdakwah yang didalamnya memuat konten-konten dakwah Islam. Akun instagram yang menyebarkan dakwah Islam tersebut antara lain adalah akun instagram @rumayshocom dengan ilustrasi bergaya kartun dan warna polos yang mencolok pada *background* dan akun instagram @gendhukstory dengan ilustrasi kartun yang digambarkan hanya wajah seorang muslimah dan warna pada *background* secara keseluruhan polos dalam satu warna pada setiap karya visual yang diunggah.

Dari beberapa akun instagram yang digunakan untuk berdakwah, peneliti memilih akun instagram @sketsadakwah yang ingin diteliti dalam penelitian ini. Karena akun @sketsadakwah memiliki ciri khas tersendiri, yaitu terletak pada gaya visual disetiap konten yang ditampilkan. Konten yang dibagikan berupa pesan-pesan motivasi yang disajikan dengan *visual graphic* berupa ilustrasi kartun bergaya "*handdrawn*" atau gambaran tangan. Jadi, setiap konten dibuat berdasarkan sketsa dengan tangan. Selain itu dilihat dari pemilihan

warna yang digunakan, setiap konten dibuat dengan memadukan warna-warna lembut yang memanjakan mata. Seperti warna sekunder, yaitu hasil pencampuran warna primer dengan proporsinya. Contohnya jingga adalah hasil campuran dari warna merah dan kuning, hijau merupakan campuran kuning dan biru, dan ungu merupakan campuran biru dan merah.⁸ Serta pengaturan komposisi dan tata letak diatur sedemikian rupa yang memudahkan pembaca untuk menerima pesan.

Akun @sketsadakwa ini digagas oleh orang yang suka dunia seni yaitu M. Liwaus Shidqy yang dilatarbelakangi oleh kekaguman ia terhadap komik-komik bertemakan Islam dan akun-akun di instagram yang menyampaikan dakwah dengan tampilan visual yang menarik. Ia tidak ingin kemampuan yang dimilikinya hanya berorientasi pada dunia saja, tetapi ada nilai juga untuk akhirat. Sebab sebagai seorang muslim, ia sangat yakin bahwa apa-apa yang kita hasilkan “baik atau buruk” semuanya akan dipertanggungjawabkan kelak di akhirat. Ia merasa sangat rugi rasanya kalau kemudian keterampilan yang ia miliki, ilmu yang ia pelajari tidak digunakan untuk menyebarkan agama-Nya. Dari situlah keinginan untuk membuat akun dakwah semakin kuat. Akun @sketsadakwa memiliki 45.000 *followers* dan 109 postingan.

Berangkat dari latar belakang di atas, peneliti memutuskan untuk melakukan pengkajian lebih dalam mengenai makna makna pesan dakwah yang dikaji dengan menggunakan makna denotasi, konotasi dan

⁸ Lia Anggraini S dan Kirana Nathalia, *Desain Komunikasi Visual: Dasar-Dasar Panduan Untuk Pemula*, (Bandung: Nuansa Cendikia, 2014), 39.

mitos pada desain komunikasi visual akun instagram @sketsadakwah. Kemudian dianalisis dengan menggunakan model analisis Roland Barthes. Karena analisis semiotika Roland Barthes dapat membantu peneliti dalam menganalisis makna denotasi, konotasi dan mitos pada desain komunikasi visual. Sehingga dalam penelitian ini, peneliti mengambil judul “**Makna Pesan Dakwah pada Desain Komunikasi Visual Akun Instagram @sketsadakwah (Analisis Semiotik Model Roland Barthes)**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang terdapat pada penelitian ini sebagai berikut:

Mayor:

Apa makna pesan dakwah pada desain komunikasi visual akun instagram @sketsadakwah?

Minor:

1. Apa makna denotasi pada desain komunikasi visual akun instagram @sketsadakwah?
2. Apa makna konotasi pada desain komunikasi visual akun instagram @sketsadakwah?
3. Apa makna mitos pada desain komunikasi visual akun instagram @sketsadakwah?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui makna pesan dakwah yang terdapat pada desain komunikasi visual akun instagram @sketsadakwah.

2. Untuk mengetahui makna denotasi yang terdapat pada desain komunikasi visual akun instagram @sketsadakwah.
3. Untuk mengetahui makna konotasi yang terdapat pada desain komunikasi visual akun instagram @sketsadakwah.
4. Untuk mengetahui makna mitos yang terdapat pada desain komunikasi visual akun instagram @sketsadakwah.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan mengenai makna denotasi, konotasi dan mitos yang terdapat dalam desain komunikasi visual.
- b. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran dan motivasi umat Islam untuk menggali pengetahuan Islam yang lebih dalam lagi melalui instagram sebagai media dakwah.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan bagi masyarakat atau *da'i* untuk berdakwah dengan cara yang berbeda terutama di kalangan mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Ampel Surabaya yang mempunyai minat dan bakat di bidang desain.

E. Definisi Konsep

1. Desain Komunikasi Visual

Desain komunikasi visual adalah tahap perancangan yang menggunakan keterampilan dan kreativitas untuk menyampaikan pesan kepada audiens melalui visualisasi. Unsur-unsur visualisasi meliputi ilustrasi, warna dan tipografi. Pesan dirancang dengan memiliki daya tarik dalam unsur-unsur visual sebagai simbol atau tanda yang memiliki makna.

Desain komunikasi visual berasal dari tiga kata yang berbeda, yaitu desain, komunikasi dan visual. Desain adalah proses perancangan dengan keterampilan emosional dan kreativitas untuk menciptakan sebuah karya. Sedangkan komunikasi adalah mengkomunikasikan pesan dari komunikator (pemberi pesan) kepada komunikan (penerima pesan) melalui suatu media dengan tujuan tertentu. Dan visual adalah segala sesuatu yang terlihat dan dirasakan oleh indera penglihatan yaitu mata.

Maka, desain komunikasi visual dapat dikatakan sebagai seni menyampaikan pesan (*art of communication*) melalui bahasa visual (*visual language*) yang disalurkan melalui media yang tujuannya menginformasikan, mempengaruhi dan mengubah tingkah laku kelompok sasaran (*audience*) sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai.⁹

⁹ Maria Fitriah, *Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 25.

2. Media Sosial Instagram

Media sosial adalah media *online* tempat dimana orang dapat dengan mudah bergabung, berbagi dan membuat konten seperti blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual.¹⁰ Media sosial merupakan salah satu media yang sangat membantu bagi para *da'i*, salah satunya yaitu media sosial instagram.

Instagram adalah layanan internet sekaligus jejaring sosial untuk berbagi cerita dengan gambar digital.¹¹ Dengan adanya aplikasi media sosial, dapat memudahkan para *da'i* untuk berbagi pemikiran dengan khalayak melalui gambar atau video berdurasi untuk direnungkan dan mencerna maknanya. Salah satu akun instagram yang dimanfaatkan untuk berdakwah adalah @sketsadakwah.

@sketsadakwah merupakan nama akun instagram yang dimanfaatkan untuk berdakwah. Akun tersebut digagas oleh Liwaus Shidqy yang pernah mengemban pendidikan di Universitas Pendidikan Ganesha. Berawal dari kekaguman beliau terhadap komik-komik bertemakan Islam, sehingga dibentuklah akun dakwah @sketsadakwah. Sesuai dengan namanya, gambar pada akun ini dibuat dalam bentuk olahan gambar berupa sketsa, kartun, ilustrasi bergaya *vector* atau *handdrawn* (gambar dengan tangan). Karena berdasarkan

¹⁰ Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Online*, (Bandung: Nuansa Cedekia, 2015), 108.

¹¹ Feri Sulianta, *Keajaiban Sosial Media*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2015), 119.

pengamatan, pesan-pesan dakwah lebih mudah mengena ke hati orang ketika dikemas dalam visual yang menarik seperti ilustrasi atau komik.

3. Media Dakwah

Dalam dakwah, media sangat dibutuhkan agar dakwah tersampaikan secara efektif dan efisien. Media dakwah merupakan alat yang digunakan untuk menyampaikan isi dakwah (ajaran Islam) kepada mad'u.¹² Menurut Hamzah Ya'qub, beliau mengklasifikasikan media dakwah menjadi lima macam, antara lain adalah:

- a. Lisan, adalah sarana dakwah yang menggunakan lidah dan suara. Dakwah dalam media tersebut dapat berupa pidato, ceramah, kuliah, bimbingan dan sebagainya.
- b. Tulisan, sarana dakwah melalui buku, majalah, surat kabar, korespondensi dan lain-lain.
- c. Lukisan, media dakwah melalui gambar, ilustrasi, kartun, karikatur dan lain-lain.
- d. Audiovisual, sarana dakwah yang dapat merangsang indera pendengaran, penglihatan atau kedua-duanya, seperti film, televisi, internet dan lain-lain.
- e. Akhlak, adalah media dakwah melalui tindakan nyata yang mencerminkan ajaran Islam yang dapat dilihat dan didengar oleh mad'u secara langsung.

Fokus dalam penelitian ini adalah menggunakan sosial media instagram @sketsadakwah sebagai

¹² M. Munir, Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2006), 32.

media dakwah yang menyajikan konten dalam bentuk tulisan dan ilustrasi.

F. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah penyusunan dan pembahasan penelitian ini, penulis membuat sistematika pembahasan yang terdiri dari lima bab dan terbagi sub bab didalamnya.

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi tentang (a) latar belakang; (b) rumusan masalah; (c) tujuan penelitian; (d) manfaat penelitian; (e) definisi konsep dan (f) sistematika pembahasan.

BAB II : KAJIAN TEORITIK

Pada bab ini berisikan tentang kajian teoritis substansial yang terdiri dari desain komunikasi visual, dakwah dan pesan dakwah.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini terdapat enam bagian, yaitu (a) pendekatan dan jenis penelitian (kualitatif deskriptif dengan semiotik); (b) unit analisis (mengambil enam unit karya visual yang diunggah di akun instagram @sketsadakwah); (c) jenis dan sumber data; (d) tahap-tahap penelitian; (e) teknik pengumpulan data; dan (f) teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi tentang (a) gambaran umum mengenai profil @sketsadakwah; (b) penyajian data, penjabaran enam karya visual pada akun yang akan diteliti; (c) pembahasan hasil penelitian (analisis data).

BAB V : PENUTUP

Pada bagian penutup ini berisi tentang simpulan, rekomendasi keterbatasan penelitian.

BAB II KAJIAN TEORETIK

A. Kajian tentang Desain Komunikasi Visual

1. Pengertian Desain Komunikasi Visual

Sebelum ilmu desain komunikasi visual muncul, manusia telah menggunakan bahasa visual (gambar) dalam penyampaian informasi. Demikian pula nenek moyang kita, dalam menyampaikan pesan komunikasi dilakukan melalui relief-relief candi. Pada tahun 1440, Johannes Gutenberg seorang ilmuwan Jerman telah menciptakan media cetak yang kemudian teknologi cetak-mencetak itu dikembangkan dan disebarakan ke Eropa sebagai proses penyampaian informasi.¹³

Menurut Danton Sihombing, bahwa desain grafis menggunakan berbagai alat bantu seperti marka, symbol dan uraian verbal yang dapat ditampilkan melalui tipografi dan gambar. Visualisasi tersebut ditampilkan baik dengan dengan teknik fotografi atau ilustrasi. Dan juga beberapa dari perangkat tersebut diimplementasikan dalam dua fungsi, sebagai perangkat visual dan perangkat komunikasi.¹⁴

Istilah desain sendiri secara etimologis berasal dari beberapa peminjaman dalam bahasa yang diambil dari bahasa Itali yaitu “*Designo*” yang

¹³ Rakhmat Supriyono, *Desain Komunikasi Visual : Teori dan Aplikasi*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2019), 2.

¹⁴ Pakar Komunikasi, *Desain Komunikasi Visual: Pengertian, Ruang Lingkup dan Jenisnya*, diakses pada tanggal 04 Februari 2021 dari <https://pakarkomunikasi.com/komunikasi-visual>

secara gramatikal berarti gambar. Kata desain dapat digunakan dalam berbagai kalimat, baik digunakan sebagai kata benda atau kata kerja. Desain adalah rencana strategis dengan keterampilan dan kinerja melalui ide-ide untuk menghasilkan suatu karya. Menurut Adi Kusrianto, desain didasarkan pada perancangan estetika, cita rasa dan kreativitas. Meskipun pernyataan visual ditujukan untuk indera penglihatan, namun melalui perspektif media kita dapat mengembangkan imajinasi dan kreativitas dengan kemungkinan yang berbeda.¹⁵

Sedangkan komunikasi visual merupakan rangkaian proses untuk menyampaikan informasi kepada orang lain. Komunikasi ini menggunakan media yang hanya dapat dibaca secara visual atau dengan mata. Istilah visual sendiri berasal dari bahasa Latin yaitu, “*Videre*” yang berarti melihat. Menurut Waluyanto ditinjau dari segi aspek modalitas, komunikasi visual ialah komunikasi yang menggunakan unsur dasar bahasa visual sebagai tenaga utama dalam penyampaian komunikasi.

Berdasarkan pengertian diatas, desain komunikasi visual adalah tahap perancangan yang menggunakan keterampilan dan kreativitas untuk menyampaikan pesan kepada audiens melalui visualisasi. Unsur-unsur visualisasi meliputi ilustrasi, warna, tipografi dan garis. Pesan dirancang dengan memiliki daya tarik dalam unsur-unsur visual sebagai simbol atau tanda yang memiliki makna.

¹⁵ Maria Fitriah, *Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 23.

Dapat juga dikatakan bahwa desain komunikasi visual merupakan ilmu yang mempunyai dua mata pisau, disisi lain desain komunikasi visual juga dapat menyelesaikan masalah. Oleh karena itu, menjadi seorang desainer adalah pekerjaan yang menempatkan tanggung jawab besar pada kelangsungan umat manusia. Jika sebuah desain yang dirancang memiliki miskomunikasi dan hal tersebut diulang berkali-kali, maka seiring berjalannya waktu akan terbentuk konstruksi sosial dan menjadi dosa sosial bagi desainer.¹⁶

Sehingga untuk menjadi desainer, seseorang harus mengenal dengan baik mengenai dunia desain. Tidak cukup hanya dibekali dengan keterampilan mengoperasikan perangkat lunak (*software*) yang dimiliki. Namun, sebagai desainer mengetahui sejarah, pemikiran, konsep dan proses desain. Kita perlu mempunyai kemampuan mengekspresikan ide dan minat pada dunia desain dan memahami bagaimana karakter masing-masing elemen yang akan digunakan untuk membuat sebuah karya desain komunikasi visual.

Bidang desain komunikasi visual lebih menekankan pada komunikasi yang efektif (pemahaman) dari penikmatnya. Ada tiga konsep mendasar yang harus dicapai dalam desain komunikasi visual: (1) konsep komunikasi; (2) melalui ekspresi kreatif dan; (3) melalui berbagai media. Oleh karena itu, bidang desain komunikasi

¹⁶ Damara Alif Pradipta, "Miskomunikasi Visual dalam Poster Instastory Instagram Acara Gelar Cipta Tata Rias 2019: Indonesian Floklore", *Art and Design Journal*, Vol. 3, No. 1, Juni 2020, 22.

visual hendaknya tidak subyektif (mengutamakan ekspresi) untuk mencapai konsep komunikasi. Secara konseptual, desain komunikasi visual merupakan proses komunikasi yang diwujudkan melalui ekspresi kreatif dengan berbagai bentuk media visual.¹⁷

2. Unsur-unsur Desain Komunikasi Visual

Ada beberapa elemen desain yang perlu kita ketahui sebelum mendesain. Seperti halnya ingin menjadi juru masak, maka kita perlu mengetahui bahan dan bumbunya kemudian mengetahui bagaimana cara meracik dan mengolahnya menjadi makanan enak yang bisa dinikmati banyak orang. Belajar desain komunikasi visual harus terlebih dahulu mengetahui materi-materi dasar dan tahu cara menyusunnya agar dapat menghasilkan komposisi desain yang harmonis, menarik, komunikatif dan menyenangkan bagi pembacanya.

