



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DESAIN VISUAL DAKWAH PADA AKUN INSTAGRAM @*kata_nabi*

SKRIPSI

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

Oleh:

Tedy Firmansyah Susanto

NIM. B01218041

Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
Surabaya 2021

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Bismillahirrohmanirrohiim

Yang Bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Tedy Firmansyah Susanto

NIM : B01218041

Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi berjudul *Desain Visual Dakwah pada Akun Instagram @kata_nabi* adalah benar merupakan karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

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

Sidoarjo, 21 Desember 2021

Yang membuat pernyataan



Tedy Firmansyah Susanto

NIM : B01218041

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Tedy Firmansyah Susanto
NIM : B01218041
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul Skripsi : Desain Visual Dakwah pada Akun Instagram
@kata_nabi

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

Surabaya, 21 Desember 2021

Menyetujui
Dosen Pembimbing



Dr. Sokhi H da, M. Ag
NIP. 196701282003121001

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

DESAIN VISUAL DAKWAH PADA AKUN INSTAGRAM
@kata_nabi

SKRIPSI

Disusun oleh
Tedy Firmansyah Susanto
B01218041

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata satu
Pada tanggal 11 Januari 2022

Tim Penguji

Penguji I

Dr. Sokhi Huda, M.Ag
NIP. 196701282003121001

Penguji III

Dr. H. Sunarto AS, MEI
NIP. 195912261991031001

Penguji II

Dr. H. Abd. Syakur, M. Ag
NIP. 196607042003021001

Penguji IV

Dr. Hj. Luluk Fikri Zuhriyah, M. Ag
NIP. 196912041997032007

Surabaya, 11 Januari 2022

Dekan,



Dr. H. Sobri Halim, M.Ag
NIP. 195607251991031003



UIN SUNAN AMPEL
SURABAYA

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpustakaan@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 : Tedy Firmansyah Susanto
NIM : B01218041
Fakultas/Jurusan : Dakwah dan Komunikasi/Komunikasi dan Penyiaran Islam
E-mail address : tedyfirmansyahsusanto@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 :

Desain Visual Dakwah pada Akun Instagram @kata_nabi

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, 12 Agustus 2022

Penulis

(.....)
Tedy Firmansyah Susanto

ABSTRAK

Tedy Firmansyah Susanto, NIM. B01218041, 2021. *Desain Visual Dakwah pada Akun Instagram @Kata_Nabi*.

Penelitian ini berusaha menjawab rumusan masalah: (1) Bagaimana elemen desain akun Instagram @kata_nabi, (2) Bagaimana makna elemen desain akun Instagram @kata_nabi, dan (3) Bagaimana karakter desain akun Instagram @kata_nabi.

Untuk mengidentifikasi persoalan tersebut secara mendalam maka peneliti menggunakan analisis deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Peneliti akan menggunakan 6 unggahan sebagai objek penelitian. Data yang diperoleh melalui hasil observasi, wawancara dan dokumentasi selanjutnya dianalisis dengan menggunakan teori analisis Semiotika Charles Sanders Peirce, yaitu representamen, objek, dan interpretan.

Hasil penelitian ini adalah unggahan poster dakwah pada akun Instagram @kata_nabi memiliki elemen desain berupa ilustrasi, warna, dan tipografi. Elemen desain tersebut dirangkai sebagai penjelas pesan dakwah dan upaya meneladani hadist Nabi.

Dari elemen desain visual dakwah yang telah diteliti, elemen-elemen tersebut membentuk karakter atau kesamaan desain yang sederhana, ramah, dan bersahabat pada setiap unggahannya.

Rekomendasi serta saran untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat meneliti media dakwah lain dengan fokus penelitian pada elemen-elemen yang lain.

Kata Kunci : *Desain, Media Dakwah, Analisis Semiotik Charles Sanders Peirce, Instagram @kata_nabi*

ABSTRACT

Tedy Firmansyah Susanto, NIM. B01218041, 2021. *Visual Da'wah Design on Instagram Account @Kata_Nabi*.

This research attempts to answer the problem formulations: (1) How are the design elements of the @kata_nabi Instagram account, (2) What is the meaning of the design elements of the @kata_nabi Instagram account, and (3) How are the design character of the @kata_nabi Instagram account.

To identify these problems in depth, the researchers used descriptive analysis using a qualitative approach. Researchers will use 6 uploads as research objects. The data obtained through observations, interviews and documentation were then analyzed using Charles Sanders Pierce's theory of Semiotics analysis, namely representamen, objects, and interpretants.

The result of this research is that the upload of propaganda posters on the @kata_nabi Instagram account has design elements in the form of illustrations, colors, and typography. The design elements are arranged as an explanation of the message of da'wah and efforts to imitate the hadith of the Prophet.

From the visual da'wah design elements that have been researched, these elements form a simple, friendly, and friendly character or design similarity in each upload.

Recommendations and suggestions for further research are expected to be able to examine other da'wah media with a research focus on other elements.

Keywords: *Design, Da'wah Media, Semiotic Analysis
Charles Sanders Pierce, Instagram @kata_nabi*

مجرد

تيدي فرمانسيه سوسانتو ، نيم. B01218041، 2021. تصميم الدعوة المرئية على حساب
InstagramKata_Nabi

تسعى هذه الدراسة للإجابة على صياغة المشكلة: (1) كيف هي عناصر تصميم
حساب kata_nabi Instagram ، (2) ما معنى عناصر التصميم لحساب kata_nabi
Instagram ، و (3) كيف يتم الطابع التصميمي لحساب kata_nabi Instagram

لتحديد هذه المشاكل بعمق ، استخدم الباحثون التحليل الوصفي باستخدام نهج نوعي. يستخدم
الباحثون 6 تحميلات كأغراض بحث. ثم تم تحليل البيانات التي تم الحصول عليها من خلال نتائج
الملاحظات والمقابلات والتوثيق باستخدام نظرية تشارلز ساندرز بيرس لتحليل السيميائية ، أي الممثلين
والأشياء والمفسرين.

نتيجة هذا البحث أن تحميل الملصقات الدعائية على حساب kata_nabi Instagram يحتوي
على عناصر تصميم على شكل رسوم توضيحية وألوان وطباعة. تم ترتيب عناصر التصميم على أنها
شرح لرسالة الدعوة وجهود لتقليد حديث الرسول.
من عناصر تصميم الدعوة المرئية التي تم البحث عنها ، تشكل هذه العناصر طابعًا بسيطًا ووديًا وودودًا
أو تشابهًا في التصميم في كل تحميل.
من المتوقع أن تكون التوصيات والاقتراحات لمزيد من البحث قادرة على فحص وسائل الإعلام
الدعوية الأخرى مع التركيز في البحث على العناصر الأخرى.

الكلمات المفتاحية: التصميم ، الإعلام الدعوي ، التحليل
السيميائي تشارلز ساندرز بيرس ، إنستغرام
تضمنين التغريدة

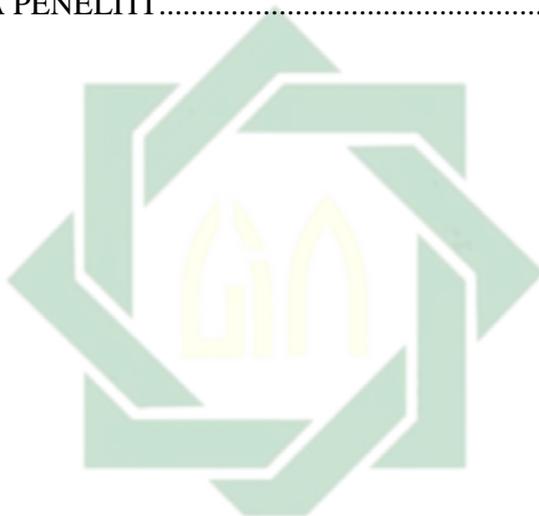
DAFTAR ISI

SKRIPSI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
مجرد.....	vii
TRANSLITERASI.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Definisi Konsep.....	7
1. Elemen Desain	7
2. Karakter Desain.....	8
3. Visual Dakwah Instagram.....	9

F. Sistematika Pembahasan	10
BAB II DESAIN VISUAL DAKWAH	11
A. Kajian Tentang Ilmu Dakwah	11
1. Media Dakwah	12
2. Pesan Dakwah	14
B. Kajian Tentang Desain Visual Dakwah	15
1. Desain Visual Dakwah.....	15
2. Elemen Desain	16
3. Karakter Desain.....	18
4. Media Dakwah Instagram	27
5. Dakwah Bil-Qalam	28
C. Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	30
BAB III METODE PENELITIAN	39
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	39
B. Objek dan Subjek Penelitian	40
C. Jenis dan Sumber Data	40
D. Tahap-Tahap Penelitian.....	41
E. Teknik Pengumpulan Data.....	42
F. Teknik Analisis Data.....	43
G. Teknik Keabsahan Data.....	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
A. Gambaran Umum Akun Instagram @ <i>kata_nabi</i>	46
B. Penyajian Data.....	50
C. Analisis Data	57

BAB V PENUTUP	95
A. Simpulan.....	95
B. Rekomendasi	95
C. Keterbatasan Penelitian.....	96
DAFTAR PUSTAKA	97
BIODATA PENELITI.....	103



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Macam – Macam Garis	18
Tabel 2.2 Macam-Macam Bentuk.....	20
Tabel 2.3 Macam-Macam Tipografi	21
Tabel 2.4 Macam-Macam Warna	26
Tabel 2.5 Penelitian Terdahulu	34
Tabel 4.1 Data Poster 1	51
Tabel 4.2 Data Poster 2	52
Tabel 4.3 Data Poster 3	53
Tabel 4.4 Data Poster 4	54
Tabel 4.5 Data Poster 5	55
Tabel 4.6 Data Poster 6	56
Tabel 4.7 Analisis Poster 1	58
Tabel 4.8 Analisis Poster 2	61
Tabel 4.9 Analisis Poster 3	68
Tabel 4.10 Analisis Poster 4	74
Tabel 4.11 Analisis Poster 5	80
Tabel 4.12 Analisis Poster 6	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3 Elemen Makna Pierce	44
Gambar 4.1 Logo Kata Nabi	46
Gambar 4.2 Tampilan <i>Followers</i> dan Unggahan	47
Gambar 4.3 Poster 1	51
Gambar 4.4 Poster 2.....	52
Gambar 4.5 Poster 3	53
Gambar 4.6 Poster 4.....	54
Gambar 4.7 Poster 5.....	55
Gambar 4.8 Poster 6.....	56
Gambar 4.9 Poster 1	58
Gambar 4.10 Poster 2.....	61
Gambar 4.11 Poster 3.....	68
Gambar 4.12 Poster 4.....	74
Gambar 4.13 Poster 5.....	80
Gambar 4.14 Poster 6.....	84

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Semakin majunya peradaban dan perkembangan teknologi yang pesat saat ini membuat segala sesuatu dapat dilakukan dengan mudah dan cepat. Begitu pula dalam hal komunikasi, banyak jenis komunikasi yang bisa dilakukan baik antar individu maupun individu terhadap kelompok yang bisa dilakukan dalam satu waktu sekaligus.

Seiring perkembangan teknologi yang semakin pesat, situs jejaring sosial pun juga makin beragam dalam memenuhi kebutuhan komunikasi. Mulai dari Facebook, Twitter, Tiktok, Youtube, dll. Masing-masing memiliki fungsi dan fitur yang berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan masing-masing masyarakat yang semakin beragam dalam berinteraksi.

Dakwah pun juga demikian, dakwah yang telah dilakukan sejak jaman kenabian. Semua nabi dan sahabat kala itu diwajibkan untuk menyampaikan ajaran agama Allah SWT. Salah satu ayat yang mengajak dan menyeru tentang dakwah tertera dalam Al-Qur'an surat Al – Baqarah (2:221):

وَلَا تَنْكِحُوا الْمُشْرِكِيْنَ حَتَّىٰ يُؤْمِنَ ۚ وَلَا مِمَّا مُؤْمِنَةٌ حَيْرٌ مِّنْ مُّشْرِكَةٍ
وَلَوْ أَعْجَبَتْكُمْ ۚ وَلَا تَنْكِحُوا الْمُشْرِكِيْنَ حَتَّىٰ يُؤْمِنُوا ۚ وَلَعَبْدٌ مُّؤْمِنٌ
حَيْرٌ مِّنْ مُّشْرِكٍ ۚ وَلَوْ أَعْجَبَكُمْ ۚ أُولَٰئِكَ يَدْعُونَ إِلَى النَّارِ ۗ وَاللَّهُ يَدْعُو
إِلَى الْجَنَّةِ وَالْمَغْفِرَةِ بِإِذْنِهِ ۗ وَيُبَيِّنُ اللَّهُ لِلنَّاسِ لَعَلَّهُمْ يَتَذَكَّرُونَ

Dan janganlah kamu nikahi perempuan musyrik, sebelum mereka beriman. Sungguh, hamba sahaya perempuan yang beriman lebih baik daripada perempuan musyrik meskipun dia menarik hatimu. Dan janganlah kamu nikahkan orang (laki-laki) musyrik (dengan perempuan yang beriman) sebelum mereka beriman. Sungguh, hamba sahaya laki-laki yang beriman lebih baik daripada laki-laki musyrik meskipun dia menarik hatimu. Mereka mengajak ke neraka, sedangkan Allah mengajak ke surga dan ampunan dengan izin-Nya. (Allah) menerangkan ayat-ayat-Nya kepada manusia agar mereka mengambil pelajaran.²

Dakwah yang diartikan sebagai aktifitas penyampaian ajaran islam untuk menciptakan masyarakat yang mengamalkan ajaran keislaman di kehidupannya³ dulu banyak dilakukan hanya dalam bentuk ceramah atau pengajian saja, kini dakwah juga bias dijumpai melalui media yang mudah diakses masyarakat serta dengan bentuk yang menarik dan variatif.

Menyampaikan pesan dakwah di era teknologi saat ini dirasa paling mudah dengan menggunakan media, baik itu media *mainstream* maupun media sosial yang kini semakin banyak digunakan. Apalagi saat ini masih dalam masa pandemi yang mengharuskan masyarakat untuk tidak bisa membuat kerumunan dan harus menjaga jarak. Membuat media sosial dan media *mainstream* menjadi solusi yang

² Qur'an Kemenag, "Al-Baqarah - البقرة | Qur'an Kemenag," accessed October 20, 2021, <https://quran.kemenag.go.id/sura/2/221>.

³ Moh. Hasan, *Motodologi Pengembangan Ilmu Dakwah* (Surabaya: Pena Salsabila, 2013), 11.

paling pas untuk berkomunikasi begitu juga menyampaikan pesan dakwah.

Dalam dakwah, media diartikan sebagai perantara atau alat penyampai pesan dari komunikator kepada mitra dakwah.⁴ Banyak macam media yang bisa digunakan untuk menyampaikan pesan dakwah seperti karya tulisan/gambar maupun audio-visual. Salah satu sosial media yang mulai dijadikan media dakwah saat ini yaitu Instagram. Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri.⁵

Instagram memiliki banyak kelebihan seperti menyampaikan informasi yang mengedepankan tampilan yang menarik. Pada awal kemunculannya, instagram yang dirintis oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger hanya memiliki fungsi untuk berbagi foto antar pengguna yang juga bisa menjalin pertemanan⁶, namun kini Instagram telah mengalami peningkatan di pada fitur sehingga kini banyak digunakan untuk penyebaran informasi, konten edukasi, bisnis, hingga media dakwah.

Saat ini dakwah semakin masif dilakukan tidak hanya oleh ustadz atau da'i saja namun juga oleh kreator-creator digital yang peduli dan ikut dalam penyampaian ajaran keislaman. Banyak dari mereka memanfaatkan media Instagram sebagai sarana penyampaian ajaran keislaman.

⁴ Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, 6th ed. (Jakarta: KENCANA, 2017), 346.

⁵ Wikipedia, "Instagram," accessed September 7, 2021, <https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>.

⁶ Jubilee Enterprise, *Instagram Untuk Fotografi Digital Dan Bisnis Kreatif* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2012), 2.

Kemampuan da'I dalam memanfaatkan perkembangan teknologi komunikasi perlu terus diupayakan agar dakwah betul-betul bisa dirasakan manfaatnya oleh masyarakat, dalam hal ini da'I dapat menerapkan prinsip "*khair al-nas anfa'uhum li al-nas*" sebagai landasan dalam menggerakkan dakwah kepada masyarakat.⁷ Ada beberapa akun Instagram yang juga menyampaikan dakwah seperti @qomikin, @dakwahvisual.id, @sketsadakwah, dan masih banyak lagi.

Para kreator dan da'I dapat memilih berbagai bentuk dan cara dalam penyampaian dakwah di Instagram, seperti penyajian dalam bentuk visual (gambar diam), audio (suara), maupun audio visual (gambar dan suara). Bentuk yang sering dijumpai pada Instagram kebanyakan berupa visual seperti foto, gambar, maupun perpaduan dari desain yang menarik. Bentuk seperti ini memiliki tingkat efisien yang cukup baik karena dapat langsung menarik perhatian orang yang melihatnya. Hal ini tentu juga tergantung dari bagaimana kreator/da'I merangkai karya visual sehingga dapat menarik perhatian orang yang melihatnya. Pada teori AIDDA (attention, Interest, Disire, Decision, Action) menjelaskan bahwa setiap proses komunikasi baik langsung maupun massa harus dimulai dengan menarik perhatian sehingga mendatangkan daya tarik bagi komunikan.⁸ Hal itu pula yang saat ini harus diterapkan dalam pembuatan karya visual ketika membuat konten dakwah.

