

**ANALISIS DESAIN KOMUNIKASI VISUAL AKUN  
INSTAGRAM @arielsyafrin BERDASAR  
SEMIOTIKA FERDINAND DE SAUSSURE**



**SKRIPSI**

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah  
UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk Memenuhi Salah Satu  
Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)**

**Oleh :**

**NOFITA SOLIHATIN  
NIM. 1717102024**

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS DAKWAH  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROFESOR KIAI HAJI  
SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
2021**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nofita Solihatin  
NIM : 1717102024  
Jenjang : S1  
Fakultas : Dakwah  
Jurusan : Komunikasi Penyiaran Islam  
Program Studi : Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi yang berjudul **“Analisis Desain Komunikasi Visual Akun Instagram @arielsyafrin Berdasar Semiotika Ferdinand de Saussure”** ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya sastra sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya dalam skripsi ini, di beri tanda catatan kaki (*footnote*) dan ditunjukkan dalam daftar pustaka sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila ternyata kelak dikemudian hari terbukti ada ketidakbenaran di pernyataan saya, maka saya bertanggung jawab sepenuhnya.

Banyumas, 14 Oktober 2021

Yang Menyatakan,



**Nofita Solihatin**  
**NIM. 17171024**

**PENGESAHAN**

Skripsi berjudul:

**ANALISIS DESAIN KOMUNIKASI VISUAL AKUN  
INSTAGRAM @arielsyafrin BERDASAR  
SEMIOTIKA FERDINAND DE SAUSSURE**

Yang disusun oleh Saudara: **Nofita Solihatin, NIM. 1717102024**, Program Studi **Komunikasi Penyiaran Islam**, Fakultas Dakwah, Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada tanggal: **25 Oktober 2021**, dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Sosial (S.Sos)** pada sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Pembimbing

Sekretaris Sidang/Penguji II,

Wanto, M.Kom.  
NIP.19811119 200604 1 004

Nurul Khofimah, M. Sos.  
NIP. -

Penguji Utama

Dr. Mustain, M. Si  
NIP. 19710302 200901 1 004

Mengesahkan,

Tanggal: 28-10-21.....

Dekan,



Abdul Basit, M. Ag.  
1991219 199803 1 001

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Dakwah

UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto

Di Tempat

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb*

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi maka saya sampaikan naskah skripsi saudara :

Nama	: Nofita Solihatin
NIM	: 1717102024
Fakultas	: Dakwah
Jurusan	: Komunikasi Penyiaran Islam
Program Studi	: Penyiaran Islam
Judul Skripsi	: <b>Analisis Desain Komunikasi Visual Akun Instagram @arielsyafrin Berdasar Semiotika Ferdinand de Saussure</b>

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Komunikasi Penyiaran Islam (S.Sos).

Demikian atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Purwokerto, 14 Oktober 2021

Pembimbing,



**Warto, M.Kom.**

**NIP. 198111192006041004**

**ANALISIS DESAIN KOMUNIKASI VISUAL AKUN  
INSTAGRAM @arielsyafrin BERDASAR  
SEMIOTIKA FERDINAND DE SAUSSURE**

**NOFITA SOLIHATIN**  
**1717102024**

**Abstrak**

Dakwah era digital menjadi tantangan tersendiri bagi Da'i, terlebih tingginya minat Mad'u terhadap penggunaan media sosial. Sebagai seorang Da'i, menjadi sebuah keharusan untuk memanfaatkan media sosial seperti instagram sebagai media berdakwah. Pesan dakwah dalam instagram disampaikan melalui poster komunikasi visual. Poster didesain dengan mengelola elemen-elemen grafis berupa tipografi, ilustrasi dan warna. Akun instagram yang digunakan dalam penelitian adalah akun @arielsyafrin yang menerapkan elemen-elemen desain komunikasi visual. Rumusan masalah dan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui makna yang terkandung dalam elemen desain komunikasi visual akun Instagram @arielsyafrin. Teori Ferdinand de Saussure digunakan untuk mengetahui makna yang tersusun dari penanda dan petanda yang muncul pada poster. Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian deskriptif kualitatif dengan metode pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian ini adalah setiap tanda visual (ilustrasi, warna dan garis) dan tanda verbal (teks) yang dimunculkan memiliki makna sesuai dengan konteks yang melatarbelakangi pesan yang disampaikan. Dalam setiap poster menginterpretasikan makna himbuan dan mengajak sesama muslim melakukan *amar ma'ruf nahi munkar* dengan sumber yang jelas yang dicantumkan dalam setiap poster. Tanda verbal dan tanda visual tidak dapat berdiri sendiri, keduanya saling berkaitan satu dengan yang lainnya dan memiliki makna tersendiri terhadap pesan yang disampaikan kepada khalayak dan didukung dengan ilustrasi yang menarik sehingga dapat membuat pesan tersampaikan dengan baik.

**Kata Kunci : Komunikasi Visual, Instagram, Semiotika Ferdinan de Saussure.**

## MOTTO

*“Barangsiapa yang mengerjakan kebaikan sekecil apapun, niscaya dia akan melihat (balasan)nya.”*

(QS. Al-Zalzalah: 7)



## PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan petunjuk dan nikmat yang tak terbatas kepada hambanya sehingga dapat menyelesaikan skripsi walaupun dengan segala keterbatasan dan kekurangan. Dengan rasa hormat, cinta dan sayang, penulis mempersembahkan karya sederhana ini kepada kedua orang tua penulis, Bapak Rohmanudin Rohim dan Ibu Sumiarti yang telah melahirkan, merawat, mendidik, dan membiayai penulis dengan penuh pengorbanan dan selalu mengiringi langkah penulis dengan kasih sayang dan untaian doa yang tidak pernah putus. Dengan segala harap yang kalian inginkan semoga anakmu ini bisa mewujudkan satu persatu keinginan kalian. Terimakasih telah menjadi orang tua yang tidak pernah menuntut anak-anaknya, selalu menuruti segala keinginannya, selalu mengarahkan kejalan yang baik dan selalu memberikan yang terbaik untuk anak-anaknya. Dan untuk kedua kakak laki-laki saya Risto Efendi, Arif Pujianto dan kakak ipar saya Tri Vida Agustin terimakasih telah menjadi kakak yang baik yang tidak pernah menuntut apapun kepada adiknya, terimakasih selalu memberikan apa yang diinginkan adiknya. Semoga selalu menjadi saudara yang saling menyayangi sampai akhir hayat. Aamiin. Karya sederhana ini saya persembahkan untuk keluarga tercinta yang selalu mensupport dan mengiringi segala langkah penulis. Terimakasih!