Unsur-unsur desain komunikasi visual sebenarnya sudah tidak asing lagi bagi kita, setiap hari kita hampir menjumpai dan sudah banyak dijelaskan dalam buku-buku seni rupa, yaitu:

a. Tipografi

Ketika bahasa tertulis belum ada dalam peradaban manusia, perekaman komunikasi verbal diandalkan melalui bahasa gambar dan *story telling* yang sangat bertumpu pada mitos-mitos daya ingat seseorang. Berabad-abad

¹⁷ Ni Nyoman Sriwitari dan I Gusti Nyoman Widnyana, *Desain Komunikasi Visual*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), 9.

kemudian, teknologi yang bergerak cepat memberikan terobosan dalam dunia tipografi, terutama dengan perubahan revolusioner dari perangkat *desktop publishing*.

Pengaruh teknologi digital pada dasarnya tidak mengubah fungsi huruf sebagai alat komunikasi visual. Namun, teknologi komputer menawarkan spektrum yang beragam dalam penyampaian pesan melalui huruf. Seperti contoh, mulai dari desain publikasi, multimedia, hingga video musik yang tidak hanya menyampaikan pesan atau ide tertentu, tetapi mencitrakan suatu gaya yang memiliki korelasi dengan audiens tertentu. Dimana seorang desainer memiliki kebebasan untuk membuat visualisasi pesan dengan huruf, tidak hanya untuk dibaca, tetapi juga untuk mengekspresikan suasana atau rasa.

Tipografi adalah bidang ilmu yang mempelajari spesifikasi dan karakteristik huruf, bagaimana memilih dan mengatur huruf untuk tujuan tertentu. Menurut fungsinya, huruf dibedakan menjadi dua jenis yaitu huruf teks (*text type*) dan huruf judul (*display type*).¹⁸

Rangkaian huruf dalam sebuah kata atau frase tidak hanya dapat menyampaikan makna yang berarti sesuai gagasan, tetapi juga memiliki kemampuan untuk mengungkapkan citra atau gagasan secara visual. Hal ini dikarenakan di dalam sebuah huruf memiliki nilai fungsional

¹⁸ Rakhmat Supriyono, *Desain Komunikasi Visual: Teori dan Aplikasi*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2019), 23.

dan estetika. Maka, pemilihan huruf disesuaikan dengan perasaan yang diinginkan.¹⁹

Dalam tipografi, jenis dan bentuk huruf dapat diklasifikasikan menjadi beberapa kelompok, antara lain adalah :²⁰

Tabel 2.1 Jenis dan Bentuk Huruf

Jenis huruf	Keterangan	Bentuk Huruf
Huruf Tak Berkait (<i>Sans Serif</i>)	Huruf <i>Sans Serif</i> merupakan huruf yang tidak memiliki kait atau sirip pada ujung, bertangkai tebal, sederhana dan mudah dibaca serta karakter huruf kurang formal.	Aa Bb Cc
Huruf Berkait (<i>Serif</i>)	<i>Serif</i> adalah huruf yang memiliki kait atau kaki diujungnya. Huruf serif memiliki	Aa Bb Cc

¹⁹ Adi Kusrianto, *Pengantar Desain Komunikasi Visual*, (Yogyakarta: Andi, 2009), 191.

²⁰ Maria Fitriah, *Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Komunikasi Visual*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 33.

	ketebalan yang kontras, sifat huruf yang formal, berkesan sangat anggun dan konservatif.	
Huruf Tulis atau Latin (<i>Script</i>)	Jenis ini berasal dari bentuk huruf tulisan tangan (<i>hand-writing</i>). Huruf <i>script</i> memiliki kontras yang tebal dan memberikan kesan elegan dan sentuhan pribadi.	Aa Bb Cc
Huruf Dekoratif (<i>Graphic</i>)	Huruf dekoratif tidak termasuk ke dalam huruf teks, sehingga tidak cocok digunakan untuk teks panjang. Bentuk desain hurufnya sangat rumit dan sifatnya terbatas dalam penggunaannya.	Aa Bb Cc

b. Ilustrasi

Ilustrasi adalah bidang seni yang berspesialisasi dalam menggunakan gambar yang tidak dihasilkan oleh kamera atau fotografi untuk divisualisasikan. Secara luas, ilustrasi tidak terbatas pada gambar foto. Melainkan ilustrasi dapat berupa garis, bidang dan bahkan susunan huruf biasa dapat disebut ilustrasi. Sedangkan secara umum, ilustrasi merupakan gambar atau foto yang memiliki tujuan menjelaskan teks dan membangkitkan daya tarik.²¹

Ilustrasi menjadi elemen yang sangat kreatif dan fleksibel, dalam arti dapat menjelaskan beberapa subjek yang tidak dapat dilakukan oleh fotografi. Ilustrasi juga dapat berbentuk bermacam-macam, seperti karya seni sketsa, lukis, grafis, karikatur dan lain-lain. Penggunaan ilustrasi akan meningkatkan nilai estetika dan memberikan gambaran pesan yang jelas. Sehingga gambar atau foto ilustrasi pada dasarnya mempunyai karakter yang mengutamakan fungsi gambar atau foto sebagai bahasa yang menjelaskan dan menerangkan suatu objek atau keadaan.²²

Seorang ilustrator sering mengalami kesulitan untuk mencoba menyampaikan pesan

²¹ Rakhmat Supriyono, *Desain Komunikasi Visual : Teori dan Aplikasi*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2019), 51.

²² Binus University, *Fotografi sebagai Ilustrasi*, diakses pada tanggal 21 November 2020 dari <https://dkv.binus.ac.id/2015/10/12/fotografi-sebagai-ilustrasi/>

melalui ilustrasi, tetapi jika berhasil maka dampak yang ditimbulkan sangat besar. Oleh karena itu, ilustrasi harus membangkitkan respon atau emosi yang diharapkan dari pengamat yang dituju. Ilustrasi biasanya lebih bersifat emosional dan dapat bercerita banyak dibandingkan dengan fotografi. Hal ini karena sifat ilustrasi lebih hidup daripada fotografi hanya berusaha menangkap momen sesaat saja.²³

c. Warna

Warna adalah elemen terpenting dalam suatu objek. Karena warna dapat mencerminkan citra dan kepribadian yang ingin disampaikan. Dalam setiap warna mempunyai sifat dan karakter yang berbeda pula.²⁴ Warna merupakan elemen yang dapat menangkap perhatian, meningkatkan *mood* dan menggambarkan citra perusahaan dan lain-lain.

Di setiap Negara arti warna memiliki makna yang berbeda-beda. Berikut ini karakter atau makna warna secara universal:²⁵

²³ Marsha Anindita dan Menul Teguh Riyanti, “Tren *Flat Design* dalam Desain Komunikasi Visual”, *Jurnal Dimensi DKV*, Vol. 1, No. 1 April 2016, 4.

²⁴ Lia Anggraini S dan Kirana Nathalia, *Desain Komunikasi Visual: Dasar-Dasar Panduan Untuk Pemula*, (Bandung: Nuansa Cendikia, 2014), 27.

²⁵ Hendri Hendratman, *Computer Graphyc Desain Edisi Revisi Ke-3*, (Bandung: Informatika Bandung, 2017), 161.

Tabel 2.2 Karakter Warna

Warna	Karakter
Merah	Warna yang memiliki karakter emosional kuat dan cenderung ekstrem, agresif, berani, semangat, optimis, kekuatan dan bergairah.
Merah Muda	Salah satu warna yang paling banyak disukai oleh perempuan yang memiliki arti lembut, menenangkan, cinta dan kasih sayang, feminim.
Biru	Tidak lepas dari elemen warna langit, air dan udara, berasosiasi dengan alam, harmonis, setia, memberi ketenangan dan kepercayaan.
Kuning	Meningkatkan konsentrasi, warna persahabatan, optimisme, gembira, santai, toleran.
Hijau	Warna yang melambangkan alam, kehidupan, sehat, natural, subur, keberuntungan.
Orange	Melambangkan keceriaan, sosialisasi, kehangatan, semangat, seimbang, segar dan energi.
Ungu	Memiliki karakter spiritual, <i>magis</i> , misterius, menarik perhatian,

	kekayaan dan kebangsawanan.
Coklat	Warna netral, natural, hangat, menghadirkan kenyamanan, membumi, solidaritas, anggun, sejahtera dan elegan.
Abu-Abu	Memiliki arti kesederhanaan, intelek, tidak berpihak, kedewasaan, <i>futuristic</i> , netral.
Putih	Suci, bersih dan tidak bersalah
Hitam	Warna yang melambangkan kekuatan, penuh percaya diri, melindungi, dramatis, misterius, kemakmuran, sederhana.

Warna juga mempunyai istilah lain yang disebut dengan *hue*. Warna diklasifikasikan menjadi beberapa kelompok, yaitu warna primer, sekunder dan tersier. Warna primer adalah warna dasar dari semua warna yang ada.²⁶ Contohnya adalah warna merah, biru dan kuning. Sementara, warna sekunder adalah warna yang diperoleh dengan mencampurkan dua warna primer dengan perbandingan yang sama. Misalnya, orange berasal dari warna kuning dan merah, hijau campuran dari warna biru dan kuning serta ungu campuran dari warna

²⁶ Wahana Komputer, Seri Buku Pintar, *Menjadi Seorang Desainer Grafis*, (Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2007), 249.

merah dan biru.²⁷ Dan warna tersier adalah perpaduan dari salah satu warna primer dengan warna sekunder.

3. Prinsip-Prinsip Desain Komunikasi Visual

Dalam desain komunikasi visual, prinsip desain dikenal dan digunakan sebagai pedoman dan konsep desain. Prinsip-prinsip tersebut antara lain:

a. Keseimbangan (*balance*)

Keseimbangan merupakan pembagian berat yang merata, baik secara visual maupun optik. komposisi desain bisa dikatakan seimbang apabila item di kiri dan kanan tampak memiliki berat yang sama. Dalam desain harus mempunyai keseimbangan agar kelihatan nyaman jika dipandang dan tidak membuat gelisan atau khawatir.²⁸

Terdapat dua jenis pendekatan untuk menciptakan keseimbangan, yaitu keseimbangan formal (*formal balance*) dan keseimbangan asimetris (*informal balance*). Disebut dengan keseimbangan formal jika itu dicapai dengan membagi sama berat antara kanan-kiri atau atas-bawah secara simetris sama rata. Sebaliknya, dikatakan keseimbangan asimetris jika dilakukan dengan membagi tidak sama rata

²⁷ Monica dan Laura Christina Luzar, “Efek Warna Dalam Dunia Desain dan Periklanan”, *Jurnal Humaniora* Vol. 2, No. 2 Oktober 2011, 1086.

²⁸ Lia Anggraini S dan Kirana Nathalia, *Desain Komunikasi Visual: Dasar-Dasar Panduan Untuk Pemula*, (Bandung: Nuansa Cendikia, 2014), 41.

antara kanan-kiri atau atas-bawah namun terasa seimbang.²⁹

b. Tekanan (*emphasis*)

Prinsip desain komunikasi visual yang kedua adalah tekanan. Tekanan merupakan salah satu elemen yang ditonjolkan dalam desain dengan tujuan untuk menarik perhatian. Selain untuk menarik perhatian, penekanan juga memiliki tujuan untuk menghalau kebosanan dan memecah keberaturan.

c. Irama (*rhythm*)

Irama adalah penyusunan elemen-elemen visual yang dilakukan secara berulang-ulang dalam satu *layout*. Irama visual dalam desain terdiri dari dua jenis, yaitu repetisi dan variasi. Repetisi yaitu penyusunan elemen dalam sebuah desain visual yang dilakukan secara berulang-ulang (konsisten). Sedangkan, variasi adalah pengulangan visual dengan perubahan bentuk, ukuran dan posisi.

d. Kesatuan (*unity*)

Kesatuan merupakan salah satu prinsip dasar yang sangat penting dalam elemen visual. Tidak adanya kesatuan dalam karya desain, akan membuat desain menjadi berantakan dan kacau balau. Prinsip kesatuan ini sesungguhnya merupakan prinsip hubungan. Jika satu atau lebih memiliki hubungan (warna, tampilan,

²⁹ Rakhmat Supriyono, *Desain Komunikasi Visual : Teori dan Aplikasi*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2019), 87.

arah), maka kesatuan telah tercapai. Suatu desain dianggap menyatu jika tampilan keseluruhan terlihat harmonis, terdapat kesatuan antara tema, tipografi, ilustrasi atau foto.³⁰

B. Kajian tentang Dakwah

1. Pengertian dakwah

Secara bahasa, dakwah berasal dari bahasa Arab yakni *da'a*, *yad'u*, *da'watan* yang artinya mengajak, menyeru dan memanggil.³¹ Menurut Ismail Al-Faruqi, hakikat dakwah adalah kebebasan, universal dan rasional. Kebebasan ini menunjukkan bahwa dakwah bersifat komprehensif atau dapat diterapkan untuk semua orang dan berlaku sepanjang masa.³²

Secara terminologi, para ahli mempunyai tafsiran yang berbeda-beda tergantung sudut pandang mereka saat memberikan pengertian dakwah. Berikut ini pengertian dakwah secara istilah menurut beberapa para ahli, antara lain:³³

- a. M. Abu al-Fath al-Bayayuni, dakwah merupakan menyampaikan dan menerangkan ajaran Islam kepada manusia dan menerapkannya dalam kehidupan manusia.
- b. Taufik Al-Wa'I, dakwah merupakan kegiatan mengajak kepada keesaan Allah, mengucapkan

³⁰ Lia Anggraini S dan Kirana Nathalia, *Desain Komunikasi Visual: Dasar-Dasar Panduan Untuk Pemula*, (Bandung: Nuansa Cendikia, 2014), 46.

³¹ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Amzah, 2013), 1.

³² Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), 14.

³³ Abdul Basit, *Filsafat Dakwah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), 44.

dua kalimat syahadat dan mengikuti manhaj Allah di muka bumi baik dalam perkataan maupun perbuatan, sebagaimana tertuang dalam Al-Qur'an dan as-Sunnah agar dapat menerima agama yang diridloi oleh-Nya dan manusia mendapatkan kebahagiaan di dunia dan akhirat.

- c. Syaikh Ali Mahfudz, dakwah adalah kegiatan mendorong (memotivasi) manusia untuk berbuat baik dan mengikuti petunjuk perbuatan *amar ma'ruf nahi munkar* agar mendapatkan kebahagiaan di dunia dan akhirat.

Berdasarkan uraian diatas, penulis dapat menyimpulkan bahwa dakwah adalah suatu tindakan menyampaikan dan mengajak seseorang untuk berbuat kebaikan berdasarkan Al-Qur'an dan As-Sunnah agar tercegah dari perbuatan munkar. Tentunya dakwah yang dilakukan tidak dipaksakan atau melalui kekerasan, sebagaimana dijelaskan dalam Al-Qur'an untuk menggunakan kata-kata yang baik dan sebagai manusia tugas dakwah hanya sebatas ajakan saja bukan untuk memaksakan agar dapat diterima dihati mad'u. Sebagaimana dijelaskan dalam Al-Qur'an surat An-Nahl ayat 125:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِلَّتِي
أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ
بِالْمُهْتَدِينَ

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih

mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk. (QS. An-Nahl: 125)³⁴

2. Unsur-unsur dakwah

Unsur-unsur dakwah adalah komponen yang selalu hadir dalam aktivitas dakwah. Unsur-unsur dakwah tersebut, antara lain:

a. *Da'i* (Subjek dakwah)

Subjek dakwah dapat disebut dengan *da'i* atau pendakwah. *Da'i* adalah orang yang melakukan dakwah atau orang yang mengajarkan ajaran Islam. Dalam ilmu komunikasi, *da'i* ini disebut komunikator, yaitu orang yang menyampaikan pesan komunikasi kepada orang lain.