Ditengah banyaknya akun Instagram yang menjadi media penyampai pesan dakwah, ada salah satu akun yang

⁷ Abdul Basit, "Dakwah Cerdas Di Era Modern" 03, no. 01 (2013): 93.

⁸ Amril Amrullah, "PENGARUH TAYANGAN UPIN DAN IPIN TERHADAP PENGGUNAAN BAHASA MELAYU MURID SDN 001 SAMBUTAN SAMARIND," *eJournal Ilmu Komunikasi* 5, no. 3 (2017): 133.

menarik dalam penyampaian konten dakwahnya, yaitu akun @kata_nabi⁹. Akun yang diikuti oleh tiga ratus ribu lebih pengguna aktif Instagram ini memiliki ciri khas tersendiri dengan membagikan karya dakwah visual yang mengangkat tema sunnah dan hadist rasul yang didesain secara kreatif dan menarik sehingga membantu dalam penyampaian pesan dakwah.

Peneliti tertarik untuk meneliti akun media sosial Instagram @kata_nabi ini karena mengandung unsur dakwah visual yang menjadikan salah satu contoh karya kreatif dalam penyampaian dakwah melalui media Instagram. Penelitian ini akan berfokus pada bagaimana akun @kata_nabi mendesain karya dakwah visual menjadi konten dakwah yang dikaitkan pada unsur-unsur desain seperti garis, typografi, warna, dan ilustrasi, lalu dari unsur-unsur tersebut akan dianalisis maknanya. Serta bagaimana akun ini menyampaikan pesan dakwah sehingga mudah dipahami.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Bagaimana elemen desain akun Instagram @kata_nabi?
2. Bagaimana makna elemen desain akun Instagram @kata_nabi?
3. Bagaimana karakter desain akun Instagram @kata_nabi ?

⁹ “Kata_nabi 📖 (@kata_nabi) • Instagram Photos and Videos,” accessed October 13, 2021, https://www.instagram.com/kata_nabi/?hl=en.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengetahui elemen desain pada akun Instagram @kata_nabi
2. Mengetahui makna elemen desain pada akun Instagram @kata_nabi
3. Mengetahui karakter desain pada akun Instagram @kata_nabi.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - a. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberi sumbangsih pemikiran, wawasan, serta pengetahuan dalam keilmu dakwah islam, khususnya pada media dakwah. Karena seiring dengan perkembangan jaman, perlunya ada banyak sumbangsih pemikiran dan wawasan mengenai dunia dakwah yang memanfaatkan media social sebagai sarana penyampaian dakwahnya.
 - b. Memberikan sumbangsih pemikiran mengenai penyampaian dakwah yang beragam dan menarik melalui media Instagram.
2. Manfaat Praktis
 - a. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat serta ikut berkontribusi di bidang praktis akademis khususnya pada komunikasi dan dakwah islam.
 - b. Diharapkan dapat menjadi referensi bagi da'I dan kreator serta pengelola akun yang ingin memanfaatkan Instagram sebagai media penyampai

pesan dakwah di era sekarang hingga masa yang akan datang.

E. Definisi Konsep

1. Elemen Desain

Menurut KBBI elemen atau yang juga bisa diartikan sebagai unsur adalah bagian dalam suatu kesatuan, elemen juga bisa diartikan sebagai komposisi.¹⁰ Unsur sendiri merupakan bagian kecil dari kelompok yang lebih besar.¹¹ Dalam desain visual dakwah, elemen desain dapat berupa garis, bentuk, gambar (ilustrasi), penataan huruf (typography), serta penataan tempat (layout).¹²

Sedangkan desain menurut kamus bahasa adalah kerangka bentuk dan rancangan.¹³ Menurut pakar semiotika visual Sumbo Tinarbuko, desain disebut juga ilmu yang mempelajari konsep komunikasi dan ungkapan daya kreatif, yang diaplikasikan melalui berbagai media komunikasi dengan mengolah beberapa elemen desain seperti gambar, huruf, warna dan layout.¹⁴

¹⁰ Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, “Elemen,” accessed September 23, 2021, <https://kbbi.web.id/elemen>.

¹¹ Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, “Unsur,” accessed October 23, 2021, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/unsur>.

¹² I I Kahfi, “Karakter Desain Dakwah Visual Pada Akun Instagram"@Lemonmove” (Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2021), 9, <http://digilib.uinsby.ac.id/47961/>.

¹³ Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, “Desain,” accessed October 23, 2021, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/desain>.

¹⁴ Namuri Migotuwio, *Desain Grafis: Kemarin, Kini, Dan Nanti* (Pati: Alinea Media Dipantara, 2020), <https://penerbitalinea.com/product/desain-grafis-kemarin-kini-dan-nanti/%0Ahttps://books.google.co.id/books?id=RPTHDwAAQBAJ&pg=PA>

Desain yang awalnya disebut desain grafis, kini lebih dikenal dengan desain komunikasi visual sejak munculnya berbagai media komunikasi berbasis internet. Oleh karena itu istilah desain pada penelitian ini diartikan sebagai desain visual dakwah. Desain visual dakwah pada akun Instagram berarti desain komunikasi visual melalui media sosial Instagram yang tetap berpedoman pada ketentuan Allah SWT¹⁵, atau dengan kata lain dapat diartikan desain komunikasi visual yang digunakan untuk menyebarkan dakwah Islam menggunakan media sosial Instagram.

2. Karakter Desain

Dalam KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), karakter diartikan sebagai sebagai sifat yang membedakan satu hal dengan hal lainnya, baik itu berupa huruf, angka atau simbol lain yang nampak.¹⁶ Karakter dapat menunjukkan identitas dari suatu pihak hingga dapat mencerminkan ciri khusus dari pihak tersebut.

Dalam karakter sebuah desain, seorang kreator atau *desainer* harus mampu memahami *trend* yang sedang ramai. Mereka harus mampu menggambarkan permasalahan dengan sebaik mungkin. Ide kreatif juga dituntut dalam pembuatan karya desain. Karya yang dianggap kreatif dan memuat *trend* serta permasalahan

64&dq=flat+desain&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwjip5P_5KTqAhWt6nMBHaSMCygQ6AEwAXoECAAQAg#v=onepage&q=flat desain&f=false.

¹⁵ Mokhammad Mahfud and Rama Kertamukti, "DESAIN KOMUNIKASI DAKWAH VISUAL ANIMASI 2D UNTUK ANAK (Studi Deskriptif Kualitatif Di SDN Monggang Pendowoharjo Sewon Bantul)" 09, no. 2 (2016): 47.

¹⁶ Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, "Karakter," accessed September 23, 2021, <http://kbbi.web.id/karakter>.

terkini dan terbaru akan banyak menarik perhatian dari masyarakat. Dengan tanda ini maka *desainer* menganggap karya mereka telah mendapat pola yang pas sehingga akan menggunakan model desain serupa secara berulang. Hal yang diulang-ulang tersebut dapat dikatakan sebagai karakter desain.

3. Visual Dakwah Instagram

Dakwah berasal dari baha Arab “*da’wah*” (الدعوة) yang berarti menyeru, memanggil, mengundang, dll.¹⁷ Dakwah umum memiliki defisini sebagai kegiatan peningkatan keimanan menurut syariat islam dengan mengajak kepada kebaikan dan menjauhi kemungkarannya.¹⁸ Dari definisi tersebut dapat diartikan bahwa dakwah juga merupakan sebuah kegiatan komunikasi karena sama-sama melakukan proses penyampaian pesan. Dalam KBBI, visual didefinisikan sebagai suatu yang dapat ditangkap oleh indra penglihatan (mata).¹⁹ Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri.²⁰

Dari beberapa definisi diatas, visual dakwah Instagram berarti kegiatan penyampaian pesan keimanan melalui sebuah karya yang dapat dilihat dengan memanfaatkan media Instagram sebagai perantaranya.

¹⁷ Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, 5.

¹⁸ Ibid., 16.

¹⁹ Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, “Visual,” accessed September 23, 2021, <https://kbbi.web.id/visual>.

²⁰ Wikipedia, “Instagram.”

Dengan kata lain, dakwah visual Instagram adalah karya visual di Instagram yang mengandung unsur dakwah.

F. Sistematika Pembahasan

Adanya Sistematika Pembahasan pada proposal ini guna untuk memberi gambaran secara garis besar. Sistematika tersebut meliputi :

1. Bagian Awal
Terdiri dari: Judul Penelitian (Cover), Lembar Persetujuan Pembimbing, Pengesahan Tim Penguji, Motto dan Persembahan, Abstrak, Kata Pengantar, Daftar Isi, dan Daftar Tabel.
2. Bagian Inti
BAB I: Pendahuluan yang meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi konsep, kerangka teoretik, metode penelitian, dan sistematika penelitian.
BAB II: Kajian pustaka meliputi teori dakwah dimana terdapat media dakwah, pesan dakwah, metode dakwah, desain grafis, Desain Visual Dakwah, Karakter Desain, Unsur-Unsur Desain, Media Instagram, Dakwah Bil-Qalam.
BAB III: Metode penelitian meliputi pendekatan dan jenis penelitian, jenis dan sumber data, tahapan penelitian, dan teknik analisis data.
BAB IV: Penyajian dan analisis data meliputi pemaparan deskriptif bagaimana objek yang dikaji serta sejauh mana keterkaitan data dengan teori dalam memaparkan hasil dalam laporan penelitian.
BAB V: Penutup berisi kesimpulan dan saran.
3. Bagian Akhir
Daftar Pustaka

BAB II DESAIN VISUAL DAKWAH

A. Kajian Tentang Ilmu Dakwah

Menurut Ali Aziz dalam buku Ilmu Dakwah, dakwah adalah kegiatan peningkatan keimanan manusia menurut syariat islam.²¹ Dakwah juga bisa diartikan *Amar Ma'ruf Nahi Mungkar* atau mengajak dan menyeru. Baik mengajak dalam kebaikan dan menyeru untuk menjauhi kemungkaran.²² Ajakan untuk melakukan kebaikan dan menjauhi kemungkaran juga dijelaskan dalam Al-Qur'an surah Al-Baqarah (2) ayat 221 yang berbunyi:

وَلَا تَنْكِحُوا الْمُشْرِكَةَ حَتَّىٰ يُؤْمِنَ ۖ وَلَا أُمَّةً مُّؤْمِنَةً حَيْرٌ مِّنْ مُّشْرِكَةٍ
وَلَوْ أَعْجَبَتْكُمْ ۗ وَلَا تُنكِحُوا الْمُشْرِكِينَ حَتَّىٰ يُؤْمِنُوا ۖ وَلَعَبْدٌ مُّؤْمِنٌ
حَيْرٌ مِّنْ مُّشْرِكٍ وَلَوْ أَعْجَبَكُمْ ۗ أُولَٰئِكَ يَدْعُونَ إِلَى النَّارِ ۗ وَاللَّهُ يَدْعُوا
إِلَى الْجَنَّةِ وَالْمَعْفِرَةِ بِإِذْنِهِ ۗ وَيُبَيِّنُ اللَّهُ لِّلنَّاسِ لَعَلَّهُمْ يَتَذَكَّرُونَ

ع - ٢٢١

Dan janganlah kamu nikahi perempuan musyrik, sebelum mereka beriman. Sungguh, hamba sahaya perempuan yang beriman lebih baik daripada perempuan musyrik meskipun dia menarik hatimu. Dan janganlah kamu nikahkan orang (laki-laki) musyrik (dengan perempuan yang beriman) sebelum mereka beriman. Sungguh, hamba sahaya

²¹ Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, 16.

²² *Ibid.*, 5.

laki-laki yang beriman lebih baik daripada laki-laki musyrik meskipun dia menarik hatimu. Mereka mengajak ke neraka, sedangkan Allah mengajak ke surga dan ampunan dengan izin-Nya. (Allah) menerangkan ayat-ayat-Nya kepada manusia agar mereka mengambil pelajaran.

Pada dasarnya, dakwah adalah kegiatan mengajak kepada ketentuan Allah, baik melaksanakan perintahNya maupun menjauhi laranganNya. Segala bentuk kegiatan yang menggambarkan hal tersebut bisa dikatakan sebagai dakwah. Pada era teknologi saat ini, dakwah bisa dilakukan dengan memanfaatkan berbagai bentuk media. Baik melalui lisan (*bil lisan*), tulisan (*bil qalam*), perbuatan (*bil hal*), kini semua bisa disalurkan menggunakan berbagai media.

1. Media Dakwah

Media adalah alat atau sarana untuk memindahkan pesan dari pengirim kepada penerima pesan. Media dakwah dapat dipahami sebagai sarana untuk mempermudah penyampaian pesan dakwah dari da'I kepada mad'u.²³ Dalam berdakwah media dapat digolongkan menjadi media antarpribadi, media kelompok, media publik, serta media massa. Dalam komunikasi, media juga digolongkan menjadi dua, yaitu media massa dan media individu.²⁴

Ali Aziz dalam buku Ilmu Dakwah menyebutkan beberapa media visual dalam dakwah, yaitu:

²³ Abdullah, *Ilmu Dakwah Kajian Ontologi, Epistimologi, Aksiologi, Dan Aplikasi Dakwah* (Bandung: Citapustaka Media, 2015), 43.

²⁴ Muhammad Qadaruddin Abdullah, *Pengantar Ilmu Dakwah*, 1st ed. (Qiara Media, 2019), 38.

- a) Pers, dalam arti sempit meliputi media massa cetak seperti surat kabar, majalah, tabloid. Dan dalam arti luas meliputi media massa elektronik seperti televisi dan radio.
- b) Majalah, majalah juga memiliki pengaruh layaknya surat kabar. Majalah merupakan media yang mudah dalam organisasinya, relatif lebih mudah mengelolanya.
- c) Surat, dakwah dengan surat sudah dilakukan sejak masa kenabian dengan menggunakan jasa kurir. Namun saat ini media ini sudah dapat dimodernisasi dengan memanfaatkan internet.
- d) Poster/plakat, merupakan karya desain grafis yang berisikan gambar dan tulisan. Kini poster bisa dijumpai di berbagai media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter, dll.
- e) Buku, banyak jenis buku baik buku secara fisik maupun buku elektronik (E-Book). Dakwah dengan buku dapat menjadi investasi masa depan, karena jika penulisnya wafat pahala dari dakwah yang disampaikan melalui buku tersebut akan terus ada.
- f) Internet, merupakan media yang paling cepat dalam menyalurkan pesan. Saat ini dakwah melalui internet sangat populer karena dapat menjangkau seluruh penjuru bumi tanpa mengenal waktu.
- g) SMS, media ini sudah lebih dahulu dikenal namun saat ini penggunaannya tidak semasif media yang berbasis internet.
- h) Brosur, media ini seringkali dijumpai di masjid/mushola. Biasanya berisikan teks dakwah, ceramah, dll.²⁵

²⁵ Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, 354–362.

Dalam menentukan media dakwah, pendakwah harus bisa menentukan media apa yang cocok sesuai dengan sasaran dakwah. Contohnya seperti sasaran masyarakat yang memiliki minat baca yang kurang atau sebagian besar masih buta huruf, maka media yang cocok bukan menggunakan media visual cetak/tertulis melainkan media audio/suara. Begitu pula sebaliknya, jika sasaran dakwah sebagian masyarakat memiliki minat baca yang besar serta dapat menerima model dakwah yang demikian, maka media dakwah visual bisa diterapkan.²⁶

2. Pesan Dakwah

Pesan yaitu apa yang disampaikan dari pengirim ke penerima, pesan berupa seperangkat simbol verbal atau nonverbal yang menunjukkan perasaan, nilai, gagasan, dan maksud sumber.²⁷

Menurut Moh. Ali Aziz dalam buku Ilmu Dakwah, Pesan dakwah menggambarkan sebuah isi dari dakwah, baik berupa kata, gambar, lukisan dan sebagainya yang diharapkan dapat memberikan pemahaman dan perubahan sikap serta perilaku mitra dakwah.²⁸

Pesan dakwah dapat bersumber dari Al-Qur'an, hadist dan kisah perjuangan Nabi. Pesan dakwah padat diklasifikasikan menjadi tiga bahasan, yaitu akidah (iman), syari'ah (islam), dan akhlak (ihsan).²⁹

²⁶ M. Afif Rifa'i, SuisyantoRidha, Rodyid, *Pengantar Ilmu Dakwah Sejarah Perspektif Dan Ruang Lingkup, Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 1st ed. (Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru, 2017), 45.

²⁷ Abdullah, *Pengantar Ilmu Dakwah*, 67.

²⁸ Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, 272.

²⁹ Afif Rifa'i, SuisyantoRidha, Rodyid, *Pengantar Ilmu Dakwah Sejarah Perspektif Dan Ruang Lingkup*, 38–39.