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur atas kehadiran Allah Subhanahu wa ta'ala yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “ Analisis Desain Komunikasi Visual Akun Instagram @Arielsyafrin Berdasar Semiotika Ferdinand de Saussure”. Shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad Shalallahu'alaihi wa sallam. Mudah-mudahan kita semua tergolong ke dalam umat yang mendapat syafa'at di yaumul akhir. Aamiin.

Penulis menyadari bahwa dengan selesainya skripsi ini tidak luput dari bantuan, bimbingan dari banyak pihak. Oleh karenanya pada kesempatan kali ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Dr. K.H. Moh. Roqib, M.Ag selaku rektor UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. H. Abdul Basith, M. Ag. Dekan Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Uus Uswtussolihah, M.A selaku ketua jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.
4. Warto, M. Kom selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing dan membantu proses penyelesaian skripsi ini dengan penuh sabar dan ikhlas.
5. Abdul Wachid B. S selaku Dosen Pembimbing Akademik.
6. Segenap Dosen Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah memberikan ilmu kepada penulis saat di bangku perkuliahan.
7. Segenap karyawan dan seluruh civitas akademik Fakultas Dakwah yang telah melayani sepenuh hati dalam segala urusan akademik.
8. Ariel Syafrin yang telah membeikan izin kepada penulis untuk meneliti karyanya.

9. Kedua orang tua, Bapak Rohmanudin Rohim dan Ibu Sumiarti, yang selalu mengiringi langkah penulis dengan untaian doa.
10. Kakak pertama beserta istri dan anak, Risto Efendi, Tri Vida Agustin, Arkan Ghifari Dzakiandra dan Khayra Azkadina dan kakak kedua Arif Pujiyanto yang selalu mensupport.
11. Sahabat saya sejak Mts, Siti Aisyah terimakasih selalu mensupport dan memberikan semangat bagi penulis sampai detik ini, semoga persahabatan kita abadi.
12. Teman seperjuangan Sulih Nur Barokah S.Sos, terimakasih sudah berkenan untuk selalu direpotkan. Semoga kebaikanmu dibalas Allah swt.
13. Kawan-kawan seperjuangan KPI A angkatan 2017 yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
14. LPM OBSESI UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah menjadi wadah penulis belajar tentang kepenulisan.
15. Semua teman-teman penulis yang telah memberikan dukungan dan doa yang tidak berkontribusi secara langsung.
16. Terkhusus kepada diri sendiri yang sudah berjuang dengan begitu hebatnya, sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini. Good Job !!

Banyak ucapan terimakasih dan syukur yang penulis sampaikan. Banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kebaikan bagi kita semua.

Banyumas, 14 Oktober 2021

Penulis,



Nofita Solihatin  
1717102024

## DAFTAR ISI

<b>Halaman Judul .....</b>	<b>i</b>
<b>Pernyataan Keaslian.....</b>	<b>ii</b>
<b>Lembar Pengesahan.....</b>	<b>iii</b>
<b>Nota Dinas Pembimbing.....</b>	<b>iv</b>
<b>Abstrak.....</b>	<b>v</b>
<b>Motto .....</b>	<b>vi</b>
<b>Persembahan .....</b>	<b>vii</b>
<b>Kata Pengantar .....</b>	<b>viii</b>
<b>Daftar Isi .....</b>	<b>x</b>
<b>Daftar Tabel .....</b>	<b>xiii</b>
<b>Daftar Gambar .....</b>	<b>xiv</b>
<b>Bab I Pendahuluan .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Penegasan Istilah.....	6
1. Desain Komunikasi Visual .....	6
2. Akun Instagram @arielsyafrin.....	7
C. Rumusan Masalah.....	8
D. Tujuan Penelitian .....	8
E. Manfaat Penelitian .....	8
1. Manfaat Teoritis.....	8
2. Manfaat Praktis .....	8
F. Kajian Pustaka .....	9
G. Sistematika Penulisan .....	12
<b>Bab II Kajian Teori .....</b>	<b>13</b>

1. Desain Komunikasi Visual .....	13
2. Pengertian Desain Komunikasi Visual .....	13
3. Macam-macam Bentuk Komunikasi Visual .....	14
4. Elemen-elemen Desain Komunikasi Visual .....	16
5. Prinsip-prinsip Desain Komunikasi Visual.....	21
6. Karakter Desain Komunikasi Visual.....	23
A. Media Sosial.....	29
1. Pengertian Media Sosial .....	29
2. Macam-Macam Media Sosial .....	29
3. Karakteristik Media Sosial.....	31
4. Media Sosial Instagram.....	33
B. Teori Semiotika Ferdinand De Saussure.....	36
1. Pengertian Semiotika .....	36
2. Latar belakang Ferdinand De Saussure.....	38
3. Analisis Teori Semiotika Ferdinand De Saussure.....	39
4. Kerangka Analisis Teori Semiotika Ferdinand De Saussure .....	41
5. Dakwah Visual.....	43
<b>Bab III Metode Penelitian .....</b>	<b>45</b>
A. Jenis Penelitian .....	45
B. Subyek Dan Obyek penelitian .....	45
1. Subyek Penelitian .....	45
2. Obyek Penelitian .....	45
C. Sumber Data .....	46
1. Sumber Data Primer.....	46
2. Sumber Data Sekunder .....	53
D. Metode Pengumpulan Data .....	53
1. Observasi .....	53

2. Wawancara .....	53
3. Dokumentasi .....	54
E. Metode Analisis Data .....	54
<b>Bab IV Hasil Penelitian .....</b>	<b>56</b>
A. Profil Instagram @arielsyafrin .....	56
1. Gambaran umum @arielsyafrin .....	56
2. Logo akun Instagram @arielsyafrin .....	57
B. Analisis Semiotika Ferdinand de Saussure Terhadap Makna Desain Komunikasi Visual pada Akun Instagram @arielsyafrin .....	58
C. Hasil analisis makna desain Komunikasi Visual pada Akun Instagram @arielsyafrin .....	92
<b>Bab V Penutup .....</b>	<b>96</b>
A. Kesimpulan .....	96
B. Saran .....	96
<b>Daftar Pustaka</b>	
<b>Lampiran</b>	
<b>Daftar Riwayat Hidup</b>	



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Karakter huruf .....	23
Tabel 2.2	Makna warna.....	27
Tabel 3.1	Data postingan periode Maret- Juli.....	46
Tabel 3.2	Data postingan yang diteliti .....	50
Tabel 4.1	Elemen desain pada akun instagram @arielsyafrin .....	92