Dalam kegiatannya, subjek dakwah dapat bersifat individu ataupun kolektif. Hal ini tergantung besar kecilnya skala dakwah dan isu dakwah yang akan digarap. Semakin luas dan kompleks masalah dakwah yang mereka hadapi, tentunya besar pula pelaksanaan dakwah dan mempertimbangkan keterbatasan subjek dakwah baik dalam bidang keilmuan, pengalaman, tenaga dan biaya, maka subjek dakwah yang terorganisasi akan lebih efektif daripada secara individu untuk mencapai tujuan dakwah. Subjek dakwah yang terorganisasi dibedakan menjadi

³⁴ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta: Penerbit WALI, 2013), 142.

tiga komponen yaitu (1) *da'i*; (2) perencana dan; (3) pengelola dakwah.³⁵

b. Objek dakwah (Mitra Dakwah)

Objek dakwah atau *mad'u* adalah sekelompok orang yang dijadikan sasaran dalam suatu kegiatan dakwah. Dari pengertian tersebut, semua manusia baik laki-laki maupun perempuan, kaya atau miskin, tua atau muda, muslim maupun nonmuslim dan sebagainya, semua adalah objek dakwah Islam, semua memiliki hak untuk menerima ajakan dan seruan ke jalan Allah.³⁶

Da'i yang kurang memiliki pengetahuan cukup tentang masyarakat yang akan menjadi mitra dakwahnya adalah calon *da'i* potensial yang akan mengalami kegagalan. Oleh karena itu, pengetahuan tentang apa dan bagaimana *mad'u* jika ditinjau dari perspektif psikologis, pendidikan, sosial, ekonomi dan agama sangat penting dalam dakwah.

c. Materi dakwah

Materi dakwah adalah isi pesan-pesan yang disampaikan oleh *da'i* kepada *mad'u*, yaitu ajaran Islam seperti yang disebutkan dalam Al-Qur'an dan As-Sunnah. Pada prinsipnya, materi dakwah Islam yang disampaikan itu tergantung

³⁵ Syamsudin AB, *Pengantar Sosiologi Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2016), 13.

³⁶ An-Nabiry, Fathul Bahri, *Meniti Jalan Dakwah: Bekal Perjuangan Para Da'I*, (Jakarta: Amzah, 2008), 230.

pada tujuan dakwah yang hendak dicapai. Terdapat tiga dimensi yang berhubungan dengan istilah pesan dakwah.³⁷ *Pertama*, pesan dakwah menggambarkan serangkaian kata atau imajinasi tentang dakwah yang diungkapkan dalam bentuk kata. *Kedua*, pesan dakwah dikaitkan dengan makna yang dipersepsi (dirasakan) atau diterima oleh seseorang. *Ketiga*, penerimaan pesan dakwah yang dilakukan oleh mitra dakwah atau objek dakwah.

Materi dakwah yang disampaikan juga harus memperhatikan situasi dan kondisi *mad'u* sebagai penerima materi dakwah. Dengan demikian, pesan yang berisi materi dakwah dapat diterima oleh *mad'u*. Pada akhirnya materi yang disampaikan dapat diamalkan dan diterapkan oleh *mad'u* dalam kehidupan sehari-hari.

d. Metode dakwah

Metode dakwah adalah cara, upaya atau langkah menyampaikan pesan kepada mitra dakwah untuk mencapai tujuan dakwah. Allah memberikan keadilan dan kebijaksanaan kepada umat manusia dalam proses berdakwah. Menurut Toto Tasmoro, metode dakwah merupakan cara-cara yang digunakan oleh *da'i* kepada *mad'u* untuk mencapai tujuan dakwah atas dasar hikmah dan kasih sayang.³⁸ Dengan demikian, pendekatan dakwah harus didasarkan

³⁷ Abdul Basit, *Filsafat Dakwah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), 140.

³⁸ Toto Tasmoro, *Komunikasi Dakwah*, (Jakarta: Gaya Media Pertama, 1997), cet. 1, 43.

pada pandangan *human oriented* dengan menempatkan penghargaan yang mulia atas diri manusia.³⁹

e. Media dakwah

Media dakwah adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan dakwah kepada *mad'u*, baik dari segi barang material, tempat, orang dan lain sebagainya.⁴⁰ Media dakwah jika dilihat dari segi bentuk penyampaiannya, dapat diklasifikasikan menjadi lima kelompok besar yaitu:⁴¹

- 1) Lisan, yaitu sarana dakwah yang menggunakan lidah dan suara. Yang termasuk dalam golongannya adalah khutbah, pidato, ceramah, diskusi, kuliah, seminar, musyawarah dan lain sebagainya.
- 2) Tulisan, sarana dakwah yang dilakukan dengan menulis. Contohnya: buku, majalah, bulletin, surat kabar, risalah, pamphlet dan sebagainya.
- 3) Lukisan, merupakan media dakwah dalam bentuk gambar-gambar hasil seni lukis, foto, cerita, film dan lainnya. Bentuk lukisan ini dapat menarik perhatian banyak orang dan banyak digunakan untuk menggambarkan suatu maksud.

³⁹ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011), 243.

⁴⁰ Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlash, 1983), 176.

⁴¹ Hamzah Ya'qub, *Publistik Islam "Teknik Dakwah dan Leadership"*, (Bandung: CV. Diponegoro, 1992), 47-48.

- 4) Audio visual, sarana dakwah yang dapat merangsang indera pendengara, penglihatan atau kedua-duanya, seperti film, televisi, internet dan lain-lain.
- 5) Akhlak, adalah media dakwah melalui tindakan nyata yang mencerminkan ajaran Islam yang dapat dilihat dan didengar oleh mad'u secara langsung. Misalnya menjenguk orang sakit, bersilaturahmi ke rumah kerabat dekat dan lain sebagainya.

C. Pesan Dakwah

Pesan dakwah adalah suatu pikiran, keterangan atau pernyataan sikap yang mengandung unsur kebaikan yang mengikuti kaidah agama, yang mengandung tiga unsur pokok agama, yaitu aqidah (masalah keimanan), syariat (masalah keislaman), akhlak (masalah budi pekerti).⁴²

Menurut H.A.W. Widjaja, pesan dakwah merupakan gagasan, ide maupun semua yang disampaikan oleh da'I secara langsung atau melalui sarana media. Dan penyampaian pesan yang mengarah kepada kebaikan dan menjauhi kemungkaran oleh seorang da'I kepada mad'u.⁴³ Pada prinsipnya, segala bentuk pesan apapun dapat dijadikan sebuah pesan dakwah selama tidak bertentangan dengan sumber pokoknya. Adapun sumber pesan dakwah, antara lain:

⁴² Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlash, 1983), 60.

⁴³ H.A.W. Widjaja, *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1988), 32.

a. Ayat-Ayat Al-Qur'an

Al-Qur'an adalah wahyu penyempurna. Seluruh wahyu yang diturunkan oleh Allah kepada Nabi-Nabi terdahulu termaktub dan teringkas dalam isi Al-Qur'an. Untuk mengetahui kandungan Al-Qur'an, kita dapat menelaah isi surat Al-Fatihah yang oleh para ulama disebut sebagai ringkasan Al-Qur'an. Terdapat tiga hal pokok yang menjadi pusat pesan dakwah dalam surat Al-Fatihah yaitu, aqidah (ayat 1-4), ibadah (ayat 5-6) dan muamalah (ayat 7). Ketiga hal tersebut yang menjadi pokok ajaran Islam.

b. Hadist Nabi SAW

Segala hal yang bertentangan dengan Nabi SAW baik meliputi ucapan, tingkah laku, sifat dan bahkan ciri fisiknya dinamakan hadits. Pendakwah dapat mengutip hasil penelitian dan penilaian ulama hadits sebagai pembuktian kualitas kesahihan hadits, sehingga tidak perlu menelitinya sendiri.

c. Pendapat Para Sahabat Nabi

Sahabat Nabi adalah orang yang sempat bertemu dan beriman kepadanya, serta orang-orang yang tinggal bersama Nabi SAW. Karena kedekatannya dengan Nabi, pendapat para sahabat mempunyai nilai tinggi.

d. Pendapat Para Ulama

Dalam pembahasan ini, ulama yang dimaksud ialah orang-orang yang beriman, memahami secara mendalam dan mengamalkan ilmu keislaman. Dengan penjelasan tersebut, kita dapat mengatasi pendapat ulama yang buruk (*'ulama' al-su'*) yaitu

ulama yang tidak sepenuhnya berpedoman pada Al-Qur'an dan Hadits, serta tidak ada keterpaduan antara ucapan dengan tindakannya. Pendapat ulama dapat dibedakan menjadi dua macam, yaitu pendapat yang sudah disepakati (*al-muttafaq'alaih*) dan pendapat yang masih diperselisihkan (*al-mukhtalaf fih*).

e. Karya Sastra

Dalam penyampaian pesan dakwah, da'I juga dapat menggunakan karya sastra sebagai penunjang dakwahnya. Karya tersebut dapat berbentuk syair, nasyid atau lagu, puisi, pantun serta lainnya. Karya sastra yang dapat dijadikan pesan dakwah harus didasarkan pada kaidah-kaidah etika tertentu seperti, isi karya sastra yang mengandung hikmah yang mendorong kepada kebaikan atau mengajak kepada Islam disusun menggunakan kalimat yang indah. Apabila karya tersebut berbentuk syair, harus memiliki penghayatan dalam penyampaiannya agar nilai etikanya dapat dirasakan jika dipadukan dengan menggunakan alat musik yang moderat.⁴⁴

f. Karya Seni

Karya seni juga memuat nilai keindahan yang tinggi. Pesan dakwah dengan karya seni dapat diartikan oleh siapa saja dan bersifat subjektif. Jika karya sastra menggunakan komunikasi verbal (diucapkan), karya seni banyak mengutarakan komunikasi non verbal (diperlihatkan). Bagi mitra dakwah yang mencintai karya seni, pesan dakwah

⁴⁴ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana Perdana Media Group, 2017), 330.

dengan cara seperti ini dapat lebih membuatnya berpikir tentang Allah dan makhluknya dibandingkan ketika mendengar ceramah agama.

Berdasarkan temanya, pesan dakwah tidak berbeda dengan pokok-pokok ajaran agama Islam. Pesan dakwah dapat diklasifikasikan menjadi tiga pokok, antara lain aspek aqidah (iman), aspek akhlak (ihsan) dan aspek syariah (Islam).

a. Aqidah

Aqidah berasal dari kata *'aqada* yang berarti menguatkan, mengikat, menyimpulkan. Secara istilah, aqidah diartikan sebagai bentuk keyakinan keagamaan yang dianut oleh seseorang dan sebagai landasan dalam bersikap, beraktivitas serta sebagai pedoman hidup. Aqidah merupakan ajaran agama Islam yang mengandung keyakinan, kepercayaan dan keimanan secara mendalam kepada Allah swt. Oleh karena itu, materi aqidah menjadi pesan dakwah yang utama yang memiliki ciri-ciri yang membedakan dengan keyakinan agama lainnya, yaitu:⁴⁵

- 1) Masalah aqidah (keimanan), keterbukaan melalui persaksian (syahadat). Seorang muslim hendaknya memiliki identitas yang jelas dan mengakui identitas keagamaannya.
- 2) Cakrawala pandangan yang luas dengan memperkenalkan Allah dengan Tuhan seluruh alam.

⁴⁵ M. Munir, Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2006), 24.

3) Ketahanan antara iman dan Islam atau antara iman dan amal perbuatan.

Ajaran aqidah meliputi iman kepada Allah, iman kepada malaikat-malaikat Allah, iman kepada kitab Allah, iman kepada Rasul-Rasul Allah, iman kepada hari akhir dan iman kepada *qadha* dan *qadar*.

b. Akhlak

Secara bahasa, kata Akhlak berasal dari bahasa Arab *jamak* dari *Khuluqun* yang artinya budi pekerti, tingkah laku atau *tabiat*. Kata *Khuluqun* memiliki hubungan erat dengan *khaliq* yang berarti pencipta dan makhluk berarti yang diciptakan. Akhlak adalah sifat yang terpendam dalam diri yang menimbulkan sebuah tindakan dengan mudah tanpa memerlukan pemikiran dan pertimbangan yang panjang. Apabila sifat itu menimbulkan perbuatan yang baik menurut akal dan syariat, maka disebut akhlak yang baik. Apabila sebaliknya, maka disebut akhlak yang buruk.⁴⁶ Oleh sebab itu, akhlak berkaitan dengan akidah dan syariah.

Akhlak dapat dibedakan menjadi tiga macam, yaitu akhlak kepada Allah SWT, akhlak kepada sesama manusia, dan akhlak kepada lingkungan. Akhlak kepada Allah SWT, meliputi beriman, taat, ikhlas, khusyuk, huznudzan, tawakal, syukur, sabar, bertasbih, istighfar, takbir dan do'a. Sedangkan akhlak kepada sesama manusia yaitu saling menghormati, bermusyawarah, menepati janji, saling

⁴⁶ Yunahar Ilyas, *Kuliah Akhlak*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset 2006), 2.

tolong menolong dan bersikap lemah lembut.⁴⁷ Akhlak terhadap lingkungan, meliputi tentang kesadaran untuk melestarikan dan memelihara lingkungan, menjaga dan memanfaatkan tumbuhan maupun hewan dengan baik, serta sayang terhadap sesama makhluk.⁴⁸

c. Syariah

Menurut etimologi, syariah adalah hukum-hukum Allah yang diperintahkan kepada hamba-Nya, baik itu hukum dari Al-Qur'an maupun hukum dari Sunnah Nabi, yaitu dari perkataan, perbuatan dan penetapan sesuatu. Pesan dakwah yang menyajikan unsur syariat harus dapat menggambarkan atau memberikan informasi yang jelas di bidang hukum yang bersifat wajib, mubah (diperbolehkan), sunnah (diperbolehkan), makruh (dianjurkan supaya tidak dilakukan) dan haram (dilarang).⁴⁹

Secara garis besar, syariah meliputi dua aspek, yaitu ibadah dan muamalah. Aspek ibadah, meliputi *thaharah, sholat, zakat, puasa dan haji*. Sedangkan aspek muamalah, meliputi *Al-Qununul Khas, muamalah, munakahah, waratsah, Al-Qununul'am, Khahfah dan jihad*.

⁴⁷ Syarifah Habibah, "Akhlak dan Etika dalam Islam", *Jurnal Pesona Dasar*, Vol. 1, No. 4, Oktober 2015, 74-86.

⁴⁸ Abudin Nata, *Akhlak Tasawuf*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1997), 152.

⁴⁹ M. Munir, Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2006), 27.

D. Penelitian Terdahulu yang Relevan

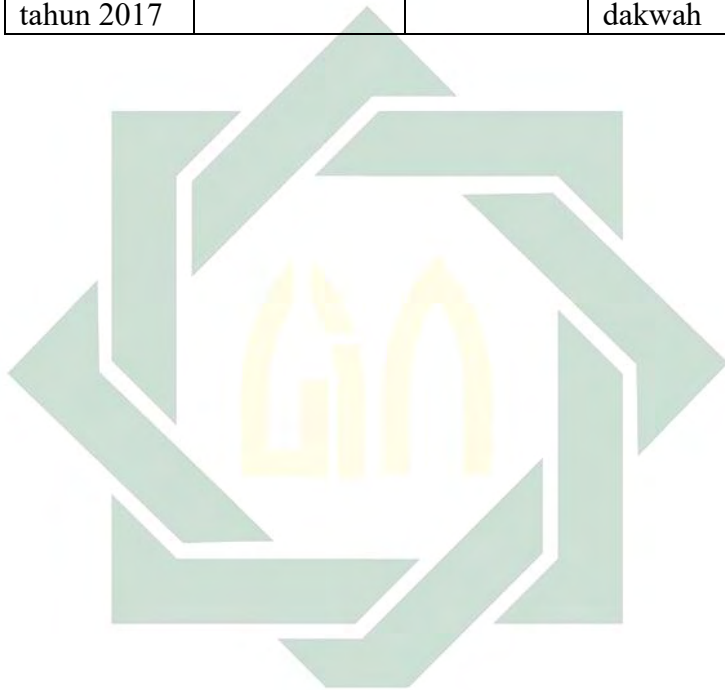
Peneliti menggunakan beberapa penelitian terkait sebagai pembandingan untuk menghindari persamaan, penulis mencantumkan beberapa penelitian terkait sebagai berikut:

Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu

Nama Penulis	Judul	Persamaan	Perbedaan
Mohammad Zamroni, mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Ampel Surabaya tahun 2018	<i>“Desain Komunikasi Visual Journalism Online (Analisis Kualitatif Deskriptif Karakter Desain Komunikasi Visual WEBSITE suaramuslim.net)”</i>	Sama-sama mengkaji desain komunikasi visual	objek yang diteliti yaitu menggunakan media website suaramuslim.net dan jenis penelitian yang digunakan yaitu menggunakan analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif kancang kemudian dianalisis dengan menggunakan analisis Milles dan

			Hubberman
Ahmad Mujahid Syayaf, mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, tahun 2018	<i>“Konsep Flat Desain Pada Karya Visual Akun Instagram @rumayshoc om”</i>	Sama-sama mengkaji desain komunikasi visual dan sama-sama menggunakan media instagram	fokus penelitian yaitu meneliti tentang konsep <i>flat desain</i> dan model analisis yang digunakan yaitu menggunakan analisis kualitatif semiotika Charles Sanders Pierce
Nadia Khennis Rozana, mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Ampel Surabaya, tahun 2019	<i>“Makna Karakter Desain Komunikasi Visual Website NU Online sebagai Media Dakwah”</i>	Sama-sama mengkaji desain komunikasi visual	Objek yang diteliti yaitu website NU Online dan jenis penelitian yang digunakan adalah analisis semiotika Ferdinand De Saussure
Anwar Sidiq, mahasiswa	<i>“Pemanfaatan Instagram sebagai</i>	Sama-sama menggunakan media	Terletak pada fokus penelitian,

Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung, tahun 2017	<i>Media Dakwah (Study Akun @fuadbakh)''</i>	instagram	yaitu mengenai pemanfaatan instagram sebagai media dakwah
--	--	-----------	---



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif merupakan sebuah penelitian yang digunakan untuk menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari seseorang atau perilaku yang diamati.⁵⁰

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian analisis teks media dengan model analisis semiotika Roland Barthes. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui makna pesan dakwah pada desain komunikasi visual akun instagram @sketsadakwah dan makna denotasi, konotasi dan mitos dalam karya visual akun instagram @sketsadakwah melalui semiotika model Roland Barthes yang dianggap cocok dalam penelitian ini. Oleh karena itu, pendekatan analisis teks media dipilih sebagai metode dalam penelitian ini.