- a) Akidah meliputi :
 - 1) Iman kepada Allah SWT
 - 2) Iman kepada Malaikat
 - 3) Iman kepada Kitab
 - 4) Iman kepada Rasul-RasulNya
 - 5) Iman kepada hari akhir
 - 6) Iman kepada qadha dan qadar
- b) Syari'ah meliputi:
 - 1) Ibadah
 - (a) Tharah
 - (b) Shalat
 - (c) Zakat
 - (d) Puasa
 - (e) Haji
 - 2) Muamalah
 - (a) Al-qanunul khas (hukum perdata) : Muamalah (hukum nuaga), Munakahat (hukum nikah), Waratsah (hukum Waris)
 - (b) Al-qanunul 'am (hukum Publik) : Jinayat (hukum pidana), Khilafah (hukum negara), Jihad (Hukumperang dan damai)
- c) Akhlak meliputi
 - 1) Akhlak terhada khalik
 - 2) Akhlak terhadap makhluk yang meliputi
 - (a) Akhlak terhadap manusia : Diri sendiri, tetangga , masyarakat lainnya.
 - (b) Akhlak terhap bukan Manusia : Folra dan Fauna.

B. Kajian Tentang Desain Visual Dakwah

1. Desain Visual Dakwah

Menurut Harold Lasswell, pada dasarnya komunikasi merupakan proses yang menjelaskan siapa berkata apa melalui media apa kepada siapa dan mengakibatkan apa.³⁰ Desain visual dakwah berangkat dari keilmuan desain komunikasi visual yang diaplikasikan dalam kegiatan dakwah. Desain komunikasi visual sendiri memiliki pengertian ilmu yang mempelajari konsep komunikasi dan daya kreatif, yang kemudian diaplikasikan kedalam media komunikasi visual yang memuat elemen desain grafis seperti gambar (ilustrasi), huruf, warna, komposisi dan layout.³¹

2. Elemen Desain

a) Garis

Garis merupakan salah satu unsur desain antara satu titik dengan titik lainnya. Garis dapat berupa garis lurus, lengkung, putus-putus, zig-zag, meliuk, dan garis tidak beraturan.³² Pada karya visual, garis dapat dikategorikan kedalam garis yang tampak dan tidak tampak (khayal). Garis tampak merupakan garis yang berasal dari goresan atau cetakan. Sedangkan garis khayal merupakan garis yang bisa juga disebut garis kerangka, garis ini tidak tampak seperti garis pada umumnya karena tidak terlihat. Contohnya seperti bila ada dua objek yang

³⁰ Nilnan Ni'mah, "Dakwah Komunikasi Visual," *Islamic Communication Journal* 1, no. 1 (2016): 108.

³¹ Sumbo Tinarbuko, *DEKAVE Desain Komunikasi Visual—Penanda Akhir Zaman Masyarakat Global* (Yogyakarta: Caps, 2015), 5.

³² Nur Rizky Toybah, "Dakwah Komunikasi Visual Melalui Instagram Akun @HADITSKU," *Alhiwar Jurnal Ilmu dan Teknik Dakwah* 04, no. 07 (2016): 61.

berdekatan, maka Batasan antara kedua objek tersebut termasuk ke dalam garis khayal.³³

b) Bentuk

Bentuk adalah segala sesuatu yang mempunyai diameter, tinggi, dan lebar. Pada dasarnya bentuk yang familiar adalah kotak (*rectangle*), lingkaran (*circle*), segitiga (*triangle*), lonjong dan (*ellipse*).³⁴

c) Warna

Warna adalah unsur yang dapat menampilkan identitas atau citra yang akan disampaikan. Warna juga dapat menyampaikan pesan serta membedakan sifat secara jelas.³⁵

d) Tekstur

Tekstur adalah visual corak atau permukaan pada sebuah benda yang dapat dilihat dan diraba. Tekstur banyak digunakan untuk mengtur keseimbangan pada sebuah desain.³⁶

e) Gelap Terang / Kontras

Kontras merupakan perbedaan warna pada suatu karya visual, apabila tidak terdapat perbedaan warna, dapat pula berupa perbedaan gelap dan terang. Fungsi dari gelap terang / kontras adalah menonjolkan pesan utama dalam sebuah karya desain.³⁷

f) Ukuran

³³ Ernis, *Dasar Konsep Visual* . (Padang: UNO, 2005), 5.

³⁴ K. Lia Anggraini, S. L. & Nathalia, “Desain Komunikasi Visual Dasar Dasar Panduan Pemula,” 2014, 33.

³⁵ Nur Rizky Toybah, “Dakwah Komunikasi Visual Melalui Instagram Akun @HADITSKU,” 61–62.

³⁶ Lia Anggraini, S. L. & Nathalia, “Desain Komunikasi Visual Dasar Dasar Panduan Pemula,” 34.

³⁷ Ibid., 35.

Ukuran dalam sebuah desain berarti besar kecilnya objek pada karya desain. Fungsi ukuran hampir sama dengan beberapa unsur lainnya yaitu untuk menunjukkan bagian mana yang penting atau pesan mana yang penting dalam sebuah desain.³⁸

g) Ilustrasi

Ilustrasi adalah sebuah replika atau gambar yang divisualisasi serta bukan hasil dari kamera atau fotografi.³⁹ Ilustrasi dapat berupa lukisan, vector, maupun sketsa.

3. Karakter Desain

Karakter desain adalah sebuah bentuk representasi dari desain yang memiliki tujuan tertentu.⁴⁰ Beberapa karakter desain meliputi:

a) Karakter garis

Tabel 2.1 Macam – Macam Garis⁴¹

Bentuk	Karakter
Lurus	Pasif, tenang dan damai (Horizontal). Stabil, gagah, simple, megah

³⁸ Ibid., 36.

³⁹ Kahfi, "Karakter Desain Dakwah Visual Pada Akun Instagram"@Lemonmove", 26.

⁴⁰ Dimas Rifqi Novica and Ima Kusumawati Hidayat, "Kajian Visual Desain Karakter Pada Maskot Kota Malang," *JADECS (Jurnal of Art, Design, Art Education & Cultural Studies)* 3, no. 2 (2019): 53.

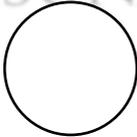
⁴¹ Priscilla Tamara Bambang Irawan, *Dasar-Dasar Desain Untuk Arsitektur, Interior-Aksitektur, Seni Rupa, Desain Produk Industri Dan Desain Komunikasi Visual*, 1st ed. (Jakarta: Griya Kreasi, 2013), 17.

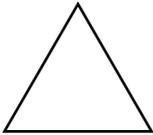
	dan elegan (Vertikal). Ketidakstabilan, aktif, dinamis, bergerak dan menarik perhatian (miring).
Lengkung 	Anggun, halus, lembut, luwes dan mengalir
Zig-Zag 	Sugesti keras, dinamis, kegairahan, gerak kilat atau listrik
Garis Tegak Membengkok 	Sugesti sedih, lesu, duka
Olakan-olakan ke atas 	Kekuatan spiritual dan semangat berkobar
Horizontal berirama 	Malas, tenang, tidur

<p>Pancaran ke atas</p> 	<p>Pertumbuhan, Spontanitas, idealism</p>
<p>Air terjun</p> 	<p>Gaya berat, penurunan berirama</p>
<p>Piramida</p> 	<p>Stabil, kuat, megah, masif</p>

b) Karakter Bentuk

Tabel 2.2 Macam-Macam Bentuk

Bentuk	Karakter
<p>Lingkar</p> 	<p>Koneksi, komunitas, keseluruhan, ketahanan, pergerakan, kenyamanan, sensualitas dan cinta.</p>
<p>Kotak</p> 	<p>Keteraturan, logis, keamanan, berat, massa dan kepadatan</p>

<p style="text-align: center;">Segitiga</p> 	<p>Energi, power, keseimbangan, hukum, ilmu pasti, agama, maskulin, kekuatan dan pergerakan yang dinamik.⁴²</p>
<p style="text-align: center;">Non geometris</p>	<p>Legible (terbaca/jelas), memorable (mudah diingat), simple (sederhana), dan distinctive (istimewa).⁴³</p>

c) Karakter Tipografi (*typography*)

Tabel 2.3 Macam-Macam Tipografi⁴⁴

1. Sans-Serif

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

⁴² Kahfi, "Karakter Desain Dakwah Visual Pada Akun Instagram" @Lemonmove", 31.

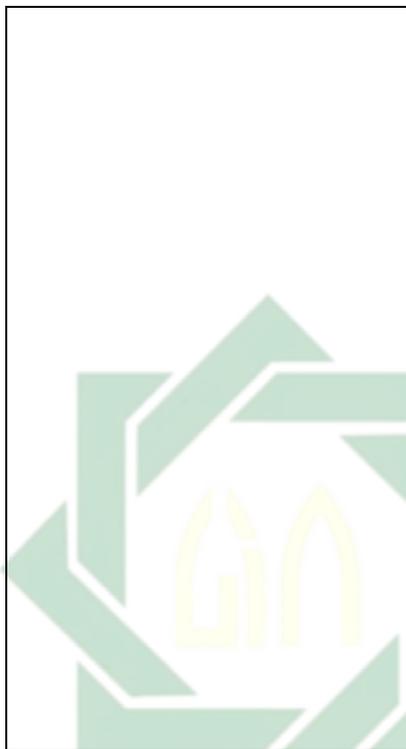
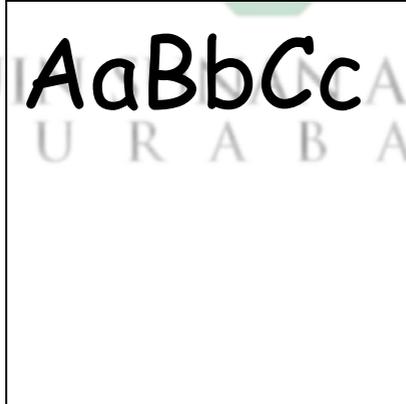
⁴³ Moeljadi Pranata, "Perspektif Penalaran Fungsional Desain Visual Ikon," *Nirmana* 4, no. 2 (2002): 109, <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/dkv/article/view/16084>.

⁴⁴ Hendi Hendratman, *Computer Graphyc Design Edisi Revisi Ke-3* (Bandung: Informatika Bandung, 2017), 90.

<p style="font-size: 2em; font-weight: bold; text-align: center;">AaBbCc</p>  <p style="text-align: center; font-weight: bold;">UIN SUNAN AMPEL SURABAYA</p>	<p>Keterangan: Sans serif yakni huruf tak berkait. Huruf ini tidak memiliki kait (hook), hanya batang dan tangkainya saja. Ujung huruf bisa tajam atau tumpul. Contoh: Arial, Acant Garde, Switzerland, Vaground, dll</p>
	<p>Karakter: Ramah, kurang formal, kenyamanan, sederhana dan akrab. Memiliki keuntungan yakni mudah dibaca.</p>
	<p>Penggunaan: Cocok untuk huruf desain di layar komputer web, smartpone, ebook, media elektronik dan media sosial.</p>
<p>2. Serif</p>	

<p>AaBbCc</p>	<p>Keterangan: Serif atau huruf berkait. Huruf Serif memiliki kait pada ujungnya. Contoh: Times New Roman, Garamond, Dwitan, Tiffany dll.</p>
	<p>Karakter Memiliki kesan formal, elegant, mewah, anggun, intelektual. Tulisan jenis ini agak susah dibaca jika jaraknya terlalu sempit.</p>
<p>UIN SUNAN AMPEL S U R A B A Y A</p>	<p>Penggunaan Cocok untuk huruf desain media cetak seperti koran, skripsi, brosur dan media cetak lainnya.</p>
<p>3. Script</p>	
<p><i>AaBbCc</i></p>	<p>Keterangan: Huruf Tulis atau Script. Setiap hurufnya saling</p>

	<p>terkait dan menyerupai tulisan tangan. Contoh: Brush Script, Shelley, Mystral, Comic Book, Comic Sans, dll.</p>
	<p>Karakter: Sifatnya anggun, tradisional, pribadi, informal. Sulit dibaca apalagi terlalu banyak dan terlalu kecil</p>
	<p>Penggunaan: Cocok untuk desain di undangan pernikahan, ulang tahun, keluarga, dll.</p>
<p>4. Decorative</p>	<p>Keterangan: Huruf Dekoratif. Setiap hurufnya dibuat detail dan penuh hiasan pernah-pernik dan unik. Contoh: Augsburg</p>
	

	Initial, English dll.
	Karakter: Memiliki karakter mewah, bebas, anggun, tradisional, kompleks, dan rumit.
	Penggunaan: Karena sangat sulit dibaca, lebih baik tampil satu huruf saja atau individu. Cocok untuk aksent, hiasan, huruf pada awal alinea, dan logo perusahaan.
5. Comic	
 <p>AaBbCc</p>	Keterangan: Memiliki huruf yang menyerupai tulisan tangan, masih satu keluarga dengan jenis script, akan tetapi tulisan ini tidak terkait satu sama lain. Contoh: Comic

	Book, Comic Sans, dll.
	Karakter: Informal, friendly, enak dibaca dan gaul
	Penggunaan: Cocok untuk buku komik, buku bergambar, kartun, dsb. ⁴⁵

d) Karakter Warna

Tabel 2.4 Macam-Macam Warna⁴⁶

Warna	Karakter
Merah	Agresif, semangat, berani
Biru	Harmonis, setia, tenang
Hijau	Sehat, natural
Kuning	Santai, gembira, toleran
Coklat	Anggun, sejahtera, elegan
Hitam	Dramatis, misterius
Abu-abu	Sederhana, futuristic
Ungu	Kekayaan, kebangsaan

⁴⁵ Kahfi, "Karakter Desain Dakwah Visual Pada Akun Instagram"@Lemonmove", 32.

⁴⁶ Lia Angraini, S. L. & Nathalia, "Desain Komunikasi Visual Dasar Dasar Panduan Pemula," 38.

Orange	Hangat, segar, seimbang
Merah muda	Feminim, cinta
Putih	Positif, ringan, sederhana ⁴⁷

4. Media Dakwah Instagram

Media dakwah adalah segala sesuatu yang digunakan dalam menunjang tersampainya pesan dari pendakwah kepada mad'u.⁴⁸ Saat ini selain dakwah dilakukan secara langsung melalui dunia nyata, da'I juga dapat melakukan dakwah melalui dunia maya sebagai pendukung berdakwah di dunia nyata, karena dakwah secara langsung sangat terikat dengan ruang dan waktu. Dengan berdakwah melalui dunia maya, batasan ruang dan waktu tersebut dapat diatasi.⁴⁹

بَلِّغُوا عَنِّي وَلَوْ آيَةً

Sampaikanlah dariku sekalipun hanya satu ayat (H.R Bukhari)⁵⁰

Hadist yang sering didengar dimana Rasulullah SAW bersabda, mengajak seluruh umat islam untuk mengajarkan kebaikan walau hanya satu ayat/kebaikan. Hadist ini merupakan semangat agar dakwah tetap terus

⁴⁷ Ernis, *Dasar Konsep Visual* ., 26.

⁴⁸ Aminuddin, "Media Dakwah," *Al-Munir* 9, no. 2 (2016): 346.

⁴⁹ Abdullah, *Ilmu Dakwah Kajian Ontologi, Epistimologi, Aksiologi, Dan Aplikasi Dakwah*, 157.

⁵⁰ Hadits.in, "Hadits Bukhari 3202 Tentang 'Hadits-Hadits Yang Meriwayatkan Tentang Para Nabi: Bani Israil,'" accessed October 24, 2021, <https://hadits.in/bukhari/3202>.

dilakukan. Hadist ini juga menjelaskan bahwa setiap kaum muslim dapat menyampaikan dakwah sesuai dengan kapasitasnya masing-masing.

Instagram sebagai media penyampai pesan dakwah semakin masif dilakukan saat ini, Instagram menjadi salah satu media yang dapat menjangkau banyak target dakwah. Siapapun dapat menyampaikan dakwah melalui media Instagram, tidak harus da'I / penceramah, semuanya bisa menyampaikan ajakan-ajakan kebaikan. Dakwah yang biasa dilakukan da'I dengan bertatap muka langsung, biasanya akan menimbulkan rasa grogi dan sebagainya jika masih pemula, dengan memanfaatkan media ini, pendakwah bisa menyampaikan melalui karya grafis maupun tulisan.⁵¹

5. Dakwah Bil-Qalam

Dakwah bil-qalam adalah metode dakwah yang menyeru manusia menuju kebaikan melalui seni tulisan. Tulisan untuk dakwah sendiri dituliskan Allah SWT dalam Al-Qur'an surah Al Qalam ayat 1 yang artinya "*Nun, demi kalam dan apa yang mereka tulis*" serta telah dicontohkan Nabi agar menambah wawasan mengenai dakwah.⁵² Dakwah bil-qalam merupakan salah satu metode dakwah yang dapat membantu memperbaiki kelemahan dakwah yang biasanya hanya dilakukan

⁵¹ Rasmi, "Dakwah Bil Qalam Melalui Instagram," *Preprints* (2020): 6, <https://doi.org/10.31219/osf.io/qbvy3>.