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Postingan tentang dibalik kesulitan .....	5
Gambar 1.2	Postingan tentang tolong menolong.....	5
Gambar 1.3	Kucing tidak najis .....	6
Gambar 2.1	Penggunaan instagram di Indonesia.....	36
Gambar 3.1	Elemen-elemen makna dari Saussure .....	41
Gambar 4.1	Profil instagram @arielsyafrin.....	56
Gambar 4.2	Elemen pendukung dalam desain poster @arielsyafrin .....	95



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Memasuki era modern yang serba menggunakan teknologi digital yang saat ini merambah ke semua aspek kehidupan. Dari aspek ekonomi, bisnis, transportasi hingga masalah kehidupan sehari-hari yang sederhana pun sudah terjamah teknologi modern. Internet merupakan produk digital yang telah membentuk berbagai komunitas dunia maya, di mana dalam berinteraksi sudah tidak terbatas ruang dan waktu. Dalam menyebarkan berbagai informasi sekarang tidak membutuhkan waktu lama dengan hanya hitungan detik saja kita sudah bisa mendapatkan informasi yang kita mau lewat internet.<sup>1</sup>

Revolusi industri 4.0 atau *cyber physical system* telah mengganti cara berinteraksi seseorang berdasarkan hubungan fisik diganti menggunakan jejaring internet. Saat ini internet sebagai produk digital menjadi kunci utama manusia untuk berkomunikasi. Melakukan komunikasi menggunakan internet secara umum memiliki kelebihan dibanding media konvensional dengan kemampuannya untuk menghadirkan pertukaran informasi yang lebih cepat.<sup>2</sup>

Menurut hasil survei Asosiasi Penyelenggaraan Jasa Internet Indonesia (APJII) menyatakan bahwa, pada tahun 2019-2020 penggunaan internet di Indonesia mencapai 196,71 juta jiwa atau sekitar 73,7% dari keseluruhan penduduk yang tinggal di Indonesia. Data tersebut lebih tinggi dari pada data yang ada pada tahun 2018 sekitar 64,8% dari total penduduk Indonesia yaitu 171,17 juta pengguna. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengguna internet

---

<sup>1</sup> Nadya Khennis Rozana, "Makna Karakter Desain Komunikasi Visual Website Nu Online Sebagai Media Dakwah", *SKRIPSI*, (Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2019), hal. 2.

<sup>2</sup> Guntur Cahyono dan Nibros Hassani, "Youtube: Seni Komunikasi Dakwah Dan Pembelajaran". *Jurnal Dakwah* Vol. 13 Nomor 1 Tahun 2019. Hal.23-24.

tahun 2019-2020 meningkat menjadi 25,5 juta jiwa atau 8,9 dari total penduduk Indonesia yang memiliki nilai pertumbuhan sekitar 1,03% per tahun.<sup>3</sup>

Asosiasi Penyelenggaraan Jasa Internet Indonesia (APJII) merilis data terkait jenis perangkat yang sering digunakan untuk terhubung dengan internet yaitu: komputer dekstop (PC) 9,5%, laptop/tablet 19,7%, dan *smartphone* 95,4% dengan jumlah rata-rata penggunaan internet di Indonesia menggunakan internet 8 jam perhari. Aktivitas yang beragam namun yang paling sering untuk mengakses sosial media. Alasan masyarakat Indonesia menggunakan Internet diantaranya: media sosial 51,5%, layanan informasi pendidikan 5,2%, mengirim pesan 32,9%, mengakses layanan publik 2,9 % dan hiburan 1,3%.<sup>4</sup>

Dapat disimpulkan dari data di atas bahwa media sosial merupakan media yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia. Dimana media sosial merupakan media berteknologi internet yang memiliki fungsi untuk berkomunikasi jarak jauh, bersosialisasi secara online tanpa batas ruang dan waktu. Dengan hadirnya media sosial membuat informasi bisa didapatkan secara mudah dan cepat. Dengan penggunaan media yang cukup tinggi seharusnya dapat digunakan untuk menyebarkan kebaikan, misalnya berdakwah.

Saat ini banyak sekali media sosial yang berkembang di Indonesia bahkan dunia. Media sosial yang berkembang cukup signifikan yaitu Instagram. Instagram merupakan aplikasi untuk berbagi foto, video, yang juga menyediakan filter-filter cantik untuk mengubah penampilan penggunanya serta dapat menambahkan komentar dalam postingan foto tersebut.<sup>5</sup>

---

<sup>3</sup>Tim APJII, *Laporan Survei Apjii (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) Terkait Penetrasi Dan Profil Perilaku Pengguna Internet Indonesia Tahun 2019-2010*. (Jakarta : 2020, Diakses Melalui Apjii.Or.Od Pada 5 Januari 2021 Pukul 07.45.

<sup>4</sup> Tim APJII, *Laporan Survei Apjii Terkait Penetrasi Dan Profil Perilaku Pengguna Internet Indonesia Tahun 2019-2010*. (Jakarta : 2020, Diakses Melalui Apjii.Or.Od Pada 5 Januari 2021 Pukul 07.45.

<sup>5</sup> Gusmia Arianti. "Kepuasan Remaja Terhadap Penggunaan Media Sosial Instagram Dan Path". *Jurnal Studi Ilmu Komunikasi Universitas Al-Azhar Indonesia*.

Media sosial yang terbilang masih baru dibandingkan dengan Facebook, Twitter, dan lain-lain yaitu Instagram. Instagram pertama muncul di Indonesia yaitu tahun 2010. Menurut *Napoleon Cat*, pengguna Instagram di Indonesia mencapai 83.770.000 pengguna. Jadi bisa dikatakan penduduk Indonesia menyumbang 30,5% dalam penggunaan Instagram.<sup>6</sup> Instagram hadir memberikan kemudahan bagi banyak aspek kehidupan salah satunya memudahkan penyampaian pesan dakwah. Instagram tidak hanya digunakan untuk bersenang-senang atau hiburan saja tapi bisa digunakan untuk menyebarkan hal-hal yang positif seperti berdakwah. Berdakwah menggunakan Instagram untuk saat ini banyak diminati oleh para dai karena dianggap lebih efektif terutama yang sasarannya generasi milenial.

Berdakwah mengikuti perkembangan teknologi mengharuskan para pendakwah untuk membuat konten yang menarik dan mudah dipahami oleh sasaran dakwahnya. Dalam membuat sebuah konten diperlukan orang yang menguasai sebuah desain grafis. Desain grafis atau desain komunikasi visual merupakan salah satu cara mengkomunikasikan pesan atau informasi kepada pembaca menggunakan kekuatan visual yaitu tipografi, ilustrasi, warna, garis, layout dengan bantuan teknologi lainnya.<sup>7</sup> Salah satu akun dakwah yang menggunakan desain komunikasi visual yaitu akun Instagram @arielsyafrin. Dakwah komunikasi visual yang dijalankan oleh akun ini cukup memikat banyak penggunanya karena dapat dilihat dari jumlah *like* nya yang mencapai ratusan sampai ribuan.