B. Unit Analisis

Unit analisis adalah bagian dari fokus penelitian yang akan dianalisis. Penelitian ini adalah tentang karya visual dakwah melalui akun sosial media instagram @sketsadakwah yang akan dikaji secara lebih luas dan mendalam. Unit analisis dilakukan agar keabsahan dan ketelitian pada peneliti tetap terjaga.

Unit analisis pada penelitian ini adalah mengambil beberapa sampel karya visual pada akun instagram @sketsadakwah yang mengandung pesan dakwah

⁵⁰ Mahi M. Hikmat, *“Metode Penelitian Dalam Perspektif Ilmu Komunikasi dan Sastra”*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), cet.1, 37.

berdasarkan temanya, yaitu pesan aqidah, akhlak dan syariah. Peneliti hanya fokus menganalisis kalimat yang terdapat pada karya visual dan unsur-unsur desain komunikasi visual seperti tipografi, ilustrasi dan warna. Beberapa aspek tersebut yang nantinya dianalisis dengan menggunakan analisis semiotika Roland Barthes dengan cara memberikan perhatian pada makna denotasi, konotasi dan mitos.

C. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu jenis data kualitatif merupakan data yang tidak berbentuk angka. Data kualitatif tersebut berupa data-data teori tentang desain komunikasi visual, ilmu dakwah, data tentang karya visual akun instagram @sketsadakwah.

Sedangkan sumber data pada penelitian ini terdapat dua macam sumber data, yaitu data primer dan data sekunder:

1. Data Primer

Data primer adalah sumber data yang diperoleh secara langsung dari sumber data asli sebagai objek penulisan. Dalam penelitian ini, sumber data diperoleh dengan cara menganalisis karya desain komunikasi visual yang terdapat pada akun instagram @sketsadakwah.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data pelengkap dan data penunjang dalam penelitian. Data tersebut dapat

berupa literature atau teori yang berkaitan dengan subjek dan objek penelitian tambahan.⁵¹

Data sekunder adalah sumber data yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui perantara (mencari data dari berbagai sumber seperti koran, majalah, internet dan sumber lainnya yang berkaitan dengan penelitian). Data sekunder dari penelitian ini berasal dari narasumber yakni *founder @sketsadakwah*.

D. Tahap-Tahap Penelitian

Untuk melakukan sebuah penelitian, maka diperlukan tahap-tahap penelitian agar penelitian menjadi sistematis dan terarah. Tahapan penelitian pada skripsi yang berjudul “Makna Pesan Dakwah pada Desain Komunikasi Visual Akun Instagram *@sketsadakwah*” adalah sebagai berikut:

1) Menentukan Tema

Sebelum melakukan penelitian, langkah pertama yang harus dilakukan peneliti adalah menentukan tema apa yang akan diteliti. Penentuan tema ini sangat penting, karena berhubungan dengan tindak lanjut penelitian. Dimulai dengan mencari, mengumpulkan kemudian memilih tema apa yang sesuai untuk penelitian yang mengandung unsur dakwah didalamnya.

Dalam penelitian ini, peneliti memutuskan untuk meneliti desain ilustrasi yang mengandung pesan dakwah pada akun instagram *@sketsadakwah*.

⁵¹ P. Joko Subagyo, *Metode Penelitian Dalam Teori Dan Praktek*, (Jakarta: Rineka, 2004), 87-88.

Tema tersebut kontinu pada jurusan penulis yaitu Komunikasi dan Penyiaran Islam.

2) Merumuskan Masalah

Setelah menentukan tema, dirasa tema dari penelitian masih terlalu umum maka langkah selanjutnya adalah merumuskan masalah. Sehingga untuk lebih fokus, penulis menyusun pertanyaan-pertanyaan yang menyambung dengan tema penelitian untuk menjadi topik utama penelitian.

3) Menentukan Metode Penelitian

Langkah selanjutnya adalah menentukan metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian. Ada dua jenis metode penelitian, yaitu metode kualitatif dan metode kuantitatif. Metode kualitatif yaitu metode penelitian yang menggunakan interpretasi atau deskripsi saat melakukan penelitian. Sedangkan metode kuantitatif, yaitu metode penelitian yang menggunakan angka atau statistik dalam penelitiannya. Dalam penelitian ini, penulis melakukan penelitian dengan menggunakan metode penelitian kualitatif berupa model analisis semiotik Roland Barthes.

4) Menganalisis Data

Setelah menentukan metode penelitian, langkah selanjutnya yaitu melakukan analisis data. Dalam melakukan analisis data terhadap karya visual @sketsadakwah, penulis menganalisisnya sesuai dengan metode dan model yang digunakan dalam penelitian. Berdasarkan apa yang telah penulis peroleh, maka penulis akan menganalisis data secara

berpola menggunakan teori Roland Barthes pada desain komunikasi visual. Dengan teori Roland Barthes yaitu untuk mengetahui makna denotasi, konotasi dan mitos yang terkandung dalam karya visual @sketsadakwah.

5) Menarik Kesimpulan

Pada tahap ini, penulis menyimpulkan dari hasil yang didapat dalam penelitian. Penulis tak lupa juga menambahkan saran yang membangun yang diperuntukkan pada penelitian selanjutnya. Sehingga penelitian ini dapat menuju ke arah yang lebih baik.

E. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam suatu kegiatan penelitian. Dilihat dari sumber datanya, pengumpulan data terdiri dari sumber primer dan sekunder. Sumber primer adalah sumber data yang menyediakan data secara langsung untuk pengumpulan data. Sedangkan sumber sekunder adalah sumber data yang tidak memberikan data secara langsung kepada pengumpul data, misalnya melalui dokumen atau orang lain.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik pengumpulan data berupa dokumentasi. Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data berdasarkan pengambilan data berupa foto, tulisan, majalah, situ internet dan lain-lain yang dianggap relevan dalam penelitian ini. Dokumen yang diambil dalam penelitian ini adalah karya visual yang diunggah dalam akun instagram @sketsadakwah yang mengandung pesan dakwah akhlak, aqidah dan syariah.

Dari karya visual yang diunggah oleh akun instagram @sketsadakwa tersebut, penulis mengambil beberapa sampel untuk dianalisis. Peneliti mengumpulkan sampel dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Karya visual yang diambil sesuai dengan unsur-unsur desain komunikasi visual, yang sudah dijelaskan di atas.
- 2) Karya visual yang diunggah mencantumkan logo sketsa dakwah.
- 3) Berupa foto atau gambar.
- 4) Karya visual yang diunggah mengandung pesan dakwah.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan cara menyederhanakan data dengan cara yang mudah dibaca dan diinterpretasikan.⁵² Dalam penelitian poster dakwah, peneliti menggunakan analisis semiotik model Roland Barthes.

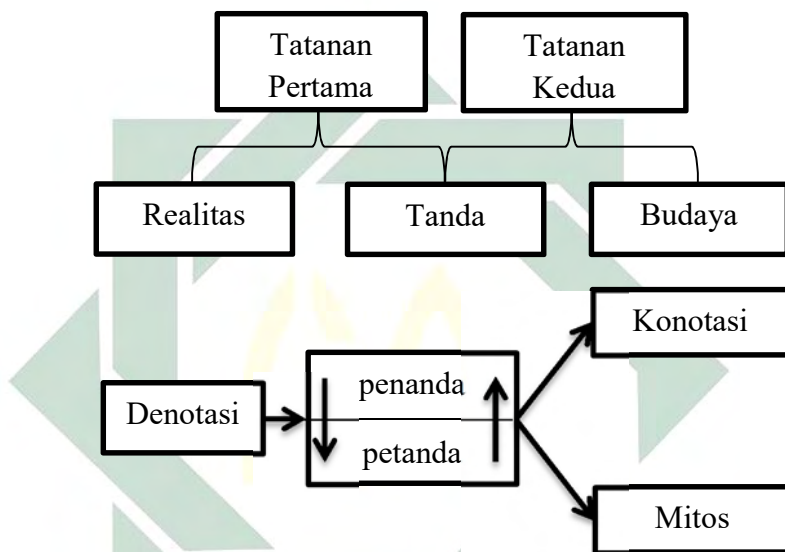
Data analisis yang diperoleh peneliti dari data primer berupa dokumentasi yaitu karya visual pada akun instagram @sketsadakwa. Karya visual tersebut nantinya dianalisis menggunakan tiga tingkatan pemaknaan Roland Barthes, yaitu denotasi, konotasi dan mitos yang di dalamnya mengandung unsur desain komunikasi visual (tipografi, ilustrasi dan warna). Aspek yang dianalisis adalah teks dan ilustrasi yang terdapat pada akun instagram @sketsadakwa.

Dalam analisis semiotika Roland Barthes, ia membuat sebuah model sistematis untuk menganalisis

⁵² Marsi Singarimbun, *Metode Penelitian Survey*, (Jakarta: LP3LS, 1989), 263.

makna tanda. Fokus perhatian Barthes lebih memusatkan pada konsep signifikasi dua tahap (*two order of signification*).

Gambar 3.1 Model Analisis Roland Barthes



Berdasarkan gambar di atas, Barthes mengutip dari Fiske yang menjelaskan bahwa signifikasi pada tahap pertama merupakan hubungan antara *signifier* (penanda) dan *signified* (petanda) dalam sebuah tanda terhadap realitas eksternal. Ia menyebutnya sebagai makna denotasi, yaitu makna yang paling jelas atau nyata dari tanda. Sedangkan istilah selanjutnya adalah konotasi yang menunjukkan signifikasi tahap kedua. Ini menggambarkan interaksi yang terjadi ketika sebuah gambar bertemu dengan perasaan atau emosi pembaca dan nilai-nilai budaya. Konotasi memiliki makna

subyektif atau paling tidak intersubyektif. Pemilihan kata-katanya terkadang merupakan pilihan terhadap makna konotasi, misalnya “penyuapan” dengan “memberi uang pelicin”. Dengan kata lain, denotasi adalah apa yang digambarkan tanda terhadap sebuah objek. Sedangkan konotasi adalah bagaimana mendeskripsikannya.⁵³

Menurut Alex Sobur dalam buku *Semiotika Komunikasi*, bahwa salah satu bidang yang juga dieksplorasi oleh Barthes dalam studi tentang tanda adalah peran pembaca (*the reader*). Konotasi meskipun merupakan sifat sebenarnya dari tanda, juga membutuhkan keaktifan pembaca agar berfungsi. System kedua dari Barthes ini disebut dengan konotatif, dimana *Mythologies*-nya dibedakan secara tegas dari denotatif.⁵⁴

Pada tahap signifikasi kedua yang berhubungan dengan isi, tanda bertindak melalui mitos (*myth*). Menurut Sudiby, Barthes mengartikan mitos sebagai cara berpikir tentang sesuatu dalam kebudayaan, dan juga merupakan cara mengonseptualisasikan atau memahami suatu hal. Mitos dianggap sebagai rangkaian konsep yang saling terkait.

Pada gambar 3.1 tanda panah pada *signified* menunjuk pada arti mitos. Artinya, mitos muncul pada tataran konsep mental suatu tanda. Mitos dikatakan sebagai ideologi yang dominan pada waktu tertentu. Denotasi dan konotasi berpotensi menjadi sebuah

⁵³ Alex Sobur, *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2006), 128.

⁵⁴ Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003), 69.

ideologi yang dapat dikategorikan sebagai *third order of signification* (bukan istilah dari Barthes), Barthes menyebut konsep ini sebagai *myth* (mitos).⁵⁵

Spradley menyatakan bahwa makna denotasi mencakup hal-hal yang dirujuk oleh kata-kata. Denotasi adalah makna yang sebenar-benarnya telah disepakati bersama secara sosial yang rujukannya pada realitas. Menurut Pilliang, makna konotasi mencakup aspek makna yang berkaitan dengan perasaan dan emosi, serta nilai budaya dan ideologis.⁵⁶ Penanda konotasi tersebut merupakan kebalikan dari penanda denotasi, dimana penanda konotasi bersifat terbuka, tidak pasti dalam artian dapat diinterpretasikan berbeda-beda. Sebagai contoh kalimat “naik ke meja hijau”, secara denotasi kalimat tersebut berarti naik ke meja yang berwarna hijau, sedangkan konotasinya bermakna naik ke pengadilan.

Sedangkan mitos adalah bagaimana budaya menjelaskan atau memahami beberapa aspek dari realitas atau fenomena alam. Mitos merupakan makna yang lebih mendalam tingkatannya, karena diperoleh melalui sebuah tanda. Roland Barthes mengemukakan pendapat mengenai mitos, yang berarti bahwa mitos merupakan sebuah sistem komunikasi karena mitos juga merupakan pesan.

⁵⁵ M. Antonius Birowo, *Metode Penelitian Komunikasi*, (Yogyakarta: Gitanyali, 2004), 58-60.

⁵⁶ Sumbo Tinarbuko, *Semiotika Komunikasi Visual*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2009), 19-20.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Sketsa Dakwah

1. Sejarah Akun Instagram @sketsadakwah

Sketsa Dakwah dibentuk pada tanggal 6 Juni 2019 bertepatan dengan tanggal 1 Syawal 1430 H. Nama Sketsa Dakwah dipilih karena dua hal; *Pertama*, tujuannya adalah untuk menyampaikan dakwah, untuk menyebarkan agama Islam melalui karya, dengan bahasa yang mudah dipahami oleh semua kalangan khususnya anak muda. *Kedua*, istilah sketsa dipilih berdasarkan gaya atau penyampaian visualnya yakni berupa sketsa atau gambar-gambar ilustrasi dan kartun sebagai ciri khasnya.⁵⁷

Penggunaan *tagline* “berkarya sambil berdakwah” memiliki makna agar setiap postingan merupakan sebuah karya yang dihasilkan dengan sungguh-sungguh, bukan sekedar gambar yang diisi teks, dan pastinya setiap karya yang dihasilkan mengandung pesan dakwah didalamnya. Begitupun dengan “dakwah komunikasi visual” juga ada maknanya. Artinya Sketsa Dakwah menyampaikan dakwah melalui media visual dengan pesan yang komunikatif, sehingga diharapkan dapat diterima oleh seluruh kalangan usia.