⁵² Hendi Suhendi Imanul Ihsan Haris Poernomo, Irfan Safrudin, "Analisis Konten Dakwah Bil Qalam KH . Aceng Zakaria (Hidayah Fil Masail Fiqhiyyah Muta'aridhah)," *Prosiding Komunikasi Penyiaran Islam* 4 (2018): 69.

dengan lisan kini dapat dilakukan melalui tulisan.⁵³ Metode karya tulis merupakan buah dari keterampilan penulis dalam menyampaikan pesan dakwah melalui tulisan. Keterampilan ini tidak hanya berupa tulisan saja, namun gambar dan lukisan juga bisa termasuk didalamnya⁵⁴

Dalam dakwah bil-qalam, gambar sendiri dapat dikategorikan menjadi 2 yaitu gambar hidup dan mati. Pada gambar hidup, si pembuat akan lebih dominan dalam mempengaruhi anggapan dari orang yang melihatnya. Berbeda halnya dengan gambar mati, gambar mati cenderung akan dipersepsi sendiri oleh orang yang melihatnya.⁵⁵ Maka dari itu, ketika menyajikan gambar mati sebagai dakwah, perlu ditambahkan tulisan pendukung supaya pembaca tidak salah dalam mengartikan gambar tersebut.

Menurut KH. Aceng Zakaria, dakwah bil-qalam memiliki *power* tersendiri dalam mengajak mad'u, karena secara tidak langsung mad'u yang melihat karya visual akan memiliki pemikiran sendiri terhadap dalam menghadapi suatu permasalahan atau perdebatan hukum yang sesuai dengan ketentuan Allah SWT serta dapat menjadi referensi dalam menciptakan karya baru.⁵⁶

⁵³ Rasmi, "Dakwah Bil Qalam Melalui Instagram," 2.

⁵⁴ Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, 320.

⁵⁵ *Ibid.*, 322.

⁵⁶ Imanul Ihsan Haris Poernomo, Irfan Safrudin, "Analisis Konten Dakwah Bil Qalam KH . Aceng Zakaria (Hidayah Fil Masail Fiqhiyyah Muta'aridhah)," 71.

C. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Pada penelitian ini, penulis juga menggunakan beberapa referensi dari penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini. Beberapa referensi dan literatur yang dirujuk berupa skripsi dan jurnal penelitian yang ada di perpustakaan online beberapa kampus serta *Google Scholar*. Fungsi dari penelitian terdahulu ini dapat membantu penulis dalam menentukan cara analisis serta pengolahan data penelitian. Dari beberapa penelusuran terdahulu yang didapat, ada beberapa skripsi dan jurnal yang memiliki kesamaan dari tema dan fokus yang diangkat, namun juga dengan beberapa perbedaan.

1. Penelitian Skripsi Mohammad Zamroni, mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya 2018 yang berjudul *Desain Komunikasi Visual Journalism (Analisis Kualitatif Komunikasi Visual Website suaramuslim.net)*. Penelitian ini sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif namun dengan objek penelitian yang berbeda. Objek yang diteliti berupa website.⁵⁷
2. Penelitian skripsi Vanny Rosa Marini, mahasiswi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta 2017 yang berjudul *Strategi Muslim Desihner Community (MDC) dalam Mengembangkan Desain Komunikasi Visual sebagai Media Dakwah*. Penelitian ini sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif namun dengan objek penelitian

⁵⁷ Mohammad Zamroni, “Desain Komunikasi Visual Journalism Online (Analisis Kualitatif Kualitatif Deskriptif Karakter Desain Komunikasi Visual Website Komunikasi Visual Website Suaramuslim.Net)” (UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA, 2018).

- yang berbeda. Objek yang diteliti berupa sebuah komunitas yang bergerak di bidang desain grafis pada media online dan cetak.⁵⁸
3. Penelitian skripsi Istiqomah, mahasiswi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Walisongo 2019 yang berjudul *Keselarasan Desain Komunikasi Visual Dengan Pesan Dakwah dalam Instagram @islamiposter*. Penelitian ini sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif namun dengan objek penelitian yang berbeda. Perbedaannya yaitu pada fokus penelitian serta objek akun Instagram yang diteliti.⁵⁹
 4. Penelitian skripsi Ilyunal Iqbal Kahfi, mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya 2021 yang berjudul *Karakter Desain Dakwah Visual Pada Akun Instagram "@lemonmove"*. Penelitian ini sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif namun dengan objek penelitian yang berbeda. Perbedaannya yaitu pada objek akun Instagram yang diteliti.⁶⁰
 5. Penelitian skripsi Siti Nur Alqoiriyah, mahasiswi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya 2020 yang berjudul *"Makna Pesan Dakwah Pada Desain Komunikasi Visual Akun Instagram @Sketsadakwah (Analisis Semiotika*

⁵⁸ VR Marini, "Strategi Muslim Designer Community (MDC) Dalam Mengembangkan Desain Komunikasi Visual Sebagai Media Dakwah," *Dakwah Dan Ilmu Komunikasi* (UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYARIF HIDAYATULLAH JAKARTA, 2017).

⁵⁹ I Istiqomah, "Keselarasan Desain Komunikasi Visual Dengan Pesan Dakwah Dalam Instagram@ Islamiposter" (UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG 2019, 2019), <http://eprints.walisongo.ac.id/10844/>.

⁶⁰ Kahfi, "Karakter Desain Dakwah Visual Pada Akun Instagram"@ Lemonmove".

Model Roland Barthes)”. Penelitian ini sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif namun dengan objek penelitian yang berbeda serta model penelitian menggunakan analisis semiotika Roland Barthes.⁶¹

6. Jurnal penelitian oleh Muhammad Rajab yang berjudul *Dakwah dan Tantangannya dalam Media Teknologi Komunikasi* dari STAIN Raha. Jurnal tersebut menjelaskan tentang perkembangan komunikasi di era modern dan bagaimana dakwah diaplikasikan dengan media yang ada di era sekarang. Jurnal ini juga menjelaskan bagaimana kegiatan dakwah dapat disesuaikan dengan perkembangan teknologi sehingga media dakwah dapat berkembang seiring dengan semakin modernnya jaman. Persamaan yang terdapat pada jurnal ini yaitu sama-sama membahas mengenai media dakwah. Perbedaannya terletak pada penelitian yang terfokus pada cara aplikasi sosial media sebagai media penyampai pesan dakwah.⁶²
7. Jurnal penelitian oleh Khoiro Ummatin yang berjudul *Globalisasi Komunikasi dan Tuntutan Dakwah Bermedia*. Jurnal ini mencoba menghubungkan antara kemajuan dan dampak globalisasi teknologi komunikasi yang dikaitkan dengan kesiapan juru dakwah dalam penyelenggaraan kegiatan dakwah. Kesamaan dengan penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan media penyampai dakwah sebagai salah satu unsur penelitiannya. Perbedaannya terletak pada penelitian

⁶¹ Siti Nur Alqoiriyah, “Makna Pesan Dakwah Pada Desain Komunikasi Visual Aakun Instagram @sketsadakwah (Analisis Semiotika Model Roland Barthes)” (Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2020).

⁶² Rajab Muhammad, “Dakwah Dan Tantangannya Dalam Media Teknologi Komunikasi,” *Jurnal Dakwah Tabligh* 15, no. 1 (2014): 69–90.

yang terfokus pada cara aplikasi sosial media sebagai media penyampai pesan dakwah.⁶³

8. Jurnal penelitian oleh Ahmad Zaini yang berjudul *Media Teknologi Informasi Modern Sebagai Wasilah Dakwah*. Jurnal ini menjelaskan tentang berbagai media yang berkembang mengikuti perkembangan teknologi seperti televisi, radio, dan internet. Jurnal ini juga menjelaskan bahwa berbagai media ini bisa digunakan sebagai media dakwah. Kesamaan pada penelitian ini yaitu membahas media penyampai dakwah, namun perbedaannya terletak pada fokus penelitian yang terlalu umum membahas media.⁶⁴
9. Jurnal penelitian oleh Marsha Anindita dan Menul Teguh Riyanti yang berjudul *Tren Flat Design dalam Desain Komunikasi Visual*. Jurnal ini menjelaskan mengenai tren salah satu jenis desain yaitu Flat Desain yang marak dan menjadi tren terkini yang digunakan beberapa media untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat. Persamaan pada penelitian ini terletak pada jenis pembahasan yang mengarah ke bidang desain dan media, serta memiliki perbedaan pada fokus media yang diteliti.⁶⁵
10. Jurnal Penelitian oleh Muslimin Ritonga yang berjudul *Komunikasi Dakwah Zaman Milenial*. Penelitian ini membahas dampak globalisasi pada dunia teknologi

⁶³ Khoiro Ummatin, “Globalisasi Komunikasi Dan Tuntutan Dakwah Bermedia,” *Jurnal Dakwah* 9, no. 2 (2008): 137–148, <http://ejournal.uin-suka.ac.id/dakwah/jurnaldakwah/article/view/441>.

⁶⁴ Ahmad Zaini, “Media Teknologi Informasi Modern Sebagai Wasilah Dakwah,” *At-Tabasyir, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 2, no. 1 (2014): 57–72, <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/459>.

⁶⁵ Anindita et al., “Tren Flat Design Dalam Desain Komunikasi Visual,” *Jurnal Dimensi DKV Seni Rupa dan Desain* 1, no. 1 (2016): 1–14.

informasi yang ditandai dengan kemajuan teknologi yang kemudian dikaitkan dengan kesiapan da'I dalam penyampaian dakwah melalui media sosial. Kesamaan pada penelitian ini terletak pada objek yang sama-sama menggunakan media sosial, namun perbedaannya terletak pada fokus yang akan diteliti.⁶⁶

Tabel 2.5 Penelitian Terdahulu

No	Nama Pengarang	Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Mohammad Zamroni	Desain Komunikasi Visual Jurnalis m (Analisis Kualitatif Komunikasi Visual Website suaramuslim.net)	sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif	objek penelitian yang berbeda. Objek yang diteliti berupa website
2	Vanny Rosa Marini	Strategi Muslim Desihner Commun	sama-sama menggunakan	objek penelitian yang berbeda.

⁶⁶ Muslim Ritonga, "Komunikasi Dakwah Zaman Milenial Muslimin Ritonga," *Jurnal Komunikasi Islam dan Kehumasan (JKPI)* Vol.3, no. 1 (2019): 60–77.

		ity (MDC) dalam Mengembangkan Desain Komunikasi Visual sebagai Media Dakwah	pendekatan kualitatif	Objek yang diteliti berupa sebuah komunitas yang bergerak di bidang desain grafis pada media online dan cetak
3	Istiqomah	Keselarsan Desain Komunikasi Visual Dengan Pesan Dakwah dalam Instagram @islami poster	sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif	Perbedaannya yaitu pada fokus penelitian serta objek akun Instagram yang diteliti
4	Ilyunal Iqbal Kahfi	Karakter Desain Dakwah Visual Pada	sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif	Perbedaannya yaitu pada objek akun Instagram

		Akun Instagram “@lemomove”		yang diteliti
5	Siti Nur Alqoiriyah	Makna Pesan Dakwah Pada Desain Komunikasi Visual Akun Instagram @Sketsadakwah (Analisis Semiotika Model Roland Barthes)	sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif	objek penelitian yang berbeda serta model penelitian menggunakan analisis semiotika Roland Barthes
6	Muhammad Rajab	Dakwah dan Tantangannya dalam Media Teknologi Komunikasi	Persamaan yang terdapat pada jurnal ini yaitu sama-sama membahas mengenai media dakwah.	Perbedaanya terletak pada penelitian yang terfokus pada cara aplikasi sosial

				media sebagai media penyampai pesan dakwah
7	Khoiro Ummatin	Globalisasi Komunikasi dan Tuntutan Dakwah Bermedia	sama-sama menggunakan media penyampai dakwah sebagai salah satu unsur penelitiannya	Perbedaannya terletak pada penelitian yang terfokus pada cara aplikasi sosial media sebagai media penyampai pesan dakwah
8	Ahmad Zaini	Media Teknologi Informasi Modern Sebagai Wasilah Dakwah	Kesamaan pada penelitian ini yaitu membahas media penyampai dakwah,	perbedaannya terletak pada fokus penelitian yang terlalu umum membahas media

9	Marsha Anindita dan Menul Teguh Riyanti	Tren Flat Design dalam Desain Komunikasi Visual	Persamaan pada penelitian ini terletak pada jenis pembahasan yang mengarah ke bidang desain dan media,	memiliki perbedaan pada fokus media yang diteliti
10	Muslimin Ritonga	Komunikasi Dakwah Zaman Milenial	Kesamaan pada penelitian ini terletak pada objek yang sama-sama menggunakan media sosial,	perbedaan ya terletak pada fokus yang akan diteliti

Kesepuluh penelitian diatas meneliti tentang seluk-beluk media sebagai penyampai pesan dakwah. Dan pada penelitian ini benar-benar baru karena mengangkat fokus serta objek penelitian yang belum pernah diteliti sebelumnya, yaitu meneliti makna pada elemen desain akun @kata_nabi. Untuk itu maka peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian dengan judul *Desain Visual Dakwah pada Akun Instagram @kata_nabi*.

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Deskriptif berarti data yang dikumpulkan berupa kata, gambar dan bukan angka.⁶⁷ Metode penelitian kualitatif juga bisa diartikan sebagai metode artistik karena proses penelitian kurang berpola (seni), dan disebut sebagai metode interpretive data hasil penelitian lebih berhubungan dengan data interpretasi di lapangan.⁶⁸

John Creswell (2008) mendefinisikan penelitian sebagai sebuah proses bertahap yang dimulai dari mengidentifikasi suatu masalah yang dilanjutkan dengan mereview bahan bacaan di perpustakaan, kemudian menentukan tujuan penelitian dan dilanjutkan dengan pengumpulan dan analisis data, data yang didapat kemudian diinterpretasi, dan akhirnya dihasilkan laporan penelitian.⁶⁹ Penelitian merupakan cara mendapatkan dengan data empiris yang sesuai. Data empiris didapatkan melalui observasi terhadap sebuah fenomena.⁷⁰

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu ingin mengetahui elemen serta unsur desain pada subjek dan objek yang akan diteliti.

⁶⁷ Ahmad Mustamil Khoiron Adhi Kusumastuti, *Metode Penelitian Kualitatif* (Semarang: Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo, 2019), 12.

⁶⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2012), 7.

⁶⁹ Jozef Raco, *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik Dan Keunggulannya* (Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2010), 6.

⁷⁰ Suwartono, *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian Klinis* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2014), 6.

B. Objek dan Subjek Penelitian

Objek dalam penelitian ini menggunakan unggahan konten dakwah pada akun Instagram @kata_nabi yang memuat desain informasi pesan dakwah. Sedangkan subjek penelitian ini adalah pembuat atau pemilik akun @kata_nabi yang akan diwawancarai.

C. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data Primer

Jenis data primer pada primer pada penelitian ini adalah observasi pada poster yang diunggah pada akun Instagram @kata_nabi serta hasil wawancara dengan pemilik akun.

2. Jenis Data Sekunder

Jenis data sekunder dalam penelitian ini adalah hasil observasi pada poster unggahan yang berupa beberapa elemen desain.

3. Sumber Data Primer

Sumber data primer⁷¹ bisa berasal dari teks hasil wawancara dengan informan terkait dalam sebuah penelitian. Data lainnya juga didapat dari pengkategorian jumlah like terbanyak dan like paling sedikit pada setiap unggahan. Kemudian dari kategori tersebut akan diambil masing-masing 3 sampel (3 terbanyak) dan (3 paling sedikit). Dalam penelitian ini, penelitian menggunakan batas waktu dari unggahan yang dijadikan sampel, yaitu pada tanggal 1 Mei 2021 sampai 30 September 2021.

⁷¹ Adhi Kusumastuti, *Metode Penelitian Kualitatif*, 34.

4. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder berupa data yang sudah tersedia dan didapat melalui melihat, membaca dan mengobservasi objek yang diteliti.⁷² bersumber dari studi pustaka, dan data yang diperoleh dari akun terkait yaitu akun Instagram @kata_nabi.

D. Tahap-Tahap Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan tahapan-tahapan penelitian dari awal sampai akhir guna untuk menyempurnakan penelitian ini sehingga menghasilkan laporan penelitian. Adapun tahapan penelitian yang akan dilakukan antara lain:

a. Mencari dan Menentukan Tema

Tahap pertama yang dilakukan peneliti yaitu mencari tema penelitian yang menarik dan baru, tentunya yang berhubungan dengan keilmuan Komunikasi dan Penyiaran Islam. Setelah mencari beberapa referensi, akhirnya peneliti memutuskan untuk mengangkat tema Desain Visual Dakwah. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan tema tersebut karena belum banyak penelitian yang membahas tentang hal tersebut dan penelitian ini dinilai dapat membawa dakwah ke era yang lebih modern.

Tahapan selanjutnya peneliti menentukan rumusan dari masalah pada penelitian, dan akhirnya peneliti memutuskan untuk mengangkat rumusan masalah berupa unsur dan karakteristik desain pada akun Instagram @kata_nabi.