Dalam berdakwah menggunakan media sosial Instagram akun @arielsyafrin menjadikan anak muda sebagai sasaran dakwahnya, hal ini dibuktikan dengan banyaknya pengikut yang didominasi anak muda. Akun ini mengunggah konten-kontennya berupa informasi seputar dunia Islam, seperti

---

<sup>6</sup> Napoleoncat.com. *Pengguna Instagram Indonesia Desember 2020*. Diakses pada 5 Januari 2021.

<sup>7</sup> Rakhmat Supriyono, *Desain Komunikasi Visual*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2020), Hal. 9.

akhlak, akidah dan syariah yang dikemas dalam gambar visual yang menarik dan berbeda dari akun lain yaitu menggunakan gambar visual anime Film Naruto. Dakwah merupakan kewajiban setiap muslim untuk mengajak sesama muslim melakukan *amar ma'ruf nahi munkar* sebagaimana yang disebutkan dalam QS. Ali Imran: 110.

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَوْ  
ءَامَنَ أَهْلَ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ ۚ مِنْهُمْ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ

*Artinya: Kamu adalah umat yang terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang ma'ruf, dan mencegah dari yang munkar, dan beriman kepada Allah. Sekiranya Ahli Kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka, di antara mereka ada yang beriman, dan kebanyakan mereka adalah orang-orang yang fasik*

Dalam berdakwah harus berpedoman pada Al-Quran dan sunah. Hal ini juga yang diterapkan pada akun Instagram @arielsyafrin. Akun tersebut menarik perhatian peneliti karena melihat dari sekian banyak akun dakwah jarang sekali ada yang mencantumkan sumber pesan yang disampaikan. Namun akun @arielsyafrin berbeda dengan akun dakwah lainnya yang mencantumkan sumber rujukan yang jelas dan menggunakan desain yang menarik. Walaupun pengikutnya baru mencapai 4.506 pengikut,<sup>8</sup> namun konten yang diunggah sudah cukup banyak tidak kalah dengan akun dakwah lainnya yang mempunyai *follower* banyak. Akun ini postingannya didominasi ilustrasi dari film Naruto yang menjadikan ciri khas dari akun ini. Berikut beberapa postingan dalam akun Instagram @arielsyafrin.

---

<sup>8</sup> Data Diperoleh Pada Tanggal 5 Oktober 2021.



**Gambar 1.1**

Postingan @arielsyafrin tentang keutamaan menolong sesama muslim  
 Sumber: [https://www.instagram.com/p/CNfDW6fBL4O/?utm\\_medium=copy\\_li](https://www.instagram.com/p/CNfDW6fBL4O/?utm_medium=copy_li)



**Gambar 1.2**

Postingan @arielsyafrin tentang keutamaan menolong sesama muslim  
 Sumber: [https://www.instagram.com/p/CMW8deyhOld/?utm\\_medium=copy\\_link](https://www.instagram.com/p/CMW8deyhOld/?utm_medium=copy_link)



**Gambar 1.3**

Postingan @arielsyafrin tentang konten kucing tidak najis

Sumber:

[https://www.instagram.com/p/CR\\_dShWBvtq/?utm\\_medium=copy\\_link](https://www.instagram.com/p/CR_dShWBvtq/?utm_medium=copy_link)

## B. Penegasan Istilah

### 1. Desain Komunikasi Visual

Dari buku yang dikutip oleh Nyoman Sriwitari dan I Gusti Nyoman Widnyana dalam buku yang berjudul *Desain Komunikasi Visual*, menurut Kusrianto desain komunikasi visual adalah suatu disiplin ilmu yang bertujuan mempelajari konsep-konsep komunikasi dan ungkapan kreatif melalui berbagai media untuk menyampaikan pesan serta gagasan secara visual dengan mengelola elemen-elemen grafis yang berupa bentuk dan gambar, tatanan huruf, serta komposisi warna dan *layout* (tata letak). Dengan demikian gagasan dapat diterima oleh orang atau kelompok yang menjadi target penerima pesan/komunikasikan<sup>9</sup>.

<sup>9</sup> Nyoman Sriwitari & I Gusti Nyoman Widnyana, *Desain Komunikasi Visual* (Yogyakarta:Graha Ilmu,2014), hal. 2.

Dalam merancang desain komunikasi visual perlu memperhatikan beberapa prinsip-prinsip desain di antaranya, keseimbangan (*balance*), tekanan (*emphasis*), irama (*rhythm*), kesatuan (*unity*) karena untuk menjadi tolak ukur atau nilai-nilai yang menentukan keindahan dan kualitas suatu desain. Selain harus memperhatikan prinsip-prinsip desain, dalam merancang desain komunikasi visual juga harus memperhatikan elemen-elemen desain komunikasi visual diantaranya garis, bidang, warna, tipografi, simbol, dan tata letak.<sup>10</sup>

Fokus dalam penelitian ini yaitu menganalisis elemen-elemen desain komunikasi visual yaitu tipografi, ilustrasi dan warna menggunakan teori Ferdinand de Saussure.

## 2. Akun Instagram @arielsyafrin

Bambang Dwi Atmoko mendefinisikan Instagram sebagai salah satu media digital yang dapat diakses melalui *Smartphone* yang memungkinkan pengguna untuk berbagi foto atau informasi kepada pengguna lainnya.<sup>11</sup>

Akun @arielsyafrin merupakan akun media sosial Instagram yang dibuat oleh Ariel Syafrin. Akun ini awalnya merupakan akun pribadi yang kemudian digunakan untuk menyebarkan dakwah visual. Konten yang diunggah oleh akun ini berupa poster yang berisi dakwah dengan menggunakan sumber yang jelas yaitu Al-Quran, Hadis dan perkataan ulama.

Akun @arielsyafrin pertama kali mengunggah poster dakwah pada 9 Desember 2019. Syafrin mengatakan jika awal mula pembuatan akun ini karena terinspirasi dari akun dakwah lainnya dan pembuatan akun ini diniatkan untuk mensyiarkan agama Islam didukung dengan visual yang menarik sesuai perkembangan zaman. Konten yang diunggah bermacam-

<sup>10</sup> Pujrianto, *Desain Grafis Komputer*, (Yogyakarta: Andi, 2005), hal.94-95.