Awal mula terbentuknya Sketsa Dakwah dilatarbelakangi oleh kekaguman si pencetus akun

⁵⁷ Wawancara dengan *founder* akun instagram @sketsadakwah pada Sabtu, 28 September 2020 jam 18:11.

terhadap komik-komik bertemakan Islam, dan akun-akun di Instagram yang menyampaikan dakwah dengan tampilan visual yang menarik.⁵⁸ Karena *founder* Sketsa Dakwah memiliki kemampuan dalam dunia desain, sehingga tidak ingin jika kemampuan yang dimilikinya hanya berorientasi pada dunia saja, tetapi ada nilai juga untuk akhirat, sebab sebagai seorang muslim, ia sangat yakin bahwa apa-apa yang kita hasilkan --baik atau buruk-- semuanya akan dipertanggungjawabkan kelak di akhirat. Jadi, ia merasa sangat rugi rasanya kalau kemudian keterampilan yang ia miliki, ilmu yang ia pelajari tidak digunakan untuk menyebarkan agama-Nya. Dari situlah keinginan untuk membuat akun dakwah semakin kuat. Keinginan itu muncul ketika ia masih duduk di bangku kuliah semester V jurusan Pendidikan Seni Rupa, saat itu tahun 2016.

Tetapi keinginan itu tidak serta merta ia wujudkan saat itu juga, itu disebabkan karena belum mempunyai pengetahuan dan informasi yang cukup untuk membuat akun dakwah sendiri. Masih tersibukkan oleh banyak tugas kuliah yang menyita waktu dan alasan-alasan lainnya yang membuat ia merasa belum bisa mewujudkannya waktu itu. Hingga akhirnya itu menjadi sebuah harapan jangka panjang yang suatu hari ingin ia wujudkan.

Selama menempuh masa perkuliahan, ia tetap mengasah kemampuan dalam bidang seni dan visual, sambil mencari informasi sebanyak mungkin tentang apa saja yang dibutuhkan sebagai persiapan untuk

⁵⁸ Wawancara dengan *founder* akun instagram @sketsadakwah pada Sabtu, 26 September 2020 jam 12:30.

membuat akun dakwah sendiri. Dengan bantuan dan dukungan dari adiknya yang juga memiliki ketertarikan dan tujuan yang sama, mereka kemudian bersama-sama merencanakan dan mengkonsepkan kembali untuk membuat akun dakwah yang sedari dulu ia idamkan. Akhirnya pada tanggal 6 Juni 2019, Sketsa Dakwah resmi dibuat. Awalnya, ruang lingkup postingan Sketsa Dakwah hanya pada Instgaram dan Facebook. Seiring waktu, merambah ke sosial media lain seperti Telegram dan Umma, dan saat ini masih direncanakan untuk pembuatan konten di Youtube.

2. Profil Penggagas @sketsadakwah

Akun dakwah ini digagas oleh seorang mahasiswa yang bernama M. Liwaus Shidqy. Lulusan Pendidikan Seni Rupa dari Universitas Pendidikan Ganesha di Bali. Walaupun berlatar belakang pendidikan seni secara umum, tetapi bidang keahlian yang dimiliki lebih berfokus pada seni desain komunikasi visual atau lebih dikenal dengan DKV.⁵⁹

M. Liwaus Shidqy lahir pada tanggal 03 September 1995 di sebuah desa kecil bernama Dasan Baru di daerah Lombok Timur, NTB. Anak terkecil dari tiga bersaudara. Sejak kecil, Liwaus memang tertarik dengan dunia kesenian apalagi menggambar.

Hingga pada akhirnya tahun 2014, Liwaus diterima di jurusan seni dan menjalani pendidikan disana hingga lulus pada tahun 2019. Selama

⁵⁹ Wawancara dengan *founder* akun instagram @sketsadakwah pada Selasa, 6 Oktober 2020 jam 12:17.

dijurusan seni itulah Liwaus mulai menemukan ketertarikan terhadap dakwah. Seolah hatinya mulai tergerak untuk lebih memahami agama dan menyebarkannya. Bermodal keterampilan semasa kuliah dan niat untuk meraih ridho Allah, Liwaus mencoba perlahan-lahan membuat konten-konten dakwah. Banyak kendala, jatuh-bangunnya selama prosesnya hingga saat ini. Tapi berkat kuasa Allah, Sketsa Dakwah tetap berjalan dan terus berkembang hingga sekarang.

Selama berdakwah melalui sosial media, hal penting yang Liwaus pelajari adalah bahwa untuk menyampaikan suatu pesan agar tersampaikan dengan luas dan mudah diterima orang yang membaca adalah dengan mengemasnya ke dalam visual yang menarik. Karena islam adalah agama yang paling indah dan mulia, jadi kita sebagai pembawa pesan atau penyebar dakwah juga harus menyampaikan dengan cara yang baik, menarik, dan penuh hikmah.

Harapannya dengan membuat Sketsa Dakwah, bisa menginspirasi banyak orang, terlebih pemuda-pemuda untuk ikut melakukan hal yang sama. Untuk mau mengambil peran dalam berdakwah sesuai kemampuan masing-masing. Sebab ummat ini butuh pemuda yang berperan, bukan pemuda yang baperan. Ummat ini butuh pemuda yang rebahan seperlunya, berjuang selelahnya.

3. Prinsip dan Nilai Akun Instagram @sketsadakwah

a. Prinsip Akun Instagram @sketsadakwah

- 1) Semua konten yang dibuat divisualkan dalam bentuk olahan gambar berupa sketsa, kartun, ilustrasi bergaya *vector* atau *handdrawn* (gambar dengan tangan). Supaya sesuai dengan namanya yaitu Sketsa Dakwah. Karena berdasarkan pengamatan, pesan-pesan dakwah lebih mudah mengena ke hati orang ketika dikemas dalam visual yang menarik, seperti ilustrasi atau komik.
- 2) Semua konten yang dibuat harus terkandung nilai dakwah di dalamnya baik dari tulisan maupun gambarnya. Gambar yang dibuat tidak boleh melanggar kaidah-kaidah dan ketentuan dalam syariat Islam, seperti karakter manusia misalnya tidak dibuat sempurna bagian tubuhnya. Tetapi dihilangkan beberapa bagian, seperti hidung, mata, leher atau mulut.
- 3) Semua konten yang dibuat juga harus menerapkan prinsip-prinsip dasar dalam desain komunikasi visual, seperti komposisi, proporsi, ilustrasi, keseimbangan, teks, tipografi dan lain sebagainya. Tujuannya agar pesan yang disampaikan lebih mudah terbaca dan mengena serta diterima oleh banyak orang.

b. Nilai Yang Terkandung pada Akun Instagram @sketsadakwah

- 1) Gambar yang dibuat tidak hanya ditujukan untuk kepuasan berkarya semata,. Tetapi,

juga ditujukan agar melalui gambar tersebut dapat tersampaikan nilai-nilai dakwah, edukasi, semangat dan motivasi. Sehingga diharapkan dapat menginspirasi orang-orang yang melihat.

- 2) Tujuan berkarya atau membuat visual yang menarik tidak hanya untuk mengejar nilai dunia (popularitas, pujian). Tetapi, juga untuk mendapat nilai akhirat (pahala dan ridho Allah). Karena sesungguhnya yang memberikan kemampuan untuk bisa menggambar dan mendesain adalah Allah SWT. Jadi sudah selayaknya kemampuan itu digunakan untuk berdakwah di jalan-Nya.⁶⁰

4. Visi Misi Akun Instagram @sketsadakwah

a. Visi

Menjadi platform dakwah kreatif yang menginspirasi banyak orang melalui media visual.

b. Misi

- 1) Menyampaikan dakwah dengan cara yang menarik dan dengan bahasa yang mudah dipahami, khususnya anak muda.
- 2) Mengajak orang-orang untuk ikut mengambil peran dalam berdakwah dengan *skill* atau keterampilan yang mereka miliki.

⁶⁰ Wawancara dengan *founder* akun instagram @sketsadakwah pada Senin, 12 Oktober 2020 jam 10:55.

- 3) Mengajak orang-orang untuk memanfaatkan sosial media sebagai ladang amal dan dakwah, bukan sekedar untuk hiburan semata.
- 4) Berbagi pengetahuan tentang cara membuat konten dakwah yang menarik melalui grup diskusi, tanya jawab dan tutorial.
- 5) Mengajak orang-orang untuk terus menerus menumbuhkan kecintaannya terhadap Islam melalui konten-konten yang dibuat.
- 6) Berusaha untuk selalu menyajikan konten yang berkualitas, agar pesan dakwah yang disampaikan dapat lebih mengena.
- 7) Membuat konten secara berkala dan terus menerus sepanjang hayat.⁶¹

5. Logo Akun Instagram @sketsadakwah

Logo merupakan lambing yang digunakan manusia untuk berkomunikasi. Joko Bintarto mengutip buku Adi Kusrianto yang berjudul Pengantar Tipografi, bahwa logo adalah sebuah gambar atau sekedar sketsa dengan makna tertentu yang mewakili arti perusahaan, daerah, perkumpulan, produk, negara dan hal-hal lainnya yang diyakini membutuhkan hal yang singkat dan mudah diingat sebagai ganti dari nama aslinya.⁶² Pada logo Sketsa Dakwah, bentuk logonya dibuat bergaya *lettering* (tulisan tangan) yang kesannya bebas, tidak kaku serta mencerminkan konten yang

⁶¹ Wawancara dengan *founder* akun instagram @sketsadakwah pada Selasa, 13 Oktober 2020 jam 18:18.

⁶² Joko Bintarto, "Kajian Semiotika Pada Logo Sanggar Reog Singo Barong Kabupaten Langkat", *Jurnal Proporsi*, Vol. 2, No. 1 November 2016, 83.

ditampilkan, yaitu gambar-gambar berupa sketsa atau hasil coretan tangan.⁶³

Gambar 4.1 Logo Sketsa Dakwah



B. Penyajian Data

Karya visual yang menjadi penelitian ini adalah postingan karya visual yang mengandung pesan dakwah berdasarkan temanya, yaitu pesan aqidah, akhlak dan syariah dalam akun instagram @sketsadakwah. Terdapat 6 karya visual yang menjadi fokus penelitian yang disajikan dengan menggunakan teori analisis semiotika model Roland Barthes untuk mendapatkan makna denotasi, konotasi dan mitos yang terdapat pada akun instagram @sketsadakwah. Berikut merupakan penyajian data pada postingan karya visual akun instagram @sketsadakwah dengan menggunakan analisis semiotika model Roland Barthes.

⁶³ Wawancara dengan *founder* akun instagram @sketsadakwah pada Senin, 12 Oktober 2020 jam 10:55.

Tabel 4.1 Penyajian Data



Gambar 4.1.1 Social Distancing



Gambar 4.1.2 Sosmed dan Al-Qur'an



Gambar 4.1.3 Sifat Wanita Shalihah



Gambar 4.1.4 Berteman Tanpa Memancing Perasaan



Gambar 4.1.5 Membayangkan Kematian



Gambar 4.1.6 Allah Menaikkan Level Rezeki

C. Analisis Data

Pada bagian analisis data, penulis akan menguraikan hasil temuan berdasarkan kerangka semiotika model Roland Barthes terhadap karya visual akun instagram

@sketsadakwah yang mengungkap makna denotasi, konotasi dan mitos yang di dalamnya terdapat unsur-unsur desain dari karya visual Sketsa Dakwah seperti tipografi/teks, ilustrasi, dan warna. Berikut ini adalah analisis desain komunikasi visual pada akun instagram @sketsadakwah dengan menggunakan semiotika Roland Barthes:



Gambar 4.2 Social Distancing

a. Makna Denotasi

Makna denotasi yang terdapat pada karya visual di atas terletak pada kalimat yang bertuliskan “Ketika *social distancing* membuatmu menjauh dengan manusia, disitulah waktu bagimu untuk mendekat pada Sang Pencipta”. Yang artinya ketika musibah atau wabah datang, manusia tidak dapat berinteraksi dengan orang lain sehingga terdapat waktu yang dapat dimanfaatkan untuk mendekatkan diri kepada Allah. Jenis font yang digunakan pada teks di atas menggunakan font *Comic Sans MS* yang termasuk dalam kategori tipografi *Sans Serif* (huruf tidak berkait).

Selain itu dilengkapi dengan ilustrasi seorang laki-laki dengan mengenakan kemeja dan peci yang tengah bersujud di atas sajadah. Makna objek laki-laki di atas bahwa seorang muslim sedang bersujud di atas alas sholat untuk menghadap ke Allah. Adapun *background* pada karya visual di atas adalah dinding dengan warna abu-abu gelap yang dihiasi corak garis-garis kecil sebagai pembatas antara dinding dengan lantai yang berwarna hitam keabuan merupakan warna yang bersifat netral.

b. Makna Konotasi

Makna konotasi pada karya visual di atas jika dilihat melalui teks adalah menghindari kerumunan, seperti yang diketahui bahwa *social distancing* membuat manusia kesulitan berinteraksi dengan manusia dan kesulitan melakukan aktivitas-aktivitas yang biasanya. Tetapi, dibalik itu ada hikmah yang dapat diambil, bahwa *social distancing* menjadi *alarm* atau pengingat bagi kita semua yang selama ini tersibukkan oleh dunia sehingga membuat manusia jauh dari Allah. Melalui fenomena tersebut menjadi pengingat untuk berhenti sejenak, merenungi dan memperbaiki hubungan manusia dengan Allah.

Aspek tipografi pada karya visual tersebut menggunakan jenis huruf *Sans Serif* yang memiliki makna sederhana, nyaman dan mudah dibaca. Aspek ilustrasi pada karya visual ini adalah seorang laki-laki yang tengah bersujud menghadap ke Allah. Ilustrasi tersebut menggambarkan bahwa posisi sujud dipakai karena saat sujud merupakan posisi seorang hamba yang paling dekat kepada Tuhannya.

Begitupun aspek warna pada karya visual di atas menggunakan *background* berwarna abu-abu gelap yang *mengisyaratkan* bahwa Islam adalah agama yang sederhana. Karena pada dasarnya agama Islam tidak menyulitkan manusia untuk melakukan segala perbuatan apapun. Islam adalah satu-satunya agama yang menyuruh kita untuk sepenuhnya berserah diri kepada Sang Pencipta. Pencipta semua orang dan segalanya.

c. Mitos

Makna mitos dalam karya visual diatas adalah beribadah untuk meningkatkan keimanan dan ketakwaan kepada Allah SWT. Kegiatan beribadah dalam Islam sering dilambangkan dengan bentuk sujud atau gerakan lainnya dalam sholat. Makna mitos sujud ada beragam, salah satunya adalah bentuk seseorang menghormati, membutuhkan, dan menyembah sesuatu. Dalam Islam, sujud dapat diartikan bahwa manusia sedang mendekat, berkomunikasi, beribadah dan menyembah Allah Swt.

Dalam kondisi pandemi seperti ini, banyak orang yang lalai, takut berlebihan, bahkan tidak percaya dengan virus *corona*. Sebagai umat Islam, *corona* virus merupakan bagian dari ciptaan Allah yang terdapat hikmah dan pelajaran bagi kita sebagai hamba. Sebagaimana dalam Al-Qur'an Surat Ali-Imran ayat 191 dijelaskan bahwa:

رَبَّنَا مَا خَلَقْتَ هَذَا بَطْلًا سُبْحَانَكَ فَقِنَا عَذَابَ النَّارِ

“Tidaklah Engkau (Allah) menciptakan atau menjadikan sesuatu itu sia-sia, melainkan ada hikmahnya.” (QS. Ali-Imran : 191)⁶⁴

Oleh karena itu, dalam ajaran agama Islam penyebaran *Covid-19* ini dapat kita petik hikmah dan pelajaran dari berbagai hal, yaitu yang pertama sebagai ujian keimanan kepada hamba-hambanya sebagai cara dan wujud Allah untuk meningkatkan keimanan dan ketakwaan seorang hamba. Kedua, sebagai peringatan dari Allah kepada hamba-Nya, karena banyak yang lalai menjalankan ajaran agamanya dan banyak yang telah melanggar hukum agama yang harus dihindari dan dijauhi, maka Allah memberi peringatan terhadap musibah ini agar manusia kembali kepada jalan kebenaran.