⁷² Ibid.

b. Menentukan Metode Penelitian

Pada tahapan ini, peneliti menentukan metode penelitian yang akan digunakan, yaitu menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian kualitatif deskriptif.

c. Melakukan Analisis Data

Pada tahap ini peneliti akan menganalisis data dengan teknik analisis semiotika Charles Sanders Peirce. Analisis dilakukan terhadap unsur dan karakter desain.

d. Menarik Kesimpulan

Pada tahap ini peneliti menggambarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan. Kesimpulan disajikan berupa hasil dan jawaban dari permasalahan yang telah dilakukan, serta disajikan dalam bentuk deskripsi.

E. Teknik Pengumpulan Data

Cara pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi dilakukan dengan cara mengamati objek yang akan diteliti. Dalam hal ini peneliti berperan sebagai pengamat yang melakukan proses observasi terhadap pelaksanaan penelitian desain visual dakwah objek yang diteliti. Menggunakan metode ini berarti peneliti memanfaatkan telinga dan mata untuk mendapatkan data.⁷³

2. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan cara mendokumentasikan segala bentuk informasi dan konten yang telah diupload pada akun Instagram @kata_nabi. Data dokumentasi ini didapat dari penelusuran melalui

⁷³ Suwartono, *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian Klinis*, 41.

media Instagram yang kemudian diambil dengan cara tangkapan layar.

3. Wawancara

Wawancara merupakan cara mendapat informasi atau data dari hasil interaksi verbal/lisan.⁷⁴ Wawancara dilakukan secara daring melalui direct message (DM) melalui Instagram serta WhatsApp dengan pemilik dan pengelola akun Instagram @kata_nabi. Wawancara ini bertujuan memperdalam dan mempermudah dalam penguraian data yang sebelumnya telah diperoleh melalui teknik sebelumnya. Wawancara sudah dilakukan sejak meminta izin kepada pemilik akun untuk melakukan penelitian terhadap objek yang akan diteliti.

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan teknik analisis semiotika Charles Sanders Peirce. Charles Sanders Peirce menjelaskan mengenai teori segitiga semiotika yang terdiri dari tiga elemen utama, meliputi: *representamen (tanda)*, *objek (object)*, dan *interpretant*.⁷⁵

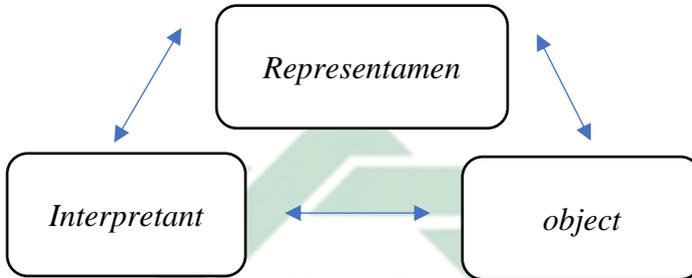
Menurutnya tanda dapat berbentuk kata atau bentuk, objek adalah sesuatu yang dirujuk tanda, dan interpretan adalah tanda yang ada di benak seseorang mengenai objek yang dirujuk sebuah tanda. Apabila ketiganya berinteraksi dalam benak seseorang, alhasil akan muncul makna tentang sesuatu yang diwakili oleh tanda tersebut.⁷⁶ Dalam

⁷⁴ Ibid., 48.

⁷⁵ D W I Askinita, “Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce (Komunikasi Visual Dakwah Persuasif Pada Kartun Instagram @xkwavers)” (INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO, 2021), 23.

⁷⁶ Alex Sobur, *Analisis Teks Media Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, Dan Analisis Framing* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2018), 115.

penelitian ini yang akan menjadi tanda adalah elemen-elemen desain yang terdapat pada unggahan akun Instagram @kata_nabi. Dengan objek yang merujuk pada tanda serta interpretan berupa makna yang dapat yang dapat ditimbulkan dari data maupun objek.



Gambar 3 Elemen Makna Pierce
Sumber: John Fiske, 1990.

Charles Sanders Peirce membagi tanda menjadi 3 kategori, yaitu: ikon yang berarti tanda yang memiliki kemiripan rupa sehingga tanda tersebut mudah dikenali pemakainya, Indeks yang berarti tanda yang memiliki fenomenal atau eksistensi di antara representamen dan objeknya, serta simbol yang berarti jenis tanda yang bersifat arbiter dan konvensional sesuai dengan kesepakatan masyarakat mengenai tanda tersebut.⁷⁷ Karena penelitian ini meneliti desain pada postingan akun Instagram @kata_nabi, maka dalam analisis semiotik Charles Sanders Peirce termasuk kedalam tanda tipe ikon (icon).

⁷⁷ Indiwana Seto Wahyu Wibowo, *Semiotika Komunikasi Edisi II : Aplikasi Praktis Bagi Penelitian Dan Skripsi Komunikasi* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2013), 18, <https://issuu.com/indiwana/docs/semiotikaindiwanaseto>.

Data yang sudah terkumpul kemudian dianalisis, diolah, ditata dan disederhanakan sebaik mungkin, sampai data mengerucut dan mendapatkan kesimpulan.⁷⁸

G. Teknik Keabsahan Data

Validitas data penelitian berarti peneliti menentukan akurasi dan kredibilitas data melalui strategi yang tepat seperti melalui *member checking* atau triangulasi. *Member checking* berarti data hasil wawancara atau observasi kemudian dikonfrontasi kembali kepada narasumber, narasumber kemudian mengoreksi atau memperkuat hasil ringkasan atau data dari wawancara yang telah dibuat peneliti. Sedangkan triangulasi data berarti menggunakan berbagai macam data, menggunakan beragam teori, beberapa teknik analisa, serta melibatkan lebih banyak peneliti.⁷⁹ Pada penelitian ini, untuk menjaga tingkat validitas data, peneliti akan banyak menggunakan *member checking* untuk memperkuat data.

Selain itu beberapa upaya untuk menjaga validitas data meliputi menjaga dan mengadministrasi objektivitas data dengan cermat⁸⁰. Ada juga ketekunan pengamatan yang berarti menemukan ciri dan unsur dalam situasi yang relevan dengan permasalahan yang sedang diteliti kemudian memusatkan hal tersebut secara rinci.⁸¹

⁷⁸ Suwartono, *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian Klinis*, 29.

⁷⁹ Raco, *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik Dan Keunggulannya*, 133–134.

⁸⁰ Suwartono, *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian Klinis*, 74.

⁸¹ Adhi Kusumastuti, *Metode Penelitian Kualitatif*, 77.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Akun Instagram @kata_nabi

1. Tentang Akun Kata Nabi



Gambar 4.1 Logo Kata Nabi

Ketika melihat dan membaca kata yang terdapat pada foto profil akun @kata_nabi, orang mungkin akan langsung menyimpulkan kalau ini adalah akun dakwah. Teks “Kata Nabi” sering kali dipahami sebagai perkataan rasulullah atau lebih dikenal dengan Hadist. Penamaan akun Instagram “Kata Nabi” karena pengucapannya mudah, sama-sama menggunakan empat huruf dalam setiap kata, serta latar belakang akun yang menitik beratkan pada penyampaian hadist-hadist shahih.⁸²

Kata Nabi memiliki logo berupa balon kata yang bertuliskan “kata nabi” yang menunjukkan sumber dari kata tersebut yaitu dari nabi (rasulullah). Pemilihan warna pada logo tersebut menggunakan warna cerah

⁸² Wawancara via WhatsApp, 30 September 2021

supaya dapat menarik minat orang yang melihat serta tercapai target yang diinginkan, yaitu anak-anak.

Gambar 4.2 Tampilan *Followers* dan Unggahan



Akun Instagram @kata_nabi ini dikelola oleh sepasang suami-istri Romy Hernadi S. Ds dan Assyifa S. Arum, S. Ds, keduanya merupakan seorang lulusan Fakultas Seni Rupa dan Desain Institute Teknologi Nasional Bandung. Saat ini mereka berdua berprofesi sebagai komikus dan penulis. Sejak pertama kali mengunggah konten dakwah pada 10 November 2015, akun Kata Nabi telah mengunggah 607 postingan, memiliki 325 ribu pengikut, serta mengikuti 1 akun.

Latar belakang pemilik akun membuat akun ini karena bermula dari keinginan untuk belajar hadist serta founder yang berlatar belakang sebagai ilustrator sehingga menganggap kalau lebih mudah mengingat dengan bantuan visual, visual yang menggambarkan situasi, perilaku dan sifat baik yang diajarkan Rasulullah SAW. Dari hal itu, founder ingin juga agar apa yang ia pelajari juga bisa bermanfaat bagi orang lain sehingga

ilustrasi yang dibuat dibagikan melalui konten poster dakwah di Instagram.

Dalam pembuatan dan publikasi konten poster dakwah di Instagram, pengelola akun tidak memiliki penjadwalan serta tema khusus tentang apa yang ingin disampaikan, namun jika tidak ada halangan diusahakan dalam satu hari dapat mengunggah satu konten.

Selain menjalankan aktivitasnya dalam penyebaran konten dakwah melalui poster Instagram, pengelola akun juga membuat buku yang juga berisi ilustrasi dakwah. Dalam penggunaan media Instagram ini, pemilik akun ingin menjadikan akun ini benar-benar akun dakwah yang non-komersil, tidak menerima endorse dan iklan sehingga penyebaran konten dakwah dapat lebih terfokus.

2. Sejarah Akun Kata Nabi

Akun Instagram @kata_nabi merupakan akun Instagram yang berfokus pada penyebaran konten dakwah yang menarik. Melalui konten yang diupload mulai tahun 2018, dengan semangat belajar sunnah-sunnah dan hadist nabi, perlahan @kata_nabi mulai banyak dikenal masyarakat hingga kini memiliki tiga ratus ribu lebih pengikut.

Akun yang dikelola sepasang suami-istri Romy Hernadi S. Ds dan Assyifa S. Arum, S. Ds dengan latar belakang lulusan desain dan seni, akun Instagram ini dikelola dengan baik dan dapat menghasilkan karya visual yang menarik dan tergolong mempermudah untuk mempelajari pesan-pesan yang disampaikan.

Dengan tujuan yang awalnya untuk diri sendiri, agar dapat mempermudah dalam mempelajari sunnah dan hadist Rasulullah, dari sanalah muncul keinginan agar orang lain juga dapat belajar mengenai hadist dan sunnah, muncul keinginan untuk *share* ilmu dan hal-hal baik tentang agama islam di Instagram. Akhirnya pengelola akun membagikan karya visualnya melalui media Instagram dan kini sudah ada 600 lebih postingan dakwah yang telah dibagikan.

Kendala yang dirasakan oleh pengelola saat ini yaitu sulitnya mencari ide konten yang berhubungan dengan hadist karena sudah banyak konten hadist yang telah dibagikan, namun untuk mengatasi kendala tersebut kini konten mulai coba disampaikan melalui komik.

3. Dakwah Akun Kata Nabi

Model dakwah yang dilakukan akun Instagram @kata_nabi memang terbilang unik dan menarik, karena dakwah yang disampaikan menggunakan karya visual berupa ilustrasi yang didesain dengan kreatif dan unik sehingga menarik perhatian siapapun yang melihatnya. Desain visual tersebut yang menjadi nilai lebih dibandingkan dengan konten dakwah yang hanya menggunakan potongan video atau potongan ayat Al-Qur'an dan hadist saja.

Desain pada karya visual yang terdapat pada postingan akun ini memang disesuaikan dengan target, yaitu anak muda. Dengan pemilihan warna yang dominan cerah serta penggambaran karakter yang menarik dan unik, rasanya anak muda akan lebih menyukai hal yang demikian. Penggunaan kata dalam *caption* pun dibuat dengan sederhana supaya inti dari apa

yang ingin disampaikan tidak menimbulkan kebingungan dan mudah dipahami.

Dari penggunaan caption yang sederhana dan *to the point* serta desain karya visual yang menarik, konten yang telah diunggah mendapat banyak respon positif dari para pengguna Instagram. Hal itu dapat dilihat dari jumlah like dan komentar pada postingan yang menembus angka ribuan. Tak jarang juga beberapa akun lain *me-repost* postingan dari akun @kata_nabi untuk dibagikan melalui beberapa akun lain.

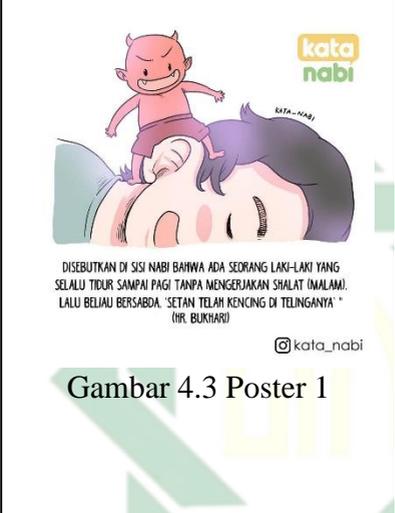
B. Penyajian Data

Karya visual yang akan menjadi objek pada penelitian ini adalah unggahan konten poster dakwah yang diunggah oleh akun Instagram @kata_nabi. Berdasarkan pengamatan (observasi) yang dilakukan peneliti terhadap akun Instagram @kata_nabi, pada tanggal 1 Mei hingga 30 September 2021 akun tersebut telah membagikan 39 unggahan poster konten dakwah.

Dari 39 konten tersebut, peneliti melakukan seleksi sesuai dengan kriteria yang dituliskan pada bab 3. Dari hasil seleksi akan ada 6 unggahan yang akan menjadi fokus penelitian dan penyelesaian masalah dari apa yang telah diangkat pada penelitian ini, yaitu 3 unggahan dengan like terbanyak dan 3 unggahan dengan like paling sedikit. Berikut adalah penyajian data dari observasi yang telah dilakukan terhadap akun Instagram @kata_nabi :

1. Setan Kencing di Telinga

Tabel 4.1 Data Poster 1

Setan Kencing di Telinga	Unsur Desain
 <p data-bbox="303 612 594 676">DISEBUTKAN DI SISI NABI BAHWA ADA SEORANG LAKI-LAKI YANG SELALU TIDUR SAMPAI PAGI TANPA MENGERJAKAN SHALAT (MALAM). LALU BELIAU BERSABDA: "SETAN TELAH KENCING DI TELINGANYA." (HR. BUKHARI)</p> <p data-bbox="519 687 609 708">@kata_nabi</p> <p data-bbox="311 724 572 756">Gambar 4.3 Poster 1</p>	<ol data-bbox="658 357 956 826" style="list-style-type: none"> 1. Garis : garis tak nampak (khayal) terletak pada pembatas antar objek. 2. Warna : merah, merah muda, hitam, biru, hijau. 3. Ilustrasi : setan, pemuda tidur 4. Tipografi : teks hadist, dan logo akun

Poster dakwah ini yang diunggah pada 09 September 2021. Berdasarkan angka statistik, unggahan ini mendapat like paling banyak dengan 5452 *likes* serta 16 komentar.⁸³

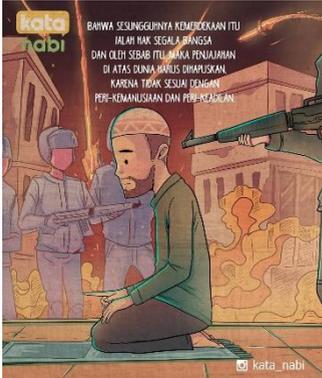
Unggahan tersebut memiliki elemen ilustrasi berupa gambar kartun seorang yang tengah tertidur kemudian di telinganya terdapat ilustrasi gambar setan. Pada bagian bawah terdapat gambar ilustrasi, terdapat teks/tipografi yang menunjukkan hadist sebagai penjelas dan pesan dari gambar ilustrasi. Ada juga tipografi pada pojok

⁸³ Kata Nabi, *Dokumentasi*, diambil pada 16 Desember 2021 pukul 09.15 WIB

kanan atas dan bawah yang menunjukkan bahwa unggahan ini merupakan buatan akun @kata_nabi.

2. Kemerdekaan itu Hak Segala Bangsa

Tabel 4.2 Data Poster 2

Setan Kencing di Telinga	Unsur Desain
 <p data-bbox="306 820 572 852">Gambar 4.4 Poster 2</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li data-bbox="647 416 953 592">1. Garis : garis tak nampak (khayal) terletak pada pembatas antar objek. <li data-bbox="647 600 953 743">2. Warna : merah, merah muda, hitam, biru, oranye, putih, kuning, hijau. <li data-bbox="647 751 953 927">3. Ilustrasi : orang duduk beribadah, tantara bersenjata, Gedung bertingkat, api, langit gelap <li data-bbox="647 935 953 1029">4. Tipografi : teks keterangan dan logo akun

Poster dakwah ini yang diunggah pada 18 Mei 2021. Berdasarkan angka statistik, unggahan ini menjadi unggahan dengan jumlah like paling banyak ke 2 dengan mendapatkan 4741 *likes* serta 11 komentar.⁸⁴

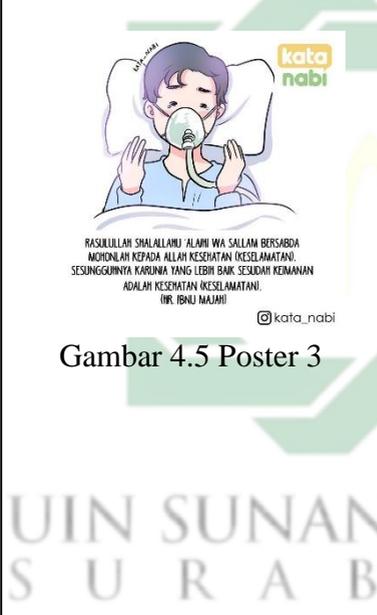
Karya visual tersebut menampilkan beberapa gambar ilustrasi seperti orang yang sedang beribadah

⁸⁴ Kata Nabi, *Dokumentasi*, diambil pada 16 Desember 2021 pukul 09.15 WIB

sholat, senjata api yang diarahkan kepada orang sholat, tantara bersenjata, serta suasana kota di timur tengah yang mengalami kegaduhan atau keributan. Terdapat unsur tipografi berupa teks sebagai penjelas ilustrasi yang berada di bagian atas.