<sup>11</sup> Yosiana Duli Lesmana, "Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung", *Skripsi* (Lampung: UIN Raden Intan, 2018), Hal.18.

macam. Di antaranya bertemakan akhlak, aqidah dan syariah. Ciri khas akun ini yaitu menggunakan sumber rujukan yang jelas dan menggunakan ilustrasi berupa *anime* film Naruto. Syafrin menggunakan tokoh Naruto karena dilatar belakangi bentuk kecintaanya terhadap *anime* tersebut jadi lebih paham tentang penggambaran karakter setiap tokohnya.<sup>12</sup>

### **C. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalahnya yaitu, Bagaimana makna elemen desain komunikasi visual pada konten Instagram @arielsyafrin berdasar analisis semiotika Ferdinand de Saussure ?

### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitiannya yaitu untuk menganalisis makna yang terkandung pada elemen desain komunikasi visual di konten akun Instagram @arielsyafrin berdasar analisis semiotika Ferdinand de Saussure.

### **E. Manfaat Penelitian**

#### **1. Manfaat Teoritis**

- a. Mengungkap makna dibalik desain komunikasi visual konten di akun Instagram @arielsyafrin.
- b. Memperkaya khazanah implementasi teori semiotika Ferdinand de Saussure pada ranah komunikasi visual.

#### **2. Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan penelitian yang akan datang dan memberikan manfaat atau sumbangan ilmiah mengenai desain komunikasi visual.

---

<sup>12</sup> Wawancara Online dengan Ariel Syafrin pada 18 Agustus 2021.

## F. Kajian Pustaka

Setelah peneliti melakukan penelusuran di berbagai sumber, kemudian peneliti menemukan penelitian yang relevan. Penulis merujuk pada beberapa penelitian terdahulu yang relevan, diantaranya:

*Pertama*, penelitian yang dilakukan oleh Sinung Utami Hasri Habsari yang berjudul “*Analisa Semiotika Komunikasi Visual Iklan Layanan Masyarakat Lingkungan Hidup*” dalam jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat tahun 2016. Hasil penelitian ini yaitu setiap poster berisi penyampaian sebuah konsep, isi atau makna, dan pesan-pesan visual yang persuasif.<sup>13</sup>

Persamaan penelitian Sinung Utami Hasri Habsari dengan penelitian ini ialah sama-sama menganalisis tanda visual menggunakan analisis semiotika, namun penelitian ini menggunakan 3 analisis semiotika yaitu semiotika Charles Sanders Peirce, Roland Barthes, dan Ferdinand de Saussure. Perbedaannya yaitu terletak pada fokus penelitian. Sinung Utami Hasri Habsari fokus penelitiannya yaitu desain poster iklan layanan masyarakat. Sedangkan peneliti fokus penelitiannya ke elemen desain komunikasi visual yang berupa ilustrasi, tipografi dan warna kemudian dianalisis menggunakan teori semiotika Ferdinand de Saussure.

*Kedua*, Skripsi yang ditulis oleh Mohamad Zamroni mahasiswa Fakultas Dakwah Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Sunan Ampel Surabaya dengan judul “*Desain Komunikasi Visual Journalism Online (Analisis Kualitatif Deskriptif Karakter Desain Komunikasi Visual Website suaramuslim.net)*”. Penelitian bertujuan untuk mengetahui elemen dan karakter desain komunikasi visual yang meliputi elemen tipografi, *font*, *shape*,

---

<sup>13</sup> Sinung Utami Hasri Habsari, “Analisa Semiotika Komunikasi Visual Iklan Layanan Masyarakat Lingkungan Hidup”, *Jurnal PPKM II* (2016).

ruang, warna, gambar dan tata letak pada postingan Website suaramuslim.net.<sup>14</sup>

Persamaan penelitian Mohammad Zamroni dengan peneliti ialah sama-sama meneliti elemen desain komunikasi visual. Perbedaannya ialah terletak pada subyek yang diteliti dan teori yang dipakai. Mohammad Zamroni menggunakan subyek Website suaramuslim.net sedangkan peneliti subyek utamanya akun Instagram @arielsyafrin. Teori yang dipakai Mohammad Zamroni menggunakan teori Gestalt sedangkan penulis menggunakan teori semiotika Ferdinand de Saussure.

*Ketiga*, penelitian yang dilakukan oleh Mokhammad Mahfud dan Rama Kertamukti dalam *Jurnal Komunikasi* Vol.09/No.02/Oktober 2016 dengan judul “*Desain Komunikasi Dakwah Visual Animasi 2d Untuk Anak (Studi Deskriptif Kualitatif Di SDN Monggang Pendowoharjo Sowon Bantul)*. Penelitian ini bertujuan sebagai acuan bahan ajar siswa-siswa SDN Monggang Pendowoharjo Sewon, Bantul. Konsep penelitian ini yaitu penggambaran serta penyebaran nilai-nilai keislaman melalui visual animasi 2D. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode wawancara mendalam dan observasi.<sup>15</sup>

Persamaan dari penelitian ini ialah jenis penelitiannya yaitu menggunakan analisis kualitatif deskriptif. Perbedaannya terletak pada subjek penelitian yang berbeda. Mokhammad Mahfud dan Rama Kertamukti subyek dalam penelitiannya yaitu Kepala Sekolah dan guru PAI SDN Monggang Sewon Bantul sedangkan peneliti menjadikan akun Instagram @arielsyafrin sebagai subyek penelitian.

---

<sup>14</sup> Mohammad Zamroni, “Desain Komunikasi Visual Journalism Online (Analisis Kualitatif Deskriptif Karakter Desain Komunikasi Visual Website suaramuslim.net)”, *Doctoral Dissertation, UIN Sunan Ampel* (2018).

<sup>15</sup> Mokhammad Mahfud Dan Rama Kertamukti, “Desain Komunikasi Dakwah Visual Animasi 2d Untuk Anak (Studi Deskriptif Kualitatif Di SDN Monggang Pendowoharjo Sowon Bantul).

*Keempat*, skripsi yang ditulis oleh Fitriana Maunah mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang berjudul “*Konsep Desain Komunikasi Visual Rubrik Fashion Hijabella Edisi Januari 2015*”. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui konsep desain visual yang meliputi warna, ilustrasi, dan tipografi serta prinsip desain komunikasi yang digunakan pada majalah hijabella edisi Januari 2015.<sup>16</sup>

Persamaan penelitian Fitriana Maunah dengan peneliti ialah sama-sama meneliti desain komunikasi visual yang dianalisis menggunakan analisis Milles dan Hubberman. Perbedaannya ialah terletak pada obyek yang diteliti. Fitriana Maunah menggunakan Rubrik Hijabella sebagai obyek penelitian sedangkan peneliti obyek penelitiannya akun Instagram @arielsyafrin.