Sehingga fenomena tersebut dapat dimanfaatkan untuk lebih mendekat kepada-Nya. Tingkatkan ketakwaan kepada Allah dengan terus bermuhasabah diri, dengan banyak beristighfar dan mengucap syukur. Bukanlah musibah yang besar ketika kita jauh dari manusia, tetapi musibah yang besar adalah ketika kita menjauh dari-Nya.

d. Interpretasi Pesan Dakwah

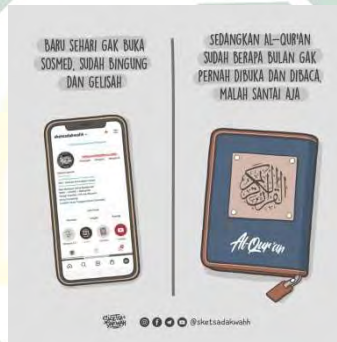
Pada gambar karya visual di atas termasuk dalam pesan akidah, yaitu beriman kepada Allah. Bahwasannya ketika *social distancing* membuat kesulitan berinteraksi dengan orang lain, menyebabkan kita berjauhan. Maka, sesungguhnya disitulah terdapat kemudahan bagi kita untuk

⁶⁴ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta: Penerbit WALI, 2013), 39.

mendekatkan diri kepada Allah. Dan barang siapa yang mendekatkan diri kepada Allah untuk lepas dari kesulitan, maka InshaAllah ia akan selamat. Sebagaimana dalam surat Al-Insyirah ayat 5 yang berbunyi:

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

“Karena sesungguhnya di setiap kesulitan, selalu ada kemudahan”. (QS. Al-Insyirah: 5)⁶⁵



Gambar 4.3 Sosmed dan Al-Qur'an

a. Makna Denotasi

Makna denotasi pada karya visual di atas terletak pada teks yang bertuliskan “Baru sehari gak buka sosmed, sudah bingung dan gelisah. Sedangkan Al-Qur'an sudah beberapa bulan gak pernah dibuka dan dibaca malah santai aja”. Yang memiliki arti bahwa manusia sekarang tidak mau jauh-jauh dari yang namanya *gadget*, dan merasa gelisah ketika

⁶⁵ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta: Penerbit WALI, 2013), 302.

dalam waktu per detik/menit/jam tidak membuka sosial media. Padahal sebenarnya kitab suci Allah sedang memanggil manusia untuk dibaca dan dipelajari, namun manusia menyepelekan benda tersebut.

Aspek tipografi yang digunakan adalah jenis huruf *Sans Serif* (tak berkait). Dilengkapi dengan ilustrasi *gadget* dengan tampilan layar membuka sosial media dan Al-Qur'an. *Gadget* adalah alat komunikasi dan Al-Qur'an adalah kitab suci Allah. Penggunaan *background* tersebut menggunakan warna abu-abu dan teks berwarna hitam yang memiliki sifat netral. Sementara warna pada sampul Al-Qur'an menggunakan warna biru, yang merupakan simbol keadaan manusia di akhirat.

b. Makna Konotasi

Makna konotasi pada karya visual di atas adalah dilihat dari teks tersebut tentang kurangnya iman seseorang untuk mengingat kehidupan akhirat. Salah satu tanda kurangnya iman seseorang adalah ketika kita merasa gelisah saat lama tidak membuka sosial media atau jauh dari *gadget*, sementara tidak demikian saat kita jarang membaca atau jauh dari Al-Qur'an. Padahal sejatinya Al-Qur'an adalah penyembuh segala penyakit dalam dada dan penawar segala luka.

Begitupun tipografi yang terdapat pada teks karya visual tersebut memiliki makna sederhana dan mudah dibaca. Aspek ilustrasi yang disampaikan di atas, terletak pada gambar *smartphone* dan Al-Qur'an yang memiliki makna sebagai perbandingan, bahwa manusia manusia sekarang lebih

mengutamakan kepentingan duniawi. Demikian pula warna *background* pada karya visual di atas adalah abu-abu yang memberikan makna sederhana, intelek dan tidak berpihak. Karena Al-Qur'an itu begitu sederhana kemurniannya, dan memuat banyak informasi tentang dunia maupun akhirat. Sementara warna biru pada sampul Al-Qur'an bermakna bahwa warna biru membutakan mata bagi manusia yang berbuat dosa.

c. Mitos

Makna mitos pada karya visual di atas adalah orang bermain *gadget* untuk memuaskan hasrat dunianya, sedangkan kitab Al-Qur'an hanya sebagai bacaan agar mendapat pahala atau hanya sebagai hiasan dinding rumah. Di era teknologi saat ini, *gadget* telah memalingkan manusia dari Al-Qur'an. Manusia hanya menjadikan Al-Qur'an sebagai hiasan lemari kaca atau di rak buku. Semestinya, manusia perlu memahami bahwa Al-Qur'an memiliki berbagai fungsi yang dapat memberikan pencerahan dan petunjuk bagi manusia. Karena menjauh dari Al-Qur'an adalah bahaya bagi umat Islam, dapat membuat kehidupan menjadi sempit dan di kumpulkan di akhirat dalam keadaan buta. Allah SWT berfirman dalam surat at-Thaha ayat 124:

وَمَنْ أَعْرَضَ عَن ذِكْرِي فَإِنَّ لَهُ مَعِيشَةً ضَنْكًا وَنَحْشُرُهُ
يَوْمَ الْقِيَامَةِ أَعْمَى

“Barangsiapa yang berpaling dari peringatan-Ku (Al-Qur'an), maka baginya rezeki yang

sempit. Dan di hari kiamat dia akan didatangkan dalam keadaan buta.” (QS. At-Thaha : 124)⁶⁶

Selain itu, datang zaman dimana manusia akan meninggalkan Al-Qur’an secara sepenuhnya. Allah SWT berfirman:

وَقَالَ الرَّسُولُ يَا رَبِّ إِنَّ قَوْمِي اتَّخَذُوا هَذَا الْقُرْآنَ مَهْجُورًا

“Dan Rasul (Muhammad) berkata, “Yaa Tuhanku, sesungguhnya kaumku telah menjadikan Al-Qur’an ini diabaikan.” (QS. Al-Furqon:30)⁶⁷

Hal ini menunjukkan bahwa hati manusia sedang bermasalah, karena para ulama berkata seandainya hati manusia bersih tentu tidak akan pernah bosan membaca Al-Qur’an. bagaimana mungkin seseorang akan bosan mendengar kalimat paling indah dari yang ia cintai (Allah). Ini boleh jadi karena manusia tidak membiasakan diri untuk mencari solusi dengan Al-Qur’an. Manusia tidak merasa atau tidak percaya diri bahwa Al-Qur’an dapat menjadi penyembuh segala kegalauan yang manusia rasakan. Sehingga menyebabkan hati manusia enggan untuk berinteraksi dengan Al-Qur’an.

d. Interpretasi Pesan Dakwah

Pada karya visual di atas termasuk pesan dakwah akidah, yaitu beriman kepada kitab Allah.

⁶⁶ Kementerian Agama RI, *Al-Qur’an dan Terjemahnya*, (Jakarta: Penerbit WALI, 2013), 186.

⁶⁷ Kementerian Agama RI, *Al-Qur’an dan Terjemahnya*, (Jakarta: Penerbit WALI, 2013), 302.

Bahwasannya tanda iman seseorang berkurang ketika dihadapkan dengan sebuah *gadget*. Manusia data ini lebih sibuk dengan *gadget* daripada membuka dan membaca Al-Qur'an. Padahal, di dalam Al-Qur'an terdapat berbagai informasi apabila manusia mentadzaburinya. Dan Al-Qur'an sebagai *as-syifa* atau penyembuh segala penyakit. Allah SWT berfirman dalam Al-Qur'an surat Yunus ayat 57:

يَأَيُّهَا النَّاسُ قَدْ جَاءَتْكُمْ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّكُمْ وَشِفَاءٌ لِّمَا فِي الصُّدُورِ وَهُدًى وَرَحْمَةٌ لِّلْمُؤْمِنِينَ

“Wahai manusia! Sungguh, telah datang kepadamu pelajaran (Al-Qur'an) dari Tuhanmu, penyembuh bagi penyakit yang ada dalam dada, dan petunjuk serta rahmat bagi orang beriman.” (QS. Yunus: 57)⁶⁸



Gambar 4.4 Sifat Wanita Shalihah

⁶⁸ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta: Penerbit WALI, 2013), 109 .

a. Makna Denotasi

Makna denotasi yang muncul pada karya visual di atas berupa teks yang bertuliskan “10 Sifat Wanita Shalihah. Menjaga sholat. Memiliki sikap malu. Tidak suka mengumbar foto di media sosial. Tidak suka mengghibah. Tidak bermudah-mudahan dengan lawan jenis. Menutup aurat sesuai syariat. Tidak berhias (di muka umum). Suka menghadiri majelis ilmu. Betah di rumah. Taat dan menyenangkan hati suami.” Pernyataan di atas memiliki makna bahwa yang di kategorikan sebagai wanita shalihah ialah mempunyai sifat dan perilaku seperti pernyataan-pernyataan yang telah disebutkan diatas.

Aspek tipografi pada karya visual di atas menggunakan jenis huruf *Sans Serif* atau huruf tak berkait, yang tidak memiliki sirip pada ujung. Selain itu juga terdapat ilustrasi wanita yang berjilbab panjang dan lebar serta membawa bunga di tangannya. Yang artinya wanita tersebut telah memenuhi salah satu sifat wanita shalihah yaitu menutup aurat sesuai syariat dan bunga sebagai simbol yang disukai oleh perempuan.

Perpaduan warna pada latar belakang karya visual berwarna abu-abu muda yang memberikan kesan netral, lembut dan sederhana. Dan juga kain berwarna hitam yang bersifat netral dan menyerap semua warna

b. Makna Konotasi

Makna konotasi dilihat dari aspek teks pada karya visual di atas adalah sifat wanita shalihah. Untuk menjadi wanita shalihah harus selalu

mematuhi segala perintah dan larangan dari Allah swt. Dalam *hadist* dikatakan bahwa “Dunia adalah perhiasan, dan sebaik-baik perhiasan adalah wanita shalihah” (HR. Mulslim no 1467). Sehingga wanita yang memiliki sifat-sifat tersebut akan dijanjikan oleh Allah sebuah surga.

Mengenai tipografi sama halnya dengan karya visual yang lain, yaitu memiliki arti sederhana dan mudah dibaca. Sedangkan ilustrasi yang terdapat pada gambar di atas adalah wanita yang mengenakan mengenakan pakain lebar dan berjilbab yang menutupi dadanya. Memiliki makna bahwa pakaian yang dikenakan merupakan pakaian syar’I agar tidak kelihatan bentuk lekuk tubuhnya. Demikian pula dengan jilbab, jilbab merupakan bentuk identitas pemakainya. Pemakaian jilbab tersebut menandakan bahwa wanita tersebut adalah wanita muslimah. Selain itu terdapat bunga yang dipegang oleh tangannya, bunga dapat diperumpamakan seorang wanita muslimah yang keindahannya memukau setiap mata yang memandang. Yang menandakan bawah bunga juga harus diperlakukan dengan lembut dan penuh perhatian, layaknya seorang wanita.

Pada aspek warna, warna hitam pada pakaian yang dikenakan merupakan warna yang paling disukai oleh istri-istri Nabi dan para muslimah terdahulu. Warna hitam menandakan ketaatan megikuti ajaran Islam. Pemakaian warna hitam memiliki fungsi agar tidak menarik perhatian orang lain khususnya kaum laki-laki. Warna hitam memiliki arti kesederhanaan dan melindungi.

Begitupun warna abu-abu pada latar belakang memiliki makna yang netral dan juga sederhana.

c. Mitos

Makna mitos dalam karya visual di atas dilihat secara simbolis, Islam dapat dikenali dari pakaian yang dikenakannya. Kebudayaan Islam masuk ke Indonesia melalui jalur perdagangan Arab yang melalui Indonesia. Seorang muslim khususnya wanita, identik dengan mengenakan jilbab menurut ajaran Islam dalam kitab sucinya yaitu Al-Qur'an. Al-qur'an merupakan pedoman hidup bagi umat manusia.⁶⁹ Aturan dalam Al-Qur'an dapat diterapkan baik untuk wanita maupun pria muslim. Hal tersebut dapat dilihat dari sosok wanita yang mengenakan jilbab merupakan simbol dari wanita muslimah. Wanita yang mengenakan jilbab lebar atau syar'i (istilah di masyarakat) disebut dengan wanita shalihah.

Shalihah dari sudut pandang Islam dipandang sebagai wanita yang taat dan patuh terhadap perintah dan larangan Allah swt. Seperti terlihat pada gambar di atas, terlihat bahwa wanita yang mengenakan jilbab syar'i disebut sebagai wanita muslimah. Istilah wanita shalihah tidak bisa dilihat dari penampilannya saja, melainkan dilihat dari perilakunya apakah sudah mencerminkan sifat-sifat yang dimiliki oleh wanita shalihah atau belum. Hal tersebut seperti

⁶⁹ Thib Raya, *Al-Qur'an Memiliki Banyak Fungsi*, diakses pada tanggal 22 Desember 2020 dari <https://kemenag.go.id/berita/read/202821/thib-roya--al-quran-memiliki-banyak-fungsi>

yang disabdakan oleh Nabi Muhammad SAW, yang berbunyi:

إِنَّ اللَّهَ لَا يَنْظُرُ إِلَى صُورِكُمْ وَأَمْوَالِكُمْ وَلَكِنْ يَنْظُرُ إِلَى قُلُوبِكُمْ وَأَعْمَالِكُمْ

Artinya: “Sesungguhnya Allah tidak melihat pada bentuk rupamu dan hartamu, melainkan Allah hanya ingin melihat amal perbuatanmu dan hatimu.” (HR. Ibnu Majah no. 2564)⁷⁰

Hadist di atas menegaskan bahwa kecantikan dan kekayaan fisik bukanlah standar kecantikan yang ditetapkan oleh Allah dan Rasul-Nya. Tetapi, kebaikan hati dan kemuliaan akhlak adalah standar dari kecantikan seorang wanita shalihah. Sehingga, kecantikan seorang wanita menurut pandangan Islam dapat dilihat dari kualitas kepribadiannya sebagai seorang muslimah yang mencerminkan dari keimanan, ketaqwaan, akhlak dan cara berpikrinya.

d. Interpretasi Pesan Dakwah

Pada gambar karya visual di atas merupakan pesan akhlak, yaitu pesan akhlak kepada diri sendiri. Sebagai seorang wanita shalihah harus memiliki beberapa sifat untuk dijuluki sebagai wanita shalihah. Sifat-sifat yang harus dimiliki antara lain, menjaga shalat, memiliki sifat malu, tidak suka mengumbar foto di sosial media, tidak suka *mengghibah*, tidak bermudah-mudahan dengan lawan jenis, menutup aurat sesuai syariat, tidak berhias di muka umum,

⁷⁰ Muhammad Abduh Tuasikal, *Perhatikanlah Hatimu!*, diakses pada tanggal 28 Desember 2020, dari <https://rumaysho.com/3373-perhatikanlah-hatimu.html>

suka menghadiri majelis ilmu, betah di rumah, taat dan menyenangkan hati suami.

Asy-Syaikh al-Allamah Abdul ‘Aziz bin Abdillah bin Baz rahimahullah berkata, “Bila disebutkan kepadamu seorang wanita yang; menjaga sholatnya, menutup aurat, tidak berhias (di muka umum), tidak berdusta dan memiliki sifat-sifat (baik) semisalnya, maka inilah dia wanita yang shalihah.”



Gambar 4.5 Berteman Tanpa Memancing Perasaan

a. Makna Denotasi

Pada karya visual di atas terdapat makna denotasi yang bertuliskan “Bertemanlah tanpa memancing perasaan. Tanpa perlu mengucapkan selamat pagi, selamat malam, selamat tidur, dsb. Tanpa perlu bertanya lagi ngapain, udah makan atau belum. Bertemanlah tanpa harus memberi perhatian lebih, sebab yang demikian justru malah akan memancing perasaan.” Maksud dari kalimat di atas ialah dalam pertemanan antar lawan jenis (laki-laki dan perempuan) alangkah lebih baik berteman dengan sewajar dan sepiantasnya, tanpa memberi

perhatian lebih yang dapat menimbulkan perasaan pada salah satu pihak ataupun keduanya.