3. Memohon Kesehatan

Tabel 4.3 Data Poster 3

Setan Kencing di Telinga	Unsur Desain
 <p>Gambar 4.5 Poster 3</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Garis : garis tak nampak (khayal) terletak pada pembatas antar objek, garis <i>outline</i> yang membentuk objek. 2. Warna : merah muda, hitam, biru, oranye, putih, kuning, hijau. 3. Ilustrasi : orang berbaring, selimut, alat bantu pernafasan, bantal. 4. Tipografi : teks hadist dan logo akun

Poster dakwah ini yang diunggah pada 07 September 2021. Berdasarkan angka statistik, unggahan ini menjadi unggahan dengan jumlah like paling banyak

ke 3 dengan mendapatkan 4594 *likes* serta 11 komentar.⁸⁵

Elemen desain yang terdapat pada unggahan tersebut terdapat pada ilustrasi seorang yang sedang sakit dan berdoa, kemudian terdapat unsur tipografi berupa teks hadist di bawah ilustrasi orang. Kemudian juga terdapat tipografi berupa teks *watermark* dari akun @kata_nabi.

4. 2 Hari Raya Islam

Tabel 4.4 Data Poster 4

Setan Kencing di Telinga	Unsur Desain
 <p data-bbox="322 1034 591 1066">Gambar 4.6 Poster 4</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li data-bbox="685 614 958 901">1. Garis : garis tak nampak (khayal) terletak pada pembatas antar objek, garis <i>outline</i> yang membentuk objek. <li data-bbox="685 901 958 1050">2. Warna : merah muda, abu-abu, coklat, kuning, hijau. <li data-bbox="685 1050 958 1270">3. Ilustrasi : pemuda tersenyum berbaju koko dan memakai songkok.

⁸⁵ Kata Nabi, *Dokumentasi*, diambil pada 16 Desember 2021 pukul 09.15 WIB

	4. Tipografi : teks hadist dan logo akun
--	--

Poster dakwah ini yang diunggah pada 13 Mei 2021. Berdasarkan angka statistik, unggahan ini menjadi unggahan dengan jumlah like paling sedikit dengan mendapatkan 775 likes.⁸⁶

Unsur desain yang terdapat pada unggahan tersebut adalah ilustrasi berupa seorang muslim yang tersemyum. Serta ada unsur tipografi yang sama seperti unggahan lainnya yaitu teks hadist serta watermark akun @kata_nabi.

5. Jalan Kaki pada Hari Raya

Tabel 4.5 Data Poster 5

Setan Kencing di Telinga	Unsur Desain
 <p>Gambar 4.7 Poster 5</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Garis : garis tak nampak (khayal) terletak pada pembatas antar objek, garis <i>outline</i> yang membentuk objek. 2. Warna : merah muda, abu-abu, coklat, putih, kuning, hijau, hitam.

⁸⁶ Kata Nabi, *Dokumentasi*, diambil pada 16 Desember 2021 pukul 09.15 WIB

	<p>3. Ilustrasi : lelaki berdiri/berjalan mengenakan pakaian jubah dan memakai songkok.</p> <p>4. Tipografi : teks hadist dan logo akun</p>
--	---

Poster dakwah ini yang diunggah pada 13 Mei 2021. Berdasarkan angka statistik, unggahan ini menjadi unggahan dengan jumlah like paling sedikit ke 2 dengan mendapatkan 915 likes.⁸⁷

Unsur desain yang ada pada unggahan tersebut yaitu adanya ilustrasi seorang berbaju muslim yang sedang bejalan, serta adanya tipografi tentang hadist, juga watermark akun @kata_nabi.

6. Makan Kurma di Hari Raya

Tabel 4.6 Data Poster 6

Setan Kencing di Telinga	Unsur Desain
 <p>Gambar 4.8 Poster 6</p>	<p>1. Garis : garis tak nampak (khayal) terletak pada pembatas antar objek, garis <i>outline</i> yang membentuk objek.</p> <p>2. Warna : merah muda, abu-abu,</p>

⁸⁷ Kata Nabi, *Dokumentasi*, diambil pada 16 Desember 2021 pukul 09.15 WIB

	<p>merah, putih, kuning, hijau, hitam.</p> <p>3. Ilustrasi : pemuda duduk makan camilan, mengenakan pakaian jubah dan memakai songkok, toples berisi makanan.</p> <p>4. Tipografi : teks hadist dan logo akun</p>
--	---

Poster dakwah ini yang diunggah pada 13 Mei 2021. Berdasarkan angka statistik, unggahan ini menjadi unggahan dengan jumlah like paling sedikit ke 3 dengan mendapatkan 931 *likes*.⁸⁸

Unsur desain yang terdapat pada unggahan tersebut adalah adanya ilustrasi seorang anak yang sedang memakan buah kurma. Terdapat pula tipografi berupa hadist dan watermark akun *@kata_nabi*.

C. Analisis Data

1. Analisis Elemen Desain Akun Instagram *@kata_nabi*

⁸⁸ Kata Nabi, *Dokumentasi*, diambil pada 16 Desember 2021 pukul 09.15 WIB

Tabel 4.7 Analisis Poster 1

Representamen		
		
Gambar 4.9 Poster 1		
Unsur Desain	Objek	Interpretant
Ilustrasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ilustrasi menyerupai seorang laki-laki 2. Pada sisi sebelah telinga terdapat ilustrasi setan yang sedang berdiri. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dalam poster tersebut terdapat unsur garis yang divisualisasikan menjadi ilustrasi sebuah objek/ karakter yang menunjukkan manusia sedang tertidur. 2. Terdapat unsur garis yang divisualisasikan menjadi ilustrasi sebuah karakter setan sedang berdiri. Karakter setan dapat

		diketahui dari warna merah dan tanduk di kepala.
Warna	1. Merah pada ilustrasi setan	1. Warna merah memiliki arti Agresif, semangat, berani. Namun warna ini juga bisa menggambarkan karakter negative dan agresif seperti sosok setan.
Tipografi	1. Pada bagian bawah poster terdapat teks berupa hadist “disebutkan di sisi nabi bahwa ada seorang laki-laki yang selalu tidur sampai pagi tanpa mengerjakan shalat (malam). Lalu beliau	1. Adanya teks hadist menunjukkan isi hadist mengenai larangan meninggalkan shalat malam (subuh). Di akhir teks juga menyebutkan perawi hadist. 2. Adanya logo dan teks menunjukkan

	bersabda, 'setan telah kencing di telinganya' (HR. Bukhari)'' 2. Terdapat logo serta teks "kata_nabi" yang	pembuat dan pemilik poster.
--	--	--------------------------------

Pemaknaan Poster 1:

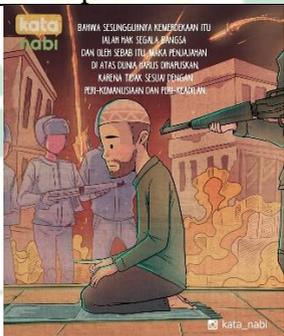
Dari beberapa elemen yang telah ditemukan di atas, dapat dimaknai bahwa:

- a. Representasi pada poster ini adalah 3 elemen, yaitu ilustrasi (seorang anak setan), warna, serta tipografi hadist dan tulisan Kata Nabi. Ilustrasi dan tipografi yang ditampilkan memiliki arti perumpamaan sebab-akibat.
- b. Objek pada poster ini adalah digambarkan seorang anak yang sedang tertidur, kemudian di atas telinganya ada ilustrasi setan. Ada juga tipografi berupa hadist "disebutkan di sisi nabi bahwa ada seorang laki-laki yang selalu tidur sampai pagi tanpa mengerjakan shalat (malam). Lalu beliau bersabda, 'setan telah kencing di telinganya' (HR. Bukhari)" dan tulisan Kata_Nabi.
- c. Interpretan pada poster tersebut adalah ilustrasi anak yang sedang tertidur di waktu malam hingga menjelang pagi. Kemudian pada telinga sang anak terdapat ilustrasi setan yang berarti menutupi pendengaran sang anak, warna merah pada setan menggambarkan sosok negative atau jahat, serta

terdapat teks hadits yang menjelaskan apa yang terjadi jika meninggalkan sholat, yaitu setan yang mengencengi telinga orang yang meninggalkan sholat. Tulisan Kata Nabi mengartikan siapa yang membuat poster ini.

Dari beberapa rangkaian desain menggambarkan bahwa orang yang tertidur di malam hari hingga datangnya pagi, kemudian ia meninggalkan kewajibannya untuk melaksanakan sholat pada waktu tersebut, ia akan dikencengi oleh setan sehingga telinganya tidak dapat mendengar adanya panggilan untuk beribadah.

Tabel 4.8 Analisis Poster 2

Representamen		
 <p style="text-align: center;">Gambar 4.10 Poster 2</p>		
Unsur Desain	Objek	Interpretant

<p>Ilustrasi</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ilustrasi seorang laki-laki yang tampak sedang duduk tasyahud 2. Ilustrasi tentara bersenjata 3. Ilustrasi sajadah 4. Ilustrasi Gedung bertingkat 5. Ilustrasi kebakaran/api 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dalam poster tersebut terdapat unsur garis yang divisualisasikan menjadi ilustrasi sebuah objek/karakter manusia yang sedang duduk tasyahud. Hal ini Nampak dari posisi duduk dan jari telunjuk di tangan yang menunjukkan gerakan sholat. 2. Terdapat unsur garis yang divisualisasikan menjadi ilustrasi sebuah karakter tentara. Karakter tentara dapat diketahui dari objek senjata api yang dibawa serta seragam yang dikenakan oleh beberapa orang di sekitar. 3. Sajadah mendukung
------------------	---	--

		<p>bahwa suasana menunjukkan seseorang yang sedang beribadah sholat. Selain itu juga didukung dengan pakaian yang dikenakan (baju lengan Panjang dan songkok).</p> <p>4. Ilustrasi Gedung menunjukkan bahwa suasana sedang berada di perkotaan wilayah timur tengah atau negara arab.</p> <p>5. Ilustrasi kebakaran/api menggambarkan suasana kegaduhan yang sedang terjadi. Suasana perkotaan yang rusuh dan menggambarkan keributan.</p>
--	--	--

Warna	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kuning 2. Orange 3. Langit berwarna hitam 4. Coklat 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Warna kuning memiliki arti Santai, gembira, toleran. Namun warna ini juga bisa menggambarkan suasana yang tidak kondusif seperti kegaduhan, dll jika dikombinasikan dengan warna merah/oranye yang pada poster ini menggambarkan gradasi bentuk api. 2. Warna orange memiliki arti hangat, segar, seimbang. Namun sama halnya seperti warna kuning, jika dikombinasikan akan menggambarkan api pendukung
-------	---	--

		<p>suasana kegaduhan.</p> <p>3. Warna hitam memiliki makna dramatis, misterius. Warna ini menunjukkan bagaimana suasana gelap yang sedang terjadi keributan.</p> <p>4. Warna coklat berarti anggun, sejahtera, elegan. Namun warna ini bisa menggambarkan sebuah bentuk yang dalam poster ini dapat menggambarkan warna dasar sebuah bangunan di wilayah timur tengah atau negara arab.</p>
--	--	---

<p>Tipografi</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pada bagian atas poster terdapat teks “bahwa sesungguhnya kemerdekaan itu ialah hak segala bangsa dan oleh sebab itu maka penjajahan di atas dunia harus dihapuskan karena tidak sesuai dengan perikemanusiaan dan perikeadilan”. 2. Terdapat logo serta teks “kata nabi. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya tersebut menunjukkan isi dan pesan yang disampaikan melalui ilustrasi yang digambarkan. Teks tersebut merupakan potongan dari pembukaan Undang-Undang Dasar Republik Indonesia tahun 1945. Teks ini membantu menggambarkan bahwa terdapat kondisi dimana seseorang tidak bebas dalam melakukan ibadah sholat. Ia mendapat penindasan dan ketidakadilan dalam memeluk sebuah kepercayaan serta mendapatkan intimidasi dari
------------------	---	---

		<p>pihak yang berbeda darinya.</p> <p>2. Adanya logo dan teks menunjukkan pembuat dan pemilik poster.</p>
--	--	---

Pemaknaan Poster 2:

Dari beberapa elemen yang telah ditemukan di atas, dapat dimaknai bahwa:

- a. Representasi pada poster ini adalah 3 elemen, yaitu ilustrasi (orang sholat dan tetara), warna, serta tipografi pesan dan tulisan Kata Nabi. Ilustrasi dan tipografi yang menceritakan sebuah keadaan.
- b. Objek pada poster ini adalah digambarkan seorang yang sedang beribadah sholat, kemudian ia dikelilingi oleh tantara bersenjata dan keadaan sekitar yang sedang tidak kondusif atau kerusuhan. Ada juga tipografi bertuliskan “bahwa sesungguhnya kemerdekaan itu ialah hak segala bangsa dan oleh sebab itu maka penjajahan di atas dunia harus dihapuskan karena tidak sesuai dengan perikemanusiaan dan peri-keadilan” dan tulisan Kata_Nabi.
- c. Interpretan pada poster tersebut adalah ilustrasi orang yang sedang beribadah dan dikelilingi tentara bersenjata serta latar belakang suasana perkotaan yang tidak kondusif, nampak dari gambaran ilustrasi api dan latar belakang gelap di perkotaan. Serta ada tulisan yang menjelaskan mengenai kebebasan atau

kemerdekaan merupakan hak setiap masyarakat, hal ini merupakan penggambaran keadaan di kawasan negara arab yang tidak mendapatkan kebebasan untuk memeluk agama, dimana orang yang sedang sholat harus dikelilingi geromolan tentara dan mendapat intimidasi dari mereka.

Tulisan Kata Nabi mengartikan siapa yang membuat poster ini. Warna orange, kuning, merah, dan hitam dipadukan menggambarkan situasi uang kurang baik di perkotaan, kombinasi warna ini menggambarkan situasi kerusuhan di sebuah kota .

Dari beberapa rangkaian desain menggambarkan bahwa adanya suasana dimana di suatu daerah terjadi penjajahan sehingga masih ada masyarakat yang tidak merasakan kemerdekaan dan juga kebebasan untuk beribadah, mereka mendapat intimidasi dari pihak yang tidak sepihak dengannya dalam hal keagamaan.

Tabel 4.9 Analisis Poster 3



Gambar 4.11 Poster 3

Unsur Desain	Objek	Interpretant
Ilustrasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ilustrasi seorang laki-laki yang tampak sedang terbaring sakit serta berdoa 2. Ilustrasi selimut 3. Ilustrasi alat bantu pernafasan 4. Ilustrasi bantal 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dalam poster tersebut terdapat unsur garis yang divisualisasikan menjadi ilustrasi sebuah karakter manusia yang sedang terbaring dalam keadaan sakit. Tangan menengadahkan menunjukkan bahwa ia sedang berdoa meminta kesembuhan. 2. Terdapat unsur garis yang divisualisasikan menjadi ilustrasi sebuah selimut. Selimut disini memperkuat kesan bahwa karakter orang dalam keadaan terbaring sakit. 3. Alat bantu pernapasan mendukung bahwa suasana menunjukkan

		<p>seseorang yang sedang sakit dan membutuhkan oksigen tambahan.</p> <p>4. Ilustrasi bantal menunjukkan bahwa suasana karakter sedang dalam sakit dan berbaring di tempat tidur.</p>
Warna	<ol style="list-style-type: none"> 1. Putih 2. Biru 3. Abu-abu 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Warna putih memiliki arti memiliki karakter positif, ringan, dan sederhana. Warna putih disini berperan untuk mewarnai objek bantal dan selimut. Warna ini menggambarkan kebiasaan dimana tempat yang menyediakan fasilitas kesehatan (rumah sakit) dominan

		<p>menggunakan kain putih untuk tempat tidur dan selimut pasiennya.</p> <p>2. Warna biru memiliki arti harmonis, setia, dan tenang. Warna biru digunakan untuk menggambarkan seragam pasien yang umum menggunakan satu warna yang berkarakter tenang.</p> <p>3. Warna abu-abu memiliki makna sederhana dan futuristik. Warna ini menunjukkan bagaimana suasana pasien mendapat paparan sinar sehingga menimbulkan bayangan di</p>
--	--	---

		salah satu sisinya.
Tipografi	<p>1. Pada bagian atas poster terdapat teks “Rasulullah shalallahu ‘alaihi wa sallam bersabda mohonlah kepada Allah kesehatan (keselamatan). Sesungguhnya karunia yang lebih baik sesudah keimanan adalah kesehatan (keselamatan) (HR. Ibnu Majah)”.</p> <p>2. Terdapat logo serta teks “kata_nabi.</p>	<p>1. Adanya teks tersebut menunjukkan isi dan pesan yang disampaikan melalui ilustrasi yang digambarkan. Teks tersebut merupakan teks hadist mengenai nikmat kesehatan, seorang yang sedang dalam keadaan sakit dianjurkan untuk berdoa memohon kesembuhan kepada Allah SWT. Di akhir teks terdapat tulisan yang menunjukkan siapa perawi hadist tentang memohon kesehatan.</p> <p>2. Adanya logo dan teks</p>

		menunjukkan pembuat dan pemilik poster.
--	--	---

Pemaknaan Poster 3:

Dari beberapa elemen yang telah ditemukan di atas, dapat dimaknai bahwa:

- a. Representasi pada poster ini adalah 3 elemen, yaitu ilustrasi (orang sedang sakit, selimut, bantal, dan alat bantu pernafasan), warna, serta tipografi hadist dan tulisan Kata Nabi. Ilustrasi dan tipografi yang menggambarkan sebuah keadaan.
- b. Objek pada poster ini adalah digambarkan seorang yang dalam keadaan sakit, kemudian ia berdoa. Ada juga tipografi bertuliskan “Rasulullah shalallahu ‘alaihi wa sallam bersabda mohonlah kepada Allah kesehatan (keselamatan). Sesungguhnya karunia yang lebih baik sesudah keimanan adalah kesehatan (keselamatan) (HR. Ibnu Majah)”. dan tulisan Kata_Nabi.
- c. Interpretan pada poster tersebut adalah ilustrasi orang yang dalam keadaan sakit kemudian ia berdoa memohon kesembuhan. Serta ada hadist yang menjelaskan untuk memohon dan meminta kesehatan kepada Allah SWT karena salah satu karunia yang baik adalah nikmat diberi kesehatan.