*Kelima*, penelitian yang ditulis oleh Nadya Khennis Rozzana mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya, jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam dengan judul skripsi “*Makna Karakter Desain Komunikasi Visual Website NU Online Sebagai Media Dakwah (Analisis Semiotika Ferdinand de Saussure)*”. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui karakter desain pada website NU Online, dan hasil penelitiannya yaitu ikon logo NU mencerminkan warga NU yang sederhana sedangkan warna dan ilustrasinya mempunyai makna tersendiri. Dalam penelitian ini Nadya menggunakan analisis teks media dan menggunakan jenis penelitian non kancas.<sup>17</sup>

Persamaan penelitian Nadya Khennis Rozzana dengan peneliti yaitu menggunakan teori yang sama yaitu semiotik Ferdinand De Saussure. Perbedaannya ialah terletak pada obyek yang diteliti. Nadya Khennis Rozana menggunakan website NU online sebagai obyek penelitian sedangkan peneliti obyek penelitiannya akun Instagram @arielsyafrin.

---

<sup>16</sup> Fitriana Maunah, berjudul “Konsep Desain Komunikasi Visual Rubrik Fashion Hijabella Edisi Januari 2015”, *Skripsi*, (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2015).

<sup>17</sup> Nadya Khennis Rozzana, “Makna Karakter Desain Komunikasi Visual Website Nu Online Sebagai Media Dakwah (Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure)”, *Skripsi*, (Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2019).

## **G. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan merupakan susunan atau urutan untuk mempermudah pembagian per bab permasalahan yang akan dikaji. Dalam penelitian ini penulis membagi dalam lima bab sebagai berikut:

### **BAB I Pendahuluan**

Pendahuluan meliputi latar belakang masalah, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, telaah pustaka, dan sistematika penulisan.

### **BAB II Kajian Teori**

Bab ini berisi desain komunikasi visual, media sosial, dan semiotika Ferdinand De Saussure.

### **BAB III Metode Penelitian**

Bab ini berisi jenis penelitian, subyek dan obyek penelitian, sumber dan data penelitian, metode pengumpulan data penelitian, serta metode yang digunakan.

### **BAB IV Penutup**

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan saran serta penutup.

## BAB II

### KAJIAN TEORI

#### A. Desain Komunikasi Visual

##### 1. Pengertian Desain Komunikasi Visual

Everret M. Rogers mendefinisikan komunikasi sebagai sebuah proses menyampaikan ide secara verbal maupun non verbal dari satu sumber ke sumber lainnya. Sedangkan visual di definisikan sebagai sesuatu yang dapat dilihat oleh panca indera termasuk ke dalam kategori visual.<sup>18</sup> Jadi komunikasi visual merupakan sebuah proses penyampaian ide menggunakan sebuah media visual yang dapat dilihat oleh panca indera. Media visual memadukan seni, simbol, tipografi, dan warna dalam penyampaiannya. Peran media visual adalah untuk menyalurkan pesan dari sumber ke penerima pesan. Pesan-pesan tersebut divisualisasikan ke dalam simbol-simbol visual. Selain itu, media visual juga berfungsi untuk menarik perhatian, memperjelas penyajian ide, dan penggambaran atau menghiasi peristiwa yang dapat dengan cepat dilupakan jika tidak divisualisasikan.<sup>19</sup>

Desain komunikasi visual adalah ilmu yang mempelajari susunan ide penyampaian pesan dengan ekspresi daya kreatif, yang disalurkan melalui berbagai media komunikasi visual dengan mengolah elemen desain grafis yang terdiri dari gambar (ilustrasi), huruf, tipografi, warna, komposisi dan *layout*. Semua ini dilakukan dalam rangka menyampaikan pesan kepada target sasaran melalau visual, audio, dan atau audio visual.<sup>20</sup> Tujuan utama dari komunikasi yaitu untuk menyampaikan pesan yang dapat merubah tingkah

---

<sup>18</sup> Eko Budi Prasetyo, "Peran Ilustrasi Visual Dalam Pembelajaran", *Majalah Ilmiah* 2, Vol.2, Oktober 2006. (Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta, 2006), Hal.170.

<sup>19</sup> Nilhan Ni'mah, "Dakwah Komunikasi Visual". *Islamic Communication Journal*, Vol. 01, No. 01. (Semarang: UIN Walisongo, 2016). Hal 109.

<sup>20</sup> Dadi Ahmadi, "Interaksi Simbolik: Suatu Pengantar" *Jurnal Mediator* Vol.9 No.2 (Desember, 2008), Hal. 310.

laku sesuai apa yang diinginkan oleh komunikator. Pesan tersebut harus dapat menarik perhatian ketika target sasaran melihat untuk pertama kalinya. Salah satu caranya yaitu menerapkan desain visual yang unik dan menarik. Desain yang unik dalam karya desain visual akan mudah diingat oleh audiens.

Ada beberapa istilah yang dikemukakan oleh Adi Kusrianto yang berkaitan dengan istilah visual, diantaranya:<sup>21</sup>

- a. *Visual Language*, yaitu ilmu yang mempelajari bahasa visual. Visualisasi adalah kegiatan menerjemahkan atau mewujudkan informasi dalam bentuk visual.
- b. *Visualiser*, adalah orang yang tugasnya menuangkan suatu ide ke dalam bentuk visual dalam suatu proyek desain.
- c. *Visual effect*, yaitu membuat efek menipu seolah-olah ada situasi atau kejadian yang sulit dilakukan manusia. Misalnya kemunculan dinosaurus atau lainnya sedang mendarat di planet asing dan lain sebagainya.
- d. *Visual Information*, yaitu informasi yang dapat dilihat oleh panca indera. Misalnya lambaian tangan, senyuman, dan lain-lain.
- e. *Visual Literacy*, yakni kemampuan seseorang dalam memahami dan menginterpretasikan makna dari sebuah karya visual.