Aspek tipografi pada karya visual di atas menggunakan huruf *Comic Sans MS* yang tergolong kategori *Sans Serif* (tidak berkait) yang berarti tidak mempunyai kait atau sirip pada ujungnya. Sementara untuk ilustrasi pada karya visual di atas menunjukkan sebuah tangan yang memegang *gadget* dengan tampilan pesan *whatsapp* yang diartikan bahwa ilustrasi tersebut sedang melakukan *chattingan* dengan lawan jenis yang melibatkan perasaan karena terdapat simbol hati yang lagi menggebu. Serta *background* warna ungu pastel yang merupakan warna yang unik dan menarik.

b. Makna Konotasi

Makna konotasi dilihat dari aspek teks pada karya visual di atas menggunakan konsep *reminder* kepada *audiens* bahwa karya visual tersebut mengingatkan kembali tentang batasan-batasan dalam berkomunikasi terhadap teman yang lawan jenis. Batasan komunikasi antara laki-laki dengan perempuan dan sebaliknya. Karena realitanya banyak yang mengaku berteman, tetapi salah dalam memahami bagaimana seharusnya cara berkomunikasi yang baik dan benar menurut Islam.

Aspek tipografi yang digunakan memiliki makna sederhana dan mudah dibaca. Aspek ilustrasi yang disampaikan oleh karya visual di atas adalah gambar posisi tangan yang sedang mengirimkan pesan melalui media sosial *whatsapp* memiliki makna konotasi, yaitu jarimu harimaumu. Yang artinya, setiap perkataan apa yang ditulis atau

diketik, apabila tidak dipikirkan terlebih dahulu akan merugikan dirinya sendiri. Karena dengan mengirim pesan tanpa maksud dan tujuan yang jelas dapat memberikan perasaan yang muncul berlebihan dalam pertemanan. *Icon* hati pada ilustrasi tersebut juga memiliki makna bahwa *chattingan* yang dilakukan itu melibatkan perasaan jatuh cinta, padahal mengakunya hanya berteman.

Sedangkan untuk warna pada *background* tersebut menggunakan warna ungu pastel yang memiliki kesan lembut, hangat, tidak mencolok dan melambangkan pengharapan besar.

c. Mitos

Dilihat dari karya visual di atas memiliki makna mitos pertemanan dengan lawan jenis yang melibatkan hati sering membuat salah satu pihak atau keduanya baper dan menginginkan harapan lebih. Perbuatan tersebut jika diteruskan akan memancing munculnya perasaan rasa suka di antara keduanya.

Karena Islam sangat menjaga batasan-batasan dalam bergaul antara lawan jenis walaupun statusnya hanya sahabat. *Chattingan* dengan lawan jenis sama dengan *berkhalwat*. Dan *berkhalwat* salah satu perbuatan yang dilarang oleh agama Islam. Sebagaimana dalam sabda Nabi Muhammad yang artinya:

“Janganlah ada di antara kalian yang berkhalwat dengan seorang wanita, kecuali dengan mahramnya.” (HR. Bukhari dan Muslim)⁷¹

Khalwat adalah perbuatan menyepi yang dilakukan oleh laki-laki dan perempuan tanpa diketahui orang lain. Perbuatan tersebut jika dilakukan dapat memberikan peluang kepada pelakunya untuk terjerumus dalam perbuatan yang dilarang yaitu zina. Dalam Al-Qur'an surat Al-Isra' ayat 32 dijelaskan:

وَلَا تَقْرَبُوا الزَّوْجَاتِ إِنَّهُ كَانَ فَاحِشَةً وَسَاءَ سَبِيلًا

Artinya: “Dan janganlah kamu mendekati zina. Sesungguhnya zina adalah perbuatan yang keji dan suatu jalan yang buruk.” (QS. Al-Isra' : 32)⁷²

Berdasarkan ayat Al-Qur'an di atas dijelaskan bahwa *chattingan* dengan lawan jenis yang tidak didasari dengan kepentingan mendesak dapat menimbulkan *khalwat* dan zina. Sehingga tidak diperbolehkan melakukan perbuatan tersebut, kecuali dalam *chattingan* ada sesuatu hal penting yang ingin ditanyakan atau disampaikan maka itu tidak apa-apa.

Ulama salaf berpendapat bahwa tidak ada pertemanan yang murni antara laki-laki dan perempuan. Kalau bukan engkau yang terjebak

⁷¹ Eva F Hasan, *Chatting dengan Lawan Jenis Bukan Muhrim, Bolehkah?*, diakses pada tanggal 23 Desember 2020, dari <https://www.islampos.com/chatting-dengan-lawan-jenis-bukan-muhrim-bolehkah-24619/>

⁷² Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta: Penerbit WALI, 2013), 144.

dalam hatinya, maka dialah yang terjebak dalam hatimu. Dengan kata lain, kalau bukan kita yang *baper* saat *chattingan* dengan teman, maka teman kita itulah yang *baper* saat *chattingan* dengan kita. Inilah bahayanya *chatingan* dengan lawan jenis tanpa memperhatikan batasan walaupun dengan sahabat yang sudah sangat dekat sekalipun. Oleh karena itu, Islam sangat memperhatikan hal tersebut. Diberikan batasan supaya tidak ada yang terjebak dalam perasaan, terlebih perempuan. Karena perasaan yang diekspresikan sebelum pernikahan sangat berpotensi ditunggangi syaitan.

d. Interpretasi Pesan Dakwah

Gambar karya visual di atas merupakan pesan akhlak, yaitu akhlak kepada sesama lawan jenis. Pada karya visual di atas menjelaskan bahwa bertemanlah tanpa harus memberikan perhatian lebih, sebab yang demikian malah akan memancing perasaan. Oleh karena itu, apabila tidak mempunyai kepentingan terhadap lawan jenis, maka bertemanlah sewajarnya saja.

Percakapan dengan lawan jenis yang bukan mahram pada dasarnya boleh-boleh saja jika percakapan tersebut memenuhi syarat-syarat yang sudah ditetapkan oleh syara'. Seperti percakapan yang mengandung kebaikan, menjaga etika sopan santun, tidak memfitnah dan berkhalwat. Hal ini telah dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Al-Ahzab ayat 32:

يَسَاءَ النَّبِيِّ لَسْتَنَّ كَأَحَدٍ مِّنَ النِّسَاءِ إِنِ اتَّقَيْتُنَّ فَلَا تَخْضَعْنَ
بِالْقَوْلِ فَيَطْمَعَ الَّذِي فِي قَلْبِهِ مَرَضٌ وَقَلْنَ قَوْلًا مَّعْرُوفًا

“Hai istri-istri Nabi! Kamu tidak seperti perempuan-perempuan yang lain. Jika kamu bertakwa, janganlah kamu (istri-istri Nabi) tunduk (melembutkan suara) dalam berbicara sehingga orang yang dalam hatinya ada penyakit memiliki keinginan buruk dan ucapkanlah perkataan yang baik.” (QS, Al-Ahzab: 32)⁷³



Gambar 4.6 Membayangkan Kematian

a. Makna Denotasi

Pada karya visual di atas makna denotasi yang muncul terletak pada teks yang bertuliskan “Bayangkan kita mati ketika sedang bermaksiat, tidak menutup aurat, ninggalin sholat, berbuat zina. Atau kondisi lain yang saat itu kita sedang berbuat dosa & jauh dari Allah”. Yang memiliki arti bahwa pembaca disuruh membayangkan bagaimana kondisi di akhirat ketika mati dalam keadaan maksiat. Oleh karena itu, sebagai seorang muslim kita tidak boleh lalai dengan maksiat atau dosa kecil apapun yang

⁷³ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta: Penerbit WALI, 2013), 212.

kita lakukan. Karena kematian bisa datang kapan saja.

Aspek tipografi pada karya visual di atas menggunakan jenis huruf *Sans Serif* (tak berkait) yang berarti tidak mempunyai kait atau sirip yang berujung. Ilustrasi pada karya visual di atas menggambarkan sebuah lubang kubur yang menatap ke arah langit berawan. Yang berarti tempat terakhir peristirahatan manusia di dunia. Warna pada ilustrasi tersebut terletak pada warna cokelat yang identik dengan tanah, kayu dan bebatuan yang memiliki sifat netral. Serta terletak pada atap langit berawan, yang berwarna biru keabu-abuan yang mengkondisikan bahwa akan turun hujan.

b. Makna Konotasi

Makna konotasi pada karya visual di atas dilihat dari teks dituliskan sebagai pengingat kepada pembaca agar sering-sering mengingat kematian. Ketika *audiens* membaca pesan dakwah tersebut dapat meminimalisir perbuatan-perbuatan dosa yang dilakukan. Karena banyak orang yang merasa nyaman dengan berbuat dosa, menganggap dirinya baik-baik saja ketika melakukan suatu maksiat, merasa masih bisa bertaubat keesokan harinya.

Aspek tipografi pada karya visual tersebut memiliki makna sederhana dan mudah dibaca karena jenis huruf tersebut dapat dibaca dengan jelas. Kemudian, aspek ilustrasi di atas adalah mengambil sudut pandang dari dalam kubur, seolah-olah kita yang sedang terbungkus kain kafan, memandang ke langit dalam keadaan sedang jauh dari Allah. *Desainer* ingin menunjukkan kepada *audiens* untuk

selalu mengingat kematian. Bahwa kematian sebenarnya sedekat nadi. Untuk itu, diperlukan persiapan diri untuk menyambutnya, yakni dengan mengerjakan perintah-Nya dan menjauhi larangan-Nya. Sedangkan aspek warna pada karya visual di atas, warna coklat yang merupakan warna yang mengandung unsur bumi atau identik dengan warna tanah. Yang memberikan kesan kenyamanan, hangat dan netral. Dan warna biru keabu-abuan yang melambangkan kesedihan atau ketenangan.

c. Mitos

Makna mitos pada karya visual di atas jika dihubungkan pada ilustrasi lubang kubur dengan warna yang dimaksud memiliki makna mitos bahwa kuburan dengan lambang kesedihan mengartikan seseorang ketika ditinggal oleh keluarga atau kerabat dekat, pasti akan mengalami kesedihan karena sudah tidak bisa bertemu di dunia lagi. Sedangkan lubang kubur yang melambangkan ketenangan memiliki makna mitos orang meninggal pasti dalam keadaan tenang, kecuali orang-orang yang disiksa.

Karena manusia meninggal tak lepas dari kebiasaan yang ia lakukan. Apabila ketika di dunia manusia memiliki kebiasaan (rutinitas) yang dipenuhi dengan aktifitas-aktifitas ibadah dan akhir hidupnya juga melakukan hal yang demikian, maka ia akan meninggal dalam keadaan *khusnul* khotimah. Sementara, manusia ketika hidup di dunia memiliki kebiasaan yang dipenuhi dengan kemaksiatan dan akhir hidupnya juga melakukan hal yang demikian, maka ia akan meninggal dalam keadaan *su'ul*

khotimah. Pernyataan tersebut dijelaskan pada sabda Nabi Muhammad SAW, yang berbunyi:

يُبعثُ كُلُّ عَبْدٍ عَلَى مَا مَاتَ عَلَيْهِ

“Setiap orang akan dibangkitkan sesuai dengan kondisi kematiannya.” (HR. Muslim)⁷⁴

Dilihat dari kisah Hamka dalam tafsir Al-Azhar ketika menafsirkan surat at-Tin ayat 6. Beliau memiliki bibi bernama Uaik Tuo Aisyah yang merupakan saudara dari Ayahnya. Sang bibi memiliki kebiasaan membaca Al-Qur'an sejak usia gadis. Jika tidak ada kesempatan untuk membaca, beliau membaca surah-surah yang telah dihafal seperti: Yasin, Al-Waqi'ah, Al-Mulk dan beberapa surat lainnya. Kebiasaan tersebut terus dilakukan hingga telinganya tuli. Menariknya, ketika usianya sudah tua, diusia di atas 80 tahun beliau masih memiliki daya ingat yang kuat. Hingga ketika sakit menjelang meninggalpun, kata Hamka mulutnya masih komat-kamit dengan membaca ayat Al-Qur'an. Pada usia 86 tahun beliau tutup usia dan meninggal dalam keadaan tertersenyum. Kisah inilah yang memberikan pelajaran penting, bahwa matimu tidak jauh dari kebiasaanmu.

d. Interpretasi Pesan Dakwah

Pada gambar karya visual di atas merupakan pesan syariah, yaitu ibadah. Kita disuruh

⁷⁴ Risalah, *Matimu Tak Jauh dari Kebiasaanmu*, di akses pada tanggal 23 Desember 2020, dari

<https://indonesiainside.id/risalah/2020/02/03/matimu-tak-jauh-dari-kebiasaanmu>

membayangkan ketika mati dalam keadaan berbuat maksiat, meninggalkan sholat dan berbuat zina. Maka apa yang akan terjadi di akhirat kelak ketika seseorang banyak berbuat dosa? Sungguh betapa kerasnya kehidupan di akhirat nanti. Oleh karena itu, dalam pesan tersebut disampaikan bahwa manusia tidak boleh lalai dengan maksiat atau berbuat dosa lainnya.

Sebelum terlambat, gunakan waktu sebaik mungkin untuk beribadah kepada Allah, bermuhasabah diri dan banyak-banyak mengingat kematian supaya tidak lalai dengan kehidupan dan tipu daya syaitan. Karena malaikat bisa mencabut nyawa seseorang secara tiba-tiba.



Gambar 4.7 Allah Menaikkan Level Rezeki

a. Makna Denotasi

Makna denotasi pada karya visual di atas terletak pada teks yang bertuliskan “Saat Allah naikkan rezekimu. Jangan naikkan level gaya hidupmu. Tetapi naikkanlah level sedekahmu.”

Kalimat tersebut memiliki arti ketika kita mendapatkan rezeki lebih, jangan menghambur-hamburkan rezeki yang diperoleh untuk kesenangan dunia saja. Melainkan ketika kita mendapatkan rezeki lebih, hendaknya sebagian dari rezeki yang diperoleh disedekahkan.

Aspek tipografi di atas menggunakan jenis huruf *Sans Serif*, huruf yang tidak memiliki kait atau sirip pada ujungnya. Ilustrasinya digambarkan dengan sosok wanita berjilbab lebar, memakai cadar dan membawa banyak barang belanjaan. Yang artinya wanita tersebut ketika mendapat rezeki banyak lebih memilih menghambur-hamburkan uangnya untuk membeli pakaian gamis dan *skincare*. Dan ilustrasi sosok wanita berjilbab lebar, memakai cadar dan memasukkan uang ke kotak amal memiliki arti bahwa sosok wanita yang mendapatkan rezeki lebih dengan menyedekahkan uangnya ke kotak amal. Sedangkan warna yang digunakan pada ilustrasi di atas yaitu kain berwarna abu-abu yang melambangkan kesederhanaan dan netral.

b. Makna Konotasi

Makna konotasi pada karya visual di atas adalah bentuk peringatan kepada *audiens* ketika mendapatkan rezeki lebih tidak boleh dibelanjakan untuk kenikmatan sesaat. Karena dengan menaikkan level gaya hidup ketika mendapat rezeki lebih termasuk pemborosan. Pemborosan merupakan perbuatan yang tidak disukai oleh Allah. Oleh karena itu, diperintahkan untuk bersedekah. Sebab, dengan bersedekah rezeki kita tidak akan berkurang melainkan dilipatgandakan oleh Allah.

Aspek tipografi pada teks di atas memiliki arti mudah dibaca dan sederhana. Aspek ilustrasi yang terdapat pada karya visual di atas yaitu wanita muslimah yang memiliki gaya hidup *konsumtif* dengan banyak membeli barang-barang yang tidak begitu bermanfaat, barang yang hanya memuaskan kesenangan duniawi semata. Serta wanita muslimah yang menyisihkan rezekinya untuk urusan akhirat memiliki arti bahwa segala harta yang dipunya tidak dibawa mati.

Sedangkan warna pada karya visual tersebut adalah kain berwarna abu-abu memiliki makna lain jika terlalu banyak diaplikasikan pada *fashion*. Warna abu-abu melambangkan kesedihan atau depresi, dan rata-rata orang yang memakai warna abu-abu adalah orang yang suka pamer.

c. Mitos

Makna mitos pada karya visual di atas adalah kebanyakan orang ketika memperoleh rezeki, lupa untuk beramal dan membelanjakan hartanya di jalan Allah SWT. Mereka cenderung terus-menerus memenuhi hasrat duniawinya, meninggikan gengsi dan gaya hidup. Padahal Islam tidak mengajarkan yang seperti itu, saat Allah menambah nikmat rezeki berupa harta kepada manusia, jangan gunakan harta tersebut untuk menaikkan gaya hidup melainkan gunakan harta tersebut untuk menaikkan jumlah sedekah yang dikeluarkan.