Tulisan Kata Nabi mengartikan siapa yang membuat poster ini. Warna putih dan biru dipadukan menggambarkan situasi tenang dan khusyuk .

Dari beberapa rangkaian desain menggambarkan bahwa ketika seseorang mendapat musibah berupa sakit pada tubuhnya, berdoa memohon kesembuhan merupakan suatu keharusan karena nikmat yang lebih baik setelah iman adalah kesehatan.

Tabel 4.10 Analisis Poster 4

Representamen		
		
<p>Gambar 4.12 Poster 4</p>		
Unsur Desain	Objek	Interpretant
Ilustrasi	Ilustrasi seorang anak lelaki berbaju koko yang menunjukkan raut muka tersenyum.	Dalam poster tersebut terdapat unsur garis yang divisualisasikan menjadi ilustrasi sebuah karakter anak laki-laki yang menunjukkan raut

		<p>muka tersenyum. Hal itu nampak dari garis yang membentuk ekspresi wajah dan bentuk mulut yang terbuka lebar serta mata tertutup yang umum dimaknai menggambarkan suasana hati yang senang dan bahagia.</p>
Warna	<ol style="list-style-type: none"> 1. Coklat 2. Orange 3. Merah muda 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Warna coklat berarti anggun, sejahtera, hangat, elegan. Pada poster ini, warna coklat digunakan untuk mewarnai pakaian yang dikenakan si anak. Baju koko dapat memiliki warna yang beragam, namun warna coklat cocok untuk

		<p>menggambarkan warna yang umumnya disukai anak-anak karena berkarakter hangat.</p> <p>2. Warna orange memiliki arti Hangat, segar, seimbang. Warna ini umumnya digunakan untuk menunjukkan warna kulit manusia.</p> <p>3. Warna merah muda memiliki makna feminim, cinta. Warna ini menambahkan kesan bahwa sang anak sedang bahagia dan tersenyum, hal ini terlihat dari penempatan lingkaran berwarna</p>
--	--	---

		merah muda pada bagian bawah mata.
Tipografi	<p>1. Pada bagian atas poster terdapat teks “Dari Anas radhiyallahu’anh u. Rasulullah shallallahualaihi wasallam datang ke Madinah dan pada saat itu penduduk Madinah memiliki dua hari dimana mereka bermain-main (bersenng-senang) pada kedua hari tersebut, maka Rasulullah bertanya. ‘dua hari apakah ini?’, mereka menjawab, ‘pada masa jahiliyah kami bersenang-senang pada hari ini’. Maka Rasulullah shallallahu’ alaihi wasallam</p>	<p>1. Adanya teks tersebut menunjukkan isi dan pesan yang disampaikan melalui ilustrasi yang digambarkan. Teks tersebut merupakan teks hadist yang mengisahkan suasana nabi Muhammad ketika di Madinah yang bercerita kepada anak-anak disana mengenai 2 hari raya besar Islam. Di akhir teks terdapat tulisan yang menunjukkan siapa perawi hadist.</p>

	<p>bersabda, ‘sesungguhnya Allah telah menggantikan bagi kalian yang lebih baik dari kedua hari tersebut, yaitu hari Idul Adha dan Iedul Fithri,’ (HR. Ahmad)”. 2. Terdapat logo serta teks “kata nabi”.</p>	<p>2. Adanya logo dan teks menunjukkan pembuat dan pemilik poster.</p>
--	--	--

Pemaknaan Poster 4:

Dari beberapa elemen yang telah ditemukan di atas, dapat dimaknai bahwa:

- a. Representasi pada poster ini adalah 3 elemen, yaitu ilustrasi anak, warna, serta tipografi hadist dan tulisan Kata Nabi. Ilustrasi dan tipografi yang menggambarkan sebuah keadaan.
- b. Objek pada poster ini adalah digambarkan seorang yang sedang tersenyum. Ada juga tipografi bertuliskan “Dari Anas radhiyallahu’anhu. Rasulullah shallallahualaihi wasallam datang ke Madinah dan pada saat itu penduduk Madinah memiliki dua hari dimana mereka bermain-main (bersenang-senang) pada kedua hari tersebut, maka Rasulullah bertanya. ‘dua hari apakah ini ?’, mereka menjawab, ‘pada masa jahiliyah kami bersenang-

senang pada hari ini'. Maka Rasulullah shallallahu' alaihi wasallam bersabda, 'sesungguhnya Allah telah menggantikan bagi kalian yang lebih baik dari kedua hari tersebut, yaitu hari Idul Adha dan Iedul Fithri,' (HR. Ahmad)" dan tulisan Kata_Nabi.

- c. Interpretan pada poster tersebut adalah ilustrasi anak yang sedang tersenyum. Ekspresi tersebut tergambar dari bentuk mulut yang terbuka.

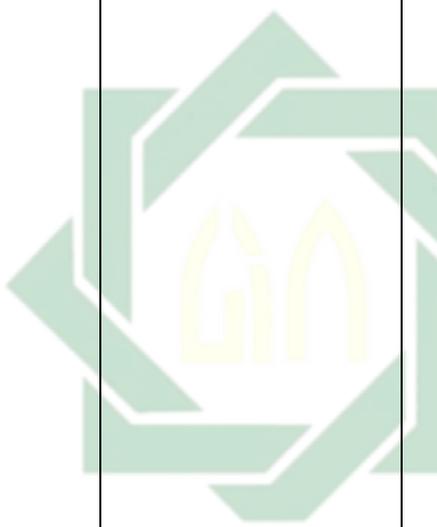
Teks hadist yang menceritakan keadaan ketika Rasulullah menjelaskan 2 hari yang menggembirakan kepada penduduk Madinah yang Rasul temui. Tulisan Kata Nabi mengartikan siapa yang membuat poster ini. Warna coklat dan merah muda dipadukan menggambarkan ekspresi anak yang tersenyum. .

Dari beberapa rangkaian desain menggambarkan kisah yang diceritakan melalui hadist. Dimana Rasul yang kala itu ke Madinah dan mengganti 2 hari baik di sana dengan 2 hari raya Islam, Idul Adha dan Iedul Fitri.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

Tabel 4.11 Analisis Poster 5

Representamen		
 <p style="text-align: center;">Gambar 4.13 Poster 5</p>		
Unsur Desain	Objek	Interpretant
Ilustrasi	Ilustrasi seorang lelaki berbaju jubah lengkap dengan songkok dan sajadah di pundak sedang berjalan.	Dalam poster tersebut terdapat unsur garis yang divisualisasikan menjadi ilustrasi sebuah karakter seorang laki-laki berpakaian jubah yang sedang berdiri/berjalan.
Warna	<ol style="list-style-type: none"> 1. Coklat 2. Putih 3. Abu-abu 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Warna coklat berarti anggun, sejahtera, hangat, elegan. Pada poster ini,

	 <p data-bbox="252 997 716 1117">UIN SUNAN AMPEL SURABAYA</p>	<p>warna coklat digunakan sebagai latar belakang poster .</p> <p>2. Warna putih memiliki arti memiliki karakter positif, ringan, dan sederhana.. Warna ini digunakan untuk menunjukkan warna baju yang digunakan ilustrasi pria yang sedang berjalan. Warna putih umum digunakan pada kain atau pakaian ibadah karena menggambarkan kesucian.</p> <p>3. Warna abu-abu memiliki makna sederhana dan</p>
--	--	--

		<p>futuristik. Warna ini menambahkan bayangan, hal ini menunjukkan bahwa sang pria sedang berada di luar ruangan dan terkena sinar.</p>
<p>Tipografi</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pada samping kanan ilustrasi poster terdapat teks “Ali radhiyallahu’anh u, ia berkata, ‘Termasuk dari ajaran nabi Shallahu’alaihi wa sallam adalah keluar pada hari raya dengan berjalan kaki’. (HR. At-Tirmidzi)”. 2. Terdapat logo serta teks“kata_nabi”. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya teks tersebut menunjukkan isi dan pesan yang disampaikan melalui ilustrasi yang digambarkan. Teks tersebut merupakan teks hadist yang menjelaskan mengenai kebiasaan Rasul SAW yang keluar rumah dengan berjalan kaki menuju tempat ibadah ketika

		<p>hari raya. Di akhir teks terdapat tulisan yang menunjukkan siapa perawi hadist.</p> <p>2. Adanya logo dan teks menunjukkan pembuat dan pemilik poster.</p>
--	--	---

Pemaknaan Poster 5:

Dari beberapa elemen yang telah ditemukan di atas, dapat dimaknai bahwa:

- a. Representasi pada poster ini adalah 3 elemen, yaitu ilustrasi orang berjalan, warna, serta tipografi hadist dan tulisan Kata Nabi. Ilustrasi dan tipografi yang menggambarkan sebuah keadaan.
- b. Objek pada poster ini adalah digambarkan seorang yang sedang berjalan. Ada tiografi bertuliskan “Ali radhiyallahu’anhu, ia berkata, ‘Termasuk dari ajaran nabi Shallahu’alaihi wa sallam adalah keluar pada hari raya dengan berjalan kaki’. (HR. At-Tirmidzi)” dan tulisan Kata_Nabi.
- c. Interpretan pada poster tersebut adalah ilustrasi orang yang sedang berjalan. Ekspresi tersebut tergambar dari keadaan tubuh yang berdiri dan kaki

terbuka, yang satu kedepan dan satunya lagi kebelakang.

Teks hadist yang menceritakan Rasulullah yang berjalan ke tempat ibadah ketika hari raya. Tulisan Kata Nabi mengartikan siapa yang membuat poster ini. Warna coklat, abu-abu dan putih menggambarkan kesucian yang semuanya dipadukan menggambarkan keadaan serta pakaian jubah khas timur tengah yang biasa digunakan ketika hari raya.

Dari beberapa rangkaian desain menggambarkan kebiasaan Rasul yang patut diteladani dengan berjalan kaki menuju tempat ibadah ketika hari raya Islam.

Tabel 4.11 Analisis Poster 6

Representamen		
 <p style="text-align: center;">Gambar 4.14 Poster 6</p>		
Unsur Desain	Objek	Interpretant

<p>Ilustrasi</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ilustrasi seorang anak lelaki 2. Ilustrasi toples berisi makanan. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dalam poster tersebut terdapat unsur garis yang divisualisasikan menjadi ilustrasi sebuah karakter anak laki-laki yang sedang duduk dan memakan makanan di dalam toples. Ekspresi makan nampak dari lekukan garis di bagian pipi yang menunjukkan si anak sedang mengunyah serta posisi tangan yang sedang memegang makanan. 2. Toples berisi makanan menggambarkan aktivitas apa yang sedang dilakukan karakter anak.
------------------	---	--

Warna	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merah muda 2. Hijau 3. kuning 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Warna merah muda berarti Feminim, cinta. Pada poster ini, warna merah muda digunakan untuk menggambarkan warna pakaian yang digunakan karakter anak. Warna ini menunjukkan warna yang disukai atau familiar digunakan oleh anak karena menggambarkan kasih sayang dan kelembutan. 2. Warna hijau memiliki arti memiliki karakter Sehat, natural. Warna ini digunakan untuk menggambarkan benda yang ada pada si
-------	--	---

		<p>anak berupa toples.</p> <p>3. Warna kuning memiliki makna Santai, gembira, toleran. Warna ini menggambarkan benda atau makanan yang ada di dalam toples. Warna kuning biasa dimaknai untuk menggambarkan kue-kuean yang biasa ada pada hari raya.</p>
Tipografi	<p>1. Pada bagian bawah ilustrasi poster terdapat teks “Dahulu Nabi shallahu’alaihi wasallam tidak keluar pada pagi hari idul fitri, sampai beliau memakan beberapa kurma dan beliau memakannya</p>	<p>1. Adanya teks tersebut menunjukkan isi dan pesan yang disampaikan melalui ilustrasi yang digambarkan. Teks tersebut merupakan teks hadist yang menjelaskan mengenai kebiasaan Rasul</p>

	<p>dalam jumlah ganjil' (HR. Bukhari)".</p> <p>2. Terdapat logo serta teks "kata_nabi".</p>	<p>yang sebelum keluar rumah pada hari raya, Rasulullah terlebih dahulu memakan beberapa kurma dalam jumlah ganjil. Di akhir teks terdapat tulisan yang menunjukkan siapa perawi hadist.</p> <p>2. Adanya logo dan teks menunjukkan pembuat dan pemilik poster.</p>
--	---	---

Pemaknaan Poster 6:

Dari beberapa elemen yang telah ditemukan di atas, dapat dimaknai bahwa:

- a. Representasi pada poster ini adalah 3 elemen, yaitu ilustrasi (anak sedang makan dantoples berisi makanan), warna, serta tipografi hadist dan tulisan Kata Nabi. Ilustrasi dan tipografi yang menggambarkan sebuah keadaan di hari raya.
- b. Objek pada poster ini adalah digambarkan seorang anak yang sedang makan. Ada tiografi bertuliskan "Dahulu Nabi shallahu'alaihi wasallam tidak keluar

pada pagi hari idul fitri, sampai beliau memakan beberapa kurma dan beliau memakannya dalam jumlah ganjil'(HR. Bukhari)”.dan tulisan Kata_Nabi.

- c. Interpretan pada poster tersebut adalah ilustrasi anak yang sedang makan. Ekspresi tersebut tergambar dari keadaan sang anak yang sedang duduk sambil memegang dan mengunyah sebuah makanan. Teks hadist yang menceritakan kebiasaan Rasulullah yang memakan buah kurma berjumlah ganjil di pagi hari sebelum shalat idul fitri/adha. Tulisan Kata Nabi mengartikan siapa yang membuat poster ini. Warna merah muda, hijau, kuning dipadukan menggambarkan aktivitas serta pakaian khas yang biasa digunakan ketika hari raya.

Dari beberapa rangkaian desain, akun kata_nabi coba menggambarkan kebiasaan Rasul yang patut diteladani dengan memakan buah kurma berjumlah ganjil di waktu pagi hari ketika hari raya islam.

Karakter Desain

Dari beberapa temuan di atas, peneliti dapat menemukan beberapa elemen desain yang dapat menggambarkan karakter desain visual dakwah pada akun @kata_nabi. Elemen- elemen tersebut berupa garis, warna, ilustrasi, dan tipografi.

Elemen yang pertama adalah garis. Desain ada 6 poster yang telah disebutkan, elemen garis terdapat di antara objek ilustrasi dan teks yang berada baik di bawah maupun di samping. Garis khayal ini berupa garis

horizontal. Jika dilihat dari teori yang telah disebutkan pada BAB II, garis horizontal menggambarkan pasif, tenang, damai, stabil, gagah, simple, megah dan elegan.

Selain garis khayal, ada pula garis yang saling berhubungan sehingga membentuk sebuah objek/bentuk/ilustrasi. Bentuk ini biasa disebut dengan objek non geometris, bentuk ini memiliki karakter *legible* (terbaca/jelas).

Elemen warna, pada ke 6 poster tersebut. Penggunaan komposisi warna hampir menunjukkan kesamaan pada tiap unggahannya. Warna yang sering digunakan berupa merah muda, merah, kuning, hijau, orange, hitam, biru, dan abu-abu. Warna-warna tersebut dirangkai menjadi sebuah susunan desain untuk menggambarkan karakter dari masing-masing unggahan.