## 2. Macam-Macam Bentuk Komunikasi Visual

Pada dasarnya ada dua bentuk penyajian visual yaitu komunikasi tertulis dan *graphic image* (komunikasi gambar). Bentuk komunikasi sangat ditentukan oleh bentuk-bentuk komunikasi visual yang meliputi:

- a. Komunikasi dengan diri sendiri/komunikasi intrapersonal

Komunikasi dengan diri sendiri berbentuk proses berfikir dengan bantuan gambar sebagai media. Bagi desainer komunikasi visual,

---

<sup>21</sup> Nur Rizky Toybah, “Dakwah Komunikasi Visual Melalui Instagram Akun @Haditsku”, hal.60.

keterampilan menggambar teramat penting, karena merupakan alat komunikasi baginya.<sup>22</sup>

b. Komunikasi lintas profesi

Dengan berkembangnya teknologi, desainer komunikasi visual bekerja dalam tim multidisiplin yang terdiri dari disiplin teknis dan sosial, pakar lingkungan hidup, pakar pemasaran, dan disiplin lain terkait komunikasi visual. Model komunikasi antar profesi menggunakan model berfikir bahwa “gambar” sebagai alat komunikasi antar tim.

c. Komunikasi dengan klien

Ide yang dimiliki oleh desain harus dikomunikasikan atau dipresentasikan secara terbuka kepada klien dengan menyertakan proposal yang dilengkapi gambar dengan konsep yang menarik, akurat dan komunikatif. Hal ini dilakukan untuk meyakinkan klien dan membujuk klien untuk menerima ide-ide dari desainer komunikasi visual.<sup>23</sup>

d. Komunikasi dengan media massa/percetakan

Lockard mengatakan bahwa komunikasi dengan petugas percetakan merupakan syarat utama bagi desainer untuk bertukar pikiran. Dalam mengkomunikasikan suatu gagasan disertakan gambar-gambar, simbol, notasi, keterangan serta dimensi yang jelas, akurat, dan lengkap.

e. Komunikasi dengan masyarakat

Komunikasi dengan masyarakat menggunakan media gambar untuk menyampaikan informasi atau pesan yang ditampilkan secara visual. Seorang desainer juga bertugas mempengaruhi masyarakat agar sasaran dapat memberikan respon positif terhadap pesan visual. Gambar-gambar tersebut seharusnya memiliki tiga fungsi dasar yaitu sebagai

---

<sup>22</sup> Freddy H. Istanto, “Gambar Sebagai Alat Komunikasi Visual”, *Jurnal Nirmana Vol.2 No.1*, Januari 2000. (Surabaya: Universitas Kristen Petra, 2000), hal.32.

<sup>23</sup> Freddy H. Istanto, “Gambar Sebagai Alat Komunikasi Visual”, *Jurnal Nirmana Vol.2 No.1*, Januari 2000. (Surabaya: Universitas Kristen Petra, 2000), hal.33.

sarana identifikasi, sarana informasi dan instruksi, serta sarana publisitas dan penyajian/promosi.

### 3. Elemen-Elemen Desain Komunikasi Visual

Ada beberapa elemen yang dapat digunakan untuk memunculkan karakter desain komunikasi visual, elemen tersebut diantaranya:<sup>24</sup>

#### a. Tipografi

Dalam desain komunikasi visual tipografi dikatakan sebagai “*visual language*” yang artinya bahasa yang dapat dilihat.<sup>25</sup> Tipografi adalah ilmu yang mempelajari tata cara penyusunan huruf dalam sebuah karya visual. Tujuannya untuk mencapai kesan tertentu sehingga pembaca dapat memperoleh informasi yang maksimal. Jenis huruf dimaksudkan untuk memberikan rasa ketertarikan dan memungkinkan para penikmat karya memahami pesan yang disampaikan dalam sebuah karya tersebut.

Tipografi secara etimologis berasal dari bahasa Yunani yaitu *Typos* dan *Graphein*. *Typos* artinya bentuk dan *graphein* artinya menulis. Tipografi merupakan ilmu yang mempelajari seni huruf (termasuk simbol) dan penerapan desain dalam metode komunikasi visual dengan cara mengkonstruksikan metode desain, bentuk ukuran dan sifatnya, sehingga informasi yang disampaikan sesuai dengan apa yang diharapkan. Membuat teks berguna dan mudah digunakan merupakan fungsi utama dari tipografi. Bisa disimpulkan bahwa tipografi berbicara tentang *readability* (kemudahan membaca teks), dan *legability* (kemudahan mengenali huruf). *Readability* dipengaruhi oleh beberapa faktor:<sup>26</sup>

#### 1) *Font*

---

<sup>24</sup> Nadya Khennis Rozzana, “Makna Karakter Desain Komunikasi Visual Website Nu Online Sebagai Media Dakwah”, *Skripsi*, (Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2019), Hal. 7-9.

<sup>25</sup> Priscilia Yunita Wijaya, “Tipografi Dalam Desain Komunikasi Visual” *Jurnal Desain Komunikasi Visual* (Universitas Kristen Petra), Hal. 48.

<sup>26</sup> Kusnadi, *Dasar Desain Grafis*, (Tasikmalaya: Edu Publisher, 2018), hal. 79-80.

Salah satu keberhasilan pembuatan karya desain komunikasi visual yaitu pemilihan jenis *font* dan karakter huruf. Penggunaan huruf dan susunannya akan mempengaruhi keterbacaan atau tidaknya suatu teks.

2) Ukuran *Font*

*Readability* ditentukan oleh *size* huruf. Untuk *size* huruf kecil (kurang dari 8) cenderung kurang mudah dibaca dan untuk huruf besar cenderung mudah dibaca. Namun, itu bukan berarti semua *size* huruf besar akan mudah dibaca dalam desain komunikasi visual. Seorang desainer grafis harus memiliki pengamatan yang bijak yang tajam dalam menentukan ukuran huruf.<sup>27</sup>

3) Kontras warna terhadap latar belakang/gelap terang(*value*)

*Value* adalah dimensi kegelapan atau kecerahan warna atau *lightness*. *Value* bertujuan untuk mengetahui kedalaman cahaya.

*Value* dalam desain komunikasi visual sangat membantu untuk menciptakan kemudahan “keterbacaan huruf” melalui kontras warna. Kontras nilai itu relatif karena nilainya sangat dipengaruhi oleh faktor lain di sekitarnya. Komposisi warna yang kontras dapat memberikan kesan dinamis, enerjik, bahagia, dramatis dan bergairah. Sebaliknya warna yang kurang kontras dapat menimbulkan kesan kalem, damai, hening dan tenang.

Sedangkan *legibility* ditentukan oleh:

1) Kerumitan desain *font*

Selain *font* dan *size* huruf, kenyamanan membaca juga sangat dipengaruhi oleh gaya dan ketebalan *font* atau bobot visual huruf. Misalnya *font Futura* memiliki beberapa variasi *condensed* (tinggi),

---

<sup>27</sup> Rakhmat Supriyono, “Desain Komunikasi Visual”, (Yogyakarta:CV. Andi Offset,2017), hal. 35.