Jika sebelum diberi harta lebih, manusia cukup dengan membeli satu atau dua pakaian, maka janganlah berhasrat membeli banyak barang yang sebenarnya tidak dibutuhkan ketika Allah sudah

lebihkan rezeki atau harta kepada manusia. Perbuatan tersebut termasuk *tabdzir* (pemborosan). *Tabdzir* itu sendiri adalah pengeluaran yang tidak membawa manfaat apapun dan seringkali terbuang percuma.⁷⁵ Dalam Al-Qur'an dijelaskan pada surat Al-Isra' ayat 27:

سَبِيلًا إِنَّ الْمُبْذِرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ ۗ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

“Sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan, dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya.” (QS. Al-Isra' : 27)⁷⁶

Ayat di atas menjelaskan bahwa perilaku hidup boros merupakan tipu daya syaitan. Gaya hidup boros akan membenamkan umat Islam pada kemalasan dan hidup santai. Oleh karena itu, ketika kita memiliki rezeki lebih diperintahkan untuk bersedekah. Karena dengan bersedekah Allah akan memberikan balasan kebaikan, sebagaimana dalam firman Allah surat At-Talaq ayat 7:

لِيُنْفِقْ ذُو سَعَةٍ مِّن سَعَتِهِ ۗ وَمِن قُدْرٍ عَلَيْهِ رِزْقُهُ فَلْيُنْفِقْ مِمَّا آتَاهُ اللَّهُ لَا يَكْلَفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا مَا آتَاهَا ۗ سَيَجْعَلُ اللَّهُ بَعْدَ عُسْرٍ يُسْرًا

“Hendaklah orang yang mempunyai keluasaan memberi nafkah menurut kemampuannya, dan

⁷⁵ M. Adhitya A Walenna, “Studi Komparatif Hukum Tabdzir dan 7 Waste Dalam Proses Manufaktur Untuk Meminimalkan Biaya (cost)”, *Jurnal Prosiding Konferensi Integrasi Interkoneksi Islam dan Sains*, Vol. 1, September 2018, 4.

⁷⁶ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta: Penerbit WALI, 2013), 143.

orang yang terbatas rezekinya hendaklah memberi nafkah dari harta yang diberikan Allah kepadanya. Allah tidak membebani kepada seseorang melainkan (sesuai) dengan apa yang diberikan Allah kepadanya. Allah kelak akan memberikan kelapangan setelah kesempitan." (QS. At-Talaq: 7)⁷⁷

Dengan demikian, jika sebelum diberi harta lebih sedekah kita hanya sepuluh ribu. Maka, saat Allah lebihkan harta kita sudah seharusnya kita juga menaikkan jumlah sedekah yang kita keluarkan. Sebab, inilah tanda bersyukur seorang hamba terhadap rezeki yang Allah berikan. Ketika hartanya banyak sedekahnya pun ikut banyak. Semakin banyak kita mengeluarkan harta di jalan Allah, semakin banyak pula balasan yang akan Allah berikan. Inilah janji Allah dalam Al-Qur'an yang wajib diyakini oleh setiap muslim.

d. Interpretasi Pesan Dakwah

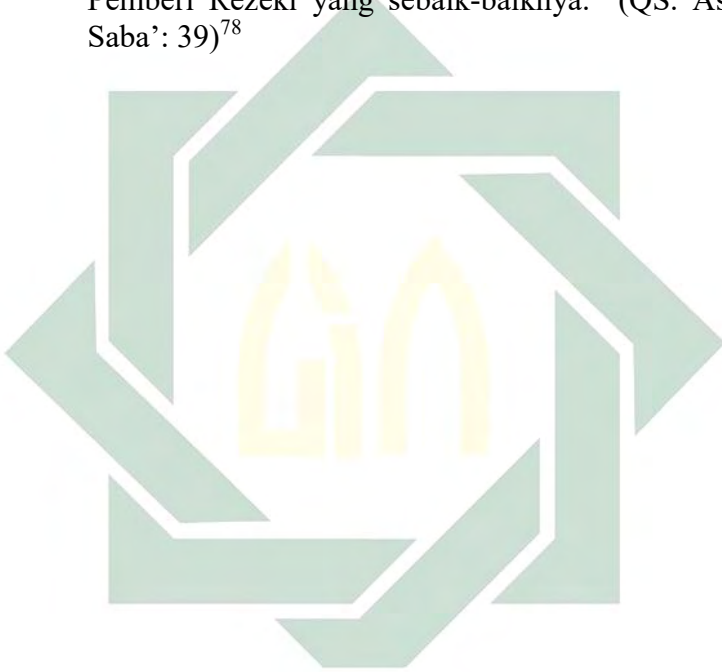
Pesan dakwah yang terdapat pada gambar karya visual di atas adalah pesan syariah, yakni ibadah kepada Allah. Ketika Allah menaikkan level rezeki, hendaklah sebagian dari rezeki yang dikasih oleh Allah disedekahkan agar menjadi amal jariyah di akhirat kelak. Bukan malah dibuat foya-foya untuk menuruti kesenangan dunia, yang tidak ada keberkahannya. Harta yang disedekahkan di jalan Allah tidak akan berkurang sedikitpun, melainkan keberkahannya malah bertambah. Boleh jadi kita bersedekah seratus ribu, tapi Allah berikat ganti

⁷⁷ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta: Penerbit WALI, 2013), 281.

dengan satu juta. Sebagaimana dalam firman Allah Surat As-Saba' ayat 39 dijelaskan:

وَمَا أَنْفَقْتُمْ مِنْ شَيْءٍ فَهُوَ يُخْلِفُهُ وَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ

“Dan barang apa saja yang kamu nafkahkan, maka Allah akan menggantinya dan Dia-lah Pemberi Rezeki yang sebaik-baiknya.” (QS. As-Saba': 39)⁷⁸



⁷⁸ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta: Penerbit WALI, 2013), 217.

BAB V KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Dari analisis semiotika yang telah digunakan pada karya visual akun instagram @sketsadakwah dengan menggunakan analisis semiotika model Roland Barthes, peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa dalam akun instagram @sketsadakwah terdapat makna denotasi, konotasi dan mitos, antara lain:

1. Makna denotasi yang dihasilkan dan tergambar jelas dari akun instagram @sketsadakwah adalah *desainer* kebanyakan menggunakan font *handwriting* berupa jenis huruf *Sans Serif Comic Sans MS*, penggunaan ilustrasi kartun sebagai penguat dan latar warna mayoritas abu-abu, ungu dan coklat.
2. Makna konotasi pada akun instagram @sketsadakwah dilihat dari ilustrasi dan teks secara keseluruhan diambil dari simbol atau tanda yang familiar di masyarakat.
3. Makna mitos pada desain komunikasi visual akun instagram @sketsadakwah kebanyakan mengangkat realitas sosial yang disertai ajakan untuk kembali untuk mendekat kepada Allah Swt.

Kemudian dari hasil analisis di atas juga diperoleh makna pesan dakwah pada desain komunikasi visual akun instagram @sketsadakwah, antara lain: pesan aqidah yang terdapat pada karya visual berisi beriman kepada Allah untuk meningkatkan iman seseorang dengan meluangkan waktunya untuk mendekatkan diri pada Allah dan beriman kepada kitab Allah untuk lebih

dekat lagi dengan Al-Qur'an; pesan akhlak yang terdapat pada karya visual berisi akhlak terhadap diri sendiri, yaitu untuk menjadi wanita shalihah harus memiliki sifat-sifat yang mencerminkan wanita shalihah dan akhlak kepada lawan jenis, yaitu berhati-hati dalam berkomunikasi terhadap lawan jenis; dan pesan syariah yang terdapat pada karya visual berisi untuk lebih mengingat kepada kematian, karena kematian bisa datang kapan saja dan bersedekah ketika mendapatkan rezeki lebih dari Allah.

B. Saran

Berdasarkan penelitian mengenai Desain Komunikasi Visual Akun Instagram @sketsadakwa, peneliti ingin memberikan saran atau rekomendasi terhadap penelitian ini ditujukan agar menjadi masukan untuk penelitian yang akan mendatang, antara lain:

1. Kepada masyarakat pengguna instagram untuk mengikuti (*follow*) akun instagram @sketsadakwa, karena instagram tersebut selalu menyajikan karya visual dengan isi pesan yang sesuai dengan fenomena yang ada di setiap kejadiannya dan menambah wawasan keilmuan.
2. Kepada pengampu akademis, peneliti berharap agar mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam yang akan menggunakan analisis Semiotika Roland Barthes untuk lebih memahami dan memperhatikan teori yang terdapat di dalamnya serta alat yang digunakan untuk dalam proses penelitian guna memperoleh hasil penelitian yang relevan.
3. Kepada pengagas akun instagram @sketsadakwa, untuk ke depannya semakin lagi membuat karya-karya visual dakwah dan semakin menyeluruh

dakwahnya. Hal ini untuk mendukung eksistensi dakwah di tengah maraknya permasalahan-permasalahan yang ada di masyarakat.

C. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan penelitian, antara lain sebagai berikut :

1. Keterbatasan penelitian ini hanya terdapat pada kemampuan peneliti dalam menganalisis semiotika model Roland Barthes dengan tiga makna, yakni denotasi, konotasi dan mitos.
2. Dalam penelitian ini, sampel yang digunakan dalam analisis data hanya terbatas pada karya visual yang mengandung pesan dakwah akidah, akhlak dan syariah.
3. Keterbatasan penelitian ini hanya menggunakan teknik analisis semiotika model Roland Barthes saja, tanpa menggunakan metode lainnya seperti analisis wacana maupun analisis framing.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- AB, Syamsudin., *Pengantar Sosiologi Dakwah*, Jakarta: Kencana, 2016.
- Amin, Samsul Munir., *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Amzah, 2013.
- Anggraini S, Lia dan Nathalia, Kirana., *Desain Komunikasi Visual: Dasar-Dasar Panduan Untuk Pemula*, Bandung: Nuansa Cendikia, 2014.
- Aziz, Moh. Ali., *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Kencana Perdana Media Group, 2017.
- Bahri, Fathul An-Nabiry, *Meniti Jalan Dakwah: Bekal Perjuangan Para Da'I*, Jakarta: Amzah, 2008.
- Basit, Abdul., *Filsafat Dakwah*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Birowo, M. Antonius., *Metode Penelitian Komunikasi*, Yogyakarta: Gitanyali, 2004.
- Fitriah, Maria., *Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Komunikasi Visual*, Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- Hendratman, Hendri., *Computer Graphyc Desain Edisi Revisi Ke-3*, Bandung: Informatika Bandung, 2017.
- Hikmat, Mahi M. “*Metode Penelitian Dalam Perspektif Ilmu Komunikasi dan Sastra*” cet. 01, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011.
- Ilaihi, Wahyu., *Komunikasi Dakwah*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010.
- Ilyas, Yunahar., *Kuliah Akhlak*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset 2006.

- Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Jakarta: Penerbit WALI, 2013.
- Komputer, Wahana., Seri Buku Pintar, *Menjadi Seorang Desainer Grafis*, Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2007.
- Krisianto, Andy., *Internet untuk Pemula*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2014.
- Kusrianto, Adi., *Pengantar Desain Komunikasi Visual*, Yogyakarta: Andi, 2009.
- Munir, M., Ilaihi, Wahyu., *Manajemen Dakwah*, Jakarta: Kencana, 2006).
- Nata, Abudin., *Akhlaq Tasawuf*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1997.
- Romli, ASM., *Jurnalistik Online*, Bandung: Nuansa Cedekia, 2015.
- Saputra, Wahidin., *Pengantar Ilmu Dakwah*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011.
- Singarimbun, Marsi., *Metode Penelitian Survey*, Jakarta: LP3LS, 1989.
- Sobur, Alex., *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2006.
- Sobur, Alex., *Semiotika Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003.
- Sriwitari, Ni Nyoman., dan Widnyana, I Gusti Nyoman., *Desain Komunikasi Visual*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014.

- Subagyo, P. Joko., *Metode Penelitian Dalam Teori Dan Praktek*, Jakarta: Rineka, 2004.
- Sulianta, Feri., *Keajaiban Sosial Media*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2015.
- Supriyono, Rakhmat., *Desain Komunikasi Visual: Teori dan Aplikasi*, Yogyakarta: Andi Offset, 2019.
- Syukir, Asmuni., *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, Surabaya: Al-Ikhlash, 1983.
- Tasmoro, Toto., *Komunikasi Dakwah cet. 1*, Jakarta: Gaya Media Pertama, 1997.
- Tinarbuko, Sumbo., *Semiotika Komunikasi Visual*, Yogyakarta: Jalasutra, 2009.
- Widjaja, H.A.W., *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*, Jakarta: Rineka Cipta, 1988.
- Ya'qub, Hamzah., *Publistik Islam "Teknik Dakwah dan Leadership"*, Bandung: CV. Diponegoro, 1992.

Jurnal

- Anindita, Marsha dan Teguh Riyanti, Menul., "Tren Flat Design dalam Desain Komunikasi Visual", *Jurnal Dimensi DKV*, Vol. 1, No. 1 April 2016.
- Bintarto, Joko., "Kajian Semiotika Pada Logo Sanggar Reog Singo Barong Kabupaten Langkat", *Jurnal Proporsi*, Vol. 2, No. 1 November 2016.
- Habibah, Syarifah., "Akhlaq dan Etika dalam Islam", *Jurnal Pesona Dasar*, Vol. 1, No. 4, Oktober 2015.

Luzar, Laura Christina dan Monica., “Efek Warna Dalam Dunia Desain dan Periklanan”, *Jurnal Humaniora* Vol. 2, No. 2 Oktober 2011.

Pardianto, “Meneguhkan Dakwah Melalui New Media”, *Jurnal Komunikasi Islam Jurusan KPI Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya*, Vol.3 : 01 Juni, 2014.

Pradipta, Damara Alif., “Miskomunikasi Visual dalam Poster Instastory Instagram Acara Gelar Cipta Tata Rias 2019: Indonesian Floklor”, *Art and Design Journal*, Vol. 3, No. 1, Juni 2020.

Walenna, MAA., “Studi Komparatif Hukum Tabdzir dan 7 Waste Dalam Proses Manufaktur Untuk Meminimalkan Biaya (cost)”, *Jurnal Prosiding Konferensi Integrasi Interkoneksi Islam dan Sains*, Vol. 1, September 2018.

Internet

Hasan, Eva F., *Chatting dengan Lawan Jenis Bukan Muhrim, Bolehkah?*, diakses pada tanggal 23 Desember 2020, dari <https://www.islampos.com/chatting-dengan-lawan-jenis-bukan-muhrim-bolehkah-24619/>

Imam, Mustafa., *Pengguna Instagram di Indonesia Didominasi Wanita dan Generasi Milenial*, diakses pada tanggal 30 September 2020 dari <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2020/06/14/pengguna-instagram-di-indonesia-didominasi-wanita-dan-generasi-milenial/amp>

Komunikasi, Pakar., *Desain Komunikasi Visual: Pengertian, Ruang Lingkup dan Jenisnya*, diakses pada tanggal 04 Februari 2021 dari <https://pakarkomunikasi.com/komunikasi-visual>

Raya, Thib., *Al-Qur'an Memiliki Banyak Fungsi*, diakses pada tanggal 22 Desember 2020 dari <https://kemenag.go.id/berita/read/202821/thib-roya--al-quran-memiliki-banyak-fungsi>

Risalah, *Matimu Tak Jauh dari Kebiasaanmu*, di akses pada tanggal 23 Desember 2020, dari <https://indonesiainside.id/risalah/2020/02/03/matimu-tak-jauh-dari-kebiasaanmu>

Tuasikal, M. Abduh., *Mati Su'ul Khotimah*, diakses pada tanggal 24 Desember 2020 dari <https://rumaysho.com/1301-mati-suul-khotimah.html>

University, Binus., *Fotografi sebagai Ilustrasi*, diakses pada tanggal 21 November 2020 dari <https://dkv.binus.ac.id/2015/10/12/fotografi-sebagai-ilustrasi/>.