Elemen ilustrasi, elemen ini dibuat dari perbaduan garis yang menjadikannya sebuah bentuk/ilustrasi. Pada ilustrasi ke 6 poster dakwah, dapat diamati bahwa desain ilustrasi selalu menggambarkan karakter manusia. Jika diamati lebih dalam lagi, pada masing-masing unggahan, karakter tidak memiliki hidung dan bentuk mata hanya berwarna hitam dan berbentuk bulat atau garis lengkung saja. Penggunaan karakter tanpa hidung dan bentuk mata yang hanya bulat berwarna hitam didasari pada kondisi penggambaran makhluk hidup yang masih diperdebatkan oleh para ulama, sehingga dalam pembuatan ilustrasi ini tidak seluruhnya

divisualisasikan, ada organ tubuh yang tidak dibuat agar beda dengan makhluk hidup asli.⁸⁹

Elemen tipografi pada ini menggunakan jenis *font black coffe* serta *hooterol*⁹⁰. Penggunaan *font* ini difungsikan pada penulisan teks hadist maupun teks pesan. Pada setiap unggahan akun Instagram @kata_nabi, susunan kata dibuat rata tengah. Hal ini akan membuat teks Nampak lebih mencolok serta membuat perhatian pembaca menjadi lebih fokus.

2. Interpretasi Teoretik Keislaman

Dari hasil analisis data yang telah dilakukan melalui elemen desain visual pada unggahan poster akun Instagram @kata_nabi, banyak ditemukan elemen yang kemudian dianalisis menggunakan model analisis semiotika Charles Sanders Peirce, yaitu Representament, objek, dan Interpretant. Representament menggambarkan tanda dapat berbentuk kata atau bentuk, objek adalah sesuatu yang dirujuk tanda, dan interpretan adalah tanda yang ada di benak seseorang mengenai objek yang dirujuk sebuah tanda.

Penelitian di atas menunjukkan bagaimana penggunaan unsur ilustrasi, warna, dan tipografi yang menggambarkan kesederhanaan, ramah, dan bersahabat. Berdasarkan temuan tersebut, maka akan dijelaskan

⁸⁹ Romy Hernadi, *Wawancara Daring, admin Kata Nabi*, Sidoarjo 20 Desember 2021 pukul 12.05 WIB

⁹⁰ Romy Hernadi, *Wawancara Daring, admin Kata Nabi*, Sidoarjo 20 Desember 2021 pukul 12.05 WIB

interpretasi terhadap gambaran yang telah ditemukan berdasarkan perspektif keislaman.

a. Kesederhanaan

Kesederhanaan dalam hal ini berarti mempermudah dalam memahami. Hal ini tercermin dari desain visual dakwah yang dirangkai dengan tidak neko-neko dan mudah dibaca dengan adanya ilustrasi dan teks hadist yang memuat tentang pesan yang ingin disampaikan. Ini merupakan salah satu prinsip dakwah yang memudahkan buka mempersulit⁹¹. Kesederhanaan juga dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah[2]:185

يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ

...Allah menghendaki kemudahan bagimu,
dan tidak menghendaki kesukaran
bagimu...⁹²

b. Ramah

Ramah atau baik hati juga merupakan nilai keislaman yang sering diajarkan. Keramahan yang diperlihatkan pada unggahan poster ini dapat dilihat dari desain yang menggunakan ilustrasi berupa karakter anak dan kartun lucu serta penggunaan komposisi warna cenderung kalem. Ramah juga

⁹¹ Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, 156.

⁹² Qur'an Kemenag, "Al-Baqarah - 185 | البقرة - 185 | Qur'an Kemenag," 185, accessed December 23, 2021, <https://quran.kemenag.go.id/index.php/sura/2/185>.

dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Al Anbiya' [21:107]

وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا رَحْمَةً لِّلْعَالَمِينَ

Dan Kami tidak mengutus engkau (Muhammad) melainkan untuk (menjadi) rahmat bagi seluruh alam.⁹³

c. Bersahabat

Kedekatan atau bersahabat juga Nampak pada setiap elemen desain yang diteliti. Sama halnya seperti ramah, bersahabat juga membuat siapapun yang melihat unggahan poster memiliki rasa yang dekat karena adanya kemudahan dalam mempelajari atau memahami pesan pada setiap unggahan. Sebagian besar unggahan pada akun ini berasal dari hadist yang tentunya mengajak untuk meneladani sunnah-sunnah Rasulullah SAW . Bersahabat juga dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Al-Hujurat [49: 10]

إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ فَأَصْلِحُوا بَيْنَ أَخَوَيْكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ

Sesungguhnya orang-orang mukmin itu bersaudara, karena itu damaikanlah antara kedua saudaramu (yang berselisih) dan

⁹³ Qur'an Kemenag, "Al-Anbiya' - 107 | الانبياء | Qur'an Kemenag," accessed December 23, 2021, <http://quran.kemenag.go.id/index.php/sura/21/107>.

bertakwalah kepada Allah agar kamu
mendapat rahmat.⁹⁴



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

⁹⁴ Qur'an Kemenag, "Al-Hujurat -10 الحَجْرَات | Qur'an Kemenag," accessed January 13, 2022, <https://quran.kemenag.go.id/sura/49>.

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terhadap 6 poster unggahan akun Instagram @kata_nabi dengan menggunakan analisis semiotik Charles Sanders Peirce maka penulis menarik kesimpulan:

1. Bahwa dari beberapa elemen yang telah ditemukan seperti elemen ilustrasi menyerupai makhluk hidup dan benda, warna (merah, kuning, orange, hitam, coklat, putih, biru, abu-abu, dll), dan tipografi berisi pesan dakwah berupa hadist nabi .
2. Elemen- elemen tersebut memiliki makna sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan kepada orang yang melihat unggahan tersebut, yaitu meneladani sunnah-sunnah dan hadist Nabi Muhammad SAW. Elemen-elemen tadi dirangkai dan didesain sehingga menjadi karya visual yang menarik sebagai media dalam penyampaian dakwah islam.
3. Secara keseluruhan akun @kata_nabi menampilkan kesamaan atau karakter yang sederhana, ramah, dan bersahabat. Hal itu tercermin pada perpaduan beberapa elemen desain yang dianggap mudah dalam membantu menerima pesan. Karakter tersebut juga sesuai dengan ajaran keislaman.

B. Rekomendasi

Berdasarkan penelitian *Desain Visual Dakwah pada Akun Instagram @kata_nabi*, peneliti ingin memberikan

saran dan masukan guna memperluas bahasan serta ide pada penelitian yang akan datang, antara lain:

1. Kepada para pengguna Instagram untuk mengikuti akun *@kata_nabi* karena akun ini menyajikan konten dakwah yang dapat menjadi penguat dan peningkat ketaqwaan kita kepada Allah SWT.
2. Kepada calon peneliti yang meneliti mengenai dakwah visual untuk lebih memperluas kajian mengenai karya dakwah visual supaya perkembangan dan keanekaragaman media dakwah dapat diketahui masyarakat luas.
3. Kepada pengelola akun *@kata_nabi* untuk lebih intens lagi dalam penyebaran dakwah menggunakan poster di Instagram agar penyampaian pesan-pesan kebaikan dapat terus disebarluaskan.

C. Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, antara lain sebagai berikut:

1. Keterbatasan penelitian ini berada pada kemampuan peneliti yang hanya dapat meneliti elemen desain disertai makna dan karakter.
2. Objek yang diteliti hanya sebagian dari unggahan poster dakwah di akun *@kata_nabi*.
3. Penelitian ini hanya menggunakan teknik analisis semiotika Charles Sanders Peirce saja, tanpa menggunakan metode lain seperti framing dan wacana. Serta tidak bisa menganalisa seberapa pengaruh unggahan tersebut terhadap masyarakat yang melihatnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah. *Ilmu Dakwah Kajian Ontologi, Epistemologi, Aksiologi, Dan Aplikasi Dakwah*. Bandung: Citapustaka Media, 2015.
- Abdullah, Muhammad Qadaruddin. *Pengantar Ilmu Dakwah*. 1st ed. Qiara Media, 2019.
- Adhi Kusumastuti, Ahmad Mustamil Khoiron. *Metode Penelitian Kualitatif*. Semarang: Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo, 2019.
- Afif Rifa'i, SuisyantoRidha, Rodyid, M. *Pengantar Ilmu Dakwah Sejarah Perspektif Dan Ruang Lingkup. Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*. 1st ed. Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru, 2017.
- Ahmad Zaini. "Media Teknologi Informasi Modern Sebagai Wasilah Dakwah." *At-Tabisyir, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 2, no. 1 (2014): 57–72. <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/komunikasi/articledetail/view/459>.
- Ali Aziz, Moh. *Ilmu Dakwah*. 6th ed. Jakarta: KENCANA, 2017.
- Aminuddin. "Media Dakwah." *Al-Munir* 9, no. 2 (2016): 344–363.
- Amrullah, Amril. "PENGARUH TAYANGAN UPIN DAN IPIN TERHADAP PENGGUNAAN BAHASA MELAYU MURID SDN 001 SAMBUTAN SAMARIND." *eJournal Ilmu Komunikasi* 5, no. 3 (2017): 129–138.
- Anindita, Marsha, Riyanti, and Menul Teguh. "Tren Flat Design

Dalam Desain Komunikasi Visual.” *Jurnal Dimensi DKV Seni Rupa dan Desain* 1, no. 1 (2016): 1–14.

Askinita, D W I. “Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce (Komunikasi Visual Dakwah Persuasif Pada Kartun Instagram @xkwavers).” INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO, 2021.

Bahasa, Badan Pengembangan dan Pembinaan. “Desain.” Accessed October 23, 2021. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/desain>.

———. “Elemen.” Accessed September 23, 2021. <https://kbbi.web.id/elemen>.

———. “Karakter.” Accessed September 23, 2021. <https://kbbi.web.id/karakter>.

———. “Unsur.” Accessed October 23, 2021. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/unsur>.

———. “Visual.” Accessed September 23, 2021. <https://kbbi.web.id/visual>.

Bambang Irawan, Priscilla Tamara. *Dasar-Dasar Desain Untuk Arsitektur, Interior-Aksitektur, Seni Rupa, Desain Produk Industri Dan Desain Komunikasi Visual*. 1st ed. Jakarta: Griya Kreasi, 2013.

Basit, Abdul. “Dakwah Cerdas Di Era Modern” 03, no. 01 (2013): 2088–6314.

Enterprise, Jubilee. *Instagram Untuk Fotografi Digital Dan Bisnis Kreatif*. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2012.

Ernis. *Dasar Konsep Visual*. Padang: UNO, 2005.

Hadits.in. “Hadits Bukhari 3202 Tentang ‘Hadits-Hadits Yang

Meriwayatkan Tentang Para Nabi: Bani Israil.” Accessed October 24, 2021. <https://hadits.in/bukhari/3202>.

Hendi Hendratman. *Computer Graphyc Design Edisi Revisi Ke-3*. Bandung: Informatika Bandung, 2017.

Imanul Ihsan Haris Poernomo, Irfan Safrudin, Hendi Suhendi. “Analisis Konten Dakwah Bil Qalam KH . Aceng Zakaria (Hidayah Fil Masail Fiqhiyyah Muta’aridhah).” *Prosiding Komunikasi Penyiaran Islam 4* (2018): 68–73.

Istiqomah, I. “Keselarasan Desain Komunikasi Visual Dengan Pesan Dakwah Dalam Instagram@ Islamiposter.” UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG 2019, 2019. <http://eprints.walisongo.ac.id/10844/>.

Kahfi, I I. “Karakter Desain Dakwah Visual Pada Akun Instagram"@ Lemonmove".” Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2021. <http://digilib.uinsby.ac.id/47961/>.

Kemenag, Qur’an. “Al-Anbiya’ - 107 | الانبياء | Qur’an Kemenag.” Accessed December 23, 2021. <https://quran.kemenag.go.id/index.php/sura/21/107>.

———. “Al-Baqarah - 185 | البقرة | Qur’an Kemenag.” Accessed December 23, 2021. <https://quran.kemenag.go.id/index.php/sura/2/185>.

———. “Al-Baqarah - البقرة | Qur’an Kemenag.” Accessed October 20, 2021. <https://quran.kemenag.go.id/sura/2/221>.

———. “Al-Hujurat -10 | الحجرات | Qur’an Kemenag.” Accessed January 13, 2022. <https://quran.kemenag.go.id/sura/49>.

———. “An-Nur - 22 | النور | Qur’an Kemenag.” Accessed

January 13, 2022. <https://quran.kemenag.go.id/sura/24>.

Lia Anggraini, S. L. & Nathalia, K. “Desain Komunikasi Visual Dasar Dasar Panduan Pemula,” 2014.

Mahfud, Mokhammad, and Rama Kertamukti. “DESAIN KOMUNIKASI DAKWAH VISUAL ANIMASI 2D UNTUK ANAK (Studi Deskriptif Kualitatif Di SDN Monggang Pendowoharjo Sewon Bantul)” 09, no. 2 (2016): 45–64.

Marini, VR. “Strategi Muslim Designer Community (MDC) Dalam Mengembangkan Desain Komunikasi Visual Sebagai Media Dakwah.” *Dakwah Dan Ilmu Komunikasi*. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYARIF HIDAYATULLAH JAKARTA, 2017.

Migotuwio, Namuri. *Desain Grafis: Kemarin, Kini, Dan Nanti*. Pati: Alinea Media Dipantara, 2020. [https://penerbitalinea.com/product/desain-grafis-kemarin-kini-dan-nanti/%0Ahttps://books.google.co.id/books?id=RPTdWAAQBAJ&pg=PA64&dq=flat+desain&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwjip5P_5KTqAhWt6nMBHaSMCygQ6AEwAXoECAAAQAg#v=onepage&q=flat desain&f=false](https://penerbitalinea.com/product/desain-grafis-kemarin-kini-dan-nanti/%0Ahttps://books.google.co.id/books?id=RPTdWAAQBAJ&pg=PA64&dq=flat+desain&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwjip5P_5KTqAhWt6nMBHaSMCygQ6AEwAXoECAAAQAg#v=onepage&q=flat%20desain&f=false).

Moeljadi Pranata. “Perspektif Penalaran Fungsional Desain Visual Ikon.” *Nirmana* 4, no. 2 (2002): 106–117. <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/dkv/article/view/16084>.

Moh. Hasan. *Motodologi Pengembangan Ilmu Dakwah*. Surabaya: Pena Salsabila, 2013.

Muhammad, Rajab. “Dakwah Dan Tantangannya Dalam Media Teknologi Komunikasi.” *Jurnal Dakwah Tabligh* 15, no. 1

(2014): 69–90.

Ni'mah, Nilnan. “Dakwah Komunikasi Visual.” *Islamic Communication Journal* 1, no. 1 (2016): 104–120.

Novica, Dimas Rifqi, and Ima Kusumawati Hidayat. “Kajian Visual Desain Karakter Pada Maskot Kota Malang.” *JADECS (Jurnal of Art, Design, Art Education & Cultural Studies)* 3, no. 2 (2019): 52.

Nur Rizky Toybah. “Dakwah Komunikasi Visual Melalui Instagram Akun @HADITSKU.” *Alhiwar Jurnal Ilmu dan Teknik Dakwah* 04, no. 07 (2016).

Raco, Jozef. *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik Dan Keunggulannya*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2010.

Rasmi. “Dakwah Bil Qalam Melalui Instagram.” *Preprints* (2020): 2. <https://doi.org/10.31219/osf.io/qbvy3>.

Ritonga, Muslim. “Komunikasi Dakwah Zaman Milenial Muslimin Ritonga.” *Jurnal Komunikasi Islam dan Kehumasan (JKPI)* Vol.3, no. 1 (2019): 60–77.

Siti Nur Alqoiriyah. “Makna Pesan Dakwah Pada Desain Komunikasi Visual Aakun Instagram @sketsadakwah (Analisis Semiotika Model Roland Barthes).” Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2020.

Sobur, Alex. *Analisis Teks Media Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, Dan Analisis Framing*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2018.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2012.

Sumbo Tinarbuko. *DEKAVE Desain Komunikasi Visual–*

Penanda Akhir Zaman Masyarakat Global. Yogyakarta: Caps, 2015.

Suwartono. *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian Klinis*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2014.

Ummatin, Khoiro. “Globalisasi Komunikasi Dan Tuntutan Dakwah Bermedia.” *Jurnal Dakwah* 9, no. 2 (2008): 137–148.
<http://ejournal.uin-suka.ac.id/dakwah/jurnaldakwah/article/view/441>.

Wahyu Wibowo, Indiwani Seto. *Semiotika Komunikasi Edisi II: Aplikasi Praktis Bagi Penelitian Dan Skripsi Komunikasi*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2013.
<https://issuu.com/indiwanx/docs/semiotikaindiwanseto>.

Wikipedia. “Instagram.” Accessed September 7, 2021.
<https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>.

Zamroni, Mohammad. “Desain Komunikasi Visual Journalism Online (Analisis Kualitatif Kualitatif Deskriptif Karakter Desain Komunikasi Visual Website Komunikasi Visual Website Suaramuslim.Net).” UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA, 2018.

“Kata_nabi 📖 (@kata_nabi) • Instagram Photos and Videos.” Accessed October 13, 2021.
https://www.instagram.com/kata_nabi/?hl=en.