*italic* (miring), *bold* (tebal), *light* (tipis), *medium* (sedang), *extra bold* (sangat tebal).<sup>28</sup>

## 2) Penggunaan warna

Penggunaan warna selain untuk menarik perhatian, warna juga berperan untuk meningkatkan makna pesan yang disampaikan. Penggunaan warna yang tepat akan menciptakan kenyamanan dan membuat teks lebih berbicara. Penggunaan warna-warna yang lembut akan menciptakan kesan tenang, romantis, sedangkan warna-warna yang kontras akan memberikan kesan yang hidup.<sup>29</sup>

### b. Ilustrasi

Ilustrasi secara bahasa yaitu gambar atau foto yang digunakan untuk menjelaskan maksud dan tujuan secara visual.<sup>30</sup> Sebuah desain yang tidak didukung ilustrasi akan membingungkan dan membuat bosan yang melihatnya. Menurut Rakhmat Supriyono standar ilustrasi bisa dikatakan efektif jika:<sup>31</sup>

- 1) informasinya mudah dipahami,
- 2) membangkitkan perasaan dan keinginan pembaca,
- 3) bukan hasil plagiat,
- 4) adanya daya tarik yang kuat,
- 5) memiliki kualitas yang baik dari aspek seni maupun pengerjaannya.

### c. Garis

Garis secara sederhana dapat dimaknai sebagai penuntun penglihatan. Fungsi garis dalam desain komunikasi visual untuk

---

<sup>28</sup> Rakhmat Supriyono, “*Desain Komunikasi Visual*”,(Yogyakarta: Cv. Andi Offset, 2017), Hal. 75.

<sup>29</sup> Ni Nyoman Sriwitari Dan I Gusti Nyoman Widnyana, *Desain Komunikasi Visual*, (Yogyakarta:Graha Ilmu, 2014), Hal.41.

<sup>30</sup> Fitri Maunah, “Konsep Desain Komunikasi Visual Rubrik Fashion Pada Majalah *Hijabella* Edisi Januari 2015”*Skripsi*, Hal.18.

<sup>31</sup> Rakhmat Supriyono, “*Desain Komunikasi Visual*”,(Yogyakarta: Cv. Andi Offset, 2017), Hal. 51.

mempermudah pembaca. Garis bukan saja goresan di kertas, deretan tiang listrik, pilar bangunan, dan deretan pohon di hutan juga bisa di pahami sebagai garis.<sup>32</sup>

Garis bukanlah apa yang dilihat oleh mata, tetapi garis pada dasarnya dihasilkan dari ilusi optik yang disebabkan oleh perbedaan warna, jarak, dan cahaya.<sup>33</sup> Garis merupakan hal penting dalam penyusunan desain visual karena untuk memperjelas dan mempermudah pembaca.

d. Bentuk/ Bidang

Apapun yang memiliki diameter lebar dan tinggi bisa disebut bentuk. Bidang kosong (*blank space*) pun dalam desain komunikasi visual termasuk dalam bidang. Fungsi *blank space* dalam desain dirancang untuk memberi area jarak yang dimaksudkan untuk memberi kenyamanan pada pembaca. Pada dasarnya ada unsur utama pembentuk ruang. Unsur dasar tersebut yaitu persegi, lingkaran dan segitiga.<sup>34</sup>

e. Warna

Warna merupakan unsur penting dalam desain grafis. Sesuatu yang membuat indah suatu desain yaitu penggunaan warna yang tepat. Penggunaan dan pengkombinasian warna yang tepat akan memberikan kesan atau citra yang unik serta memberi karakter yang khas. Setiap warna memiliki karakter yang berbeda-beda dan dapat menimbulkan persepsi psikologis dan sugesti.

---

<sup>32</sup>Rakhmat Supriyono, *Desain Komunikasi Visual*, (Yogyakarta:Andi Offset,2017),hal. 63.

<sup>33</sup> Mohammad Zamroni, “Desain Komunikasi Visual Jurnalism Online Analisis Kualitatif Deskriptif Karakter Desain Komunikasi Visual Website suaramuslim.net”, *Skripsi*, (Surabaya:UIN Sunan Ampel, 2018), hal. 18.

<sup>34</sup> Mohammad Zamroni, “Desain Komunikasi Visual Jurnalism Online Analisis Kualitatif Deskriptif Karakter Desain Komunikasi Visual Website suaramuslim.net”, *Skripsi*, (Surabaya:UIN Sunan Ampel, 2018), hal. 19.

Menurut Teori Brewster, warna dibagi menjadi empat golongan:<sup>35</sup>

1) Warna Primer

Warna primer merupakan warna dasar yang tidak dicampur dengan warna lain. Yang masuk kedalam golongan warna dasar yaitu merah, biru dan kuning.

2) Warna Sekunder

Warna sekunder merupakan hasil pencampuran warna primer dengan perbandingan 1:1. Warna yang dihasilkan dari pencampuran ini yaitu misalnya warna merah dan kuning akan dihasilkan warna jingga, pencampuran warna biru dan kuning akan menghasilkan warna hijau, dan warna ungu merupakan pencampuran dari warna biru dan merah.

3) Warna Tersier

Warna tersier merupakan warna yang dihasilkan dari pencampuran salah satu warna primer dengan salah satu warna sekunder. Misalnya pencampuran warna kuning dan jingga akan menghasilkan warna jingga kekuningan.

4) Warna Netral

Warna Netral merupakan warna hasil pencampuran dari ketiga warna dasar dalam proporsi yang sama. Hasilnya berupa warna gelap kecoklatan.

Dilihat secara visual, warna memiliki kekuatan yang dapat mempengaruhi citra pemirsa. Warna dapat digunakan untuk menentukan target audiens berdasarkan usia, jenis kelamin, pendidikan, geografi, dll. Secara psikologis masing-masing warna akan memberikan respon tertentu.

---

<sup>35</sup> Hendi Hendratman, *Computer Graphic Design Edisi Revisi Ke-3*, (Bandung: Informatika Bandung, 2017), hal. 110.

#### 4. Prinsip Kerja Desain

Dalam pembuatan desain perlu diperhatikan prinsip-prinsip desain, sebagai panduan kerja maupun sebagai konsep desain. Prinsip-prinsip desain yang perlu diperhatikan yaitu:<sup>36</sup>

##### a. Keseimbangan (*balance*)

Keseimbangan merupakan pembagian berat yang sama secara visual maupun optik. Jika benda di kiri dan kanan tampak memiliki bobot yang sama, komposisi tata letak dapat dikatakan seimbang. Ada dua cara membagi keseimbangan. Pertama, membagi kiri-kanan, atau atas-bawah secara simetris atau sama, hal itu disebut keseimbangan bentuk.

Kedua, keseimbangan asimetris yaitu susunan elemen desain yang berbeda di kiri dan kanan namun terasa seimbang. Keseimbangan asimetris tampak lebih dinamis, berubah-ubah, variatif dan informal. Sedangkan keseimbangan simetris memiliki kesan yang kuat dan stabil.

##### b. Penekanan (*emphasis*)

Informasi yang dianggap paling penting bagi audiens harus ditonjolkan melalui efek visual yang kuat. Cara yang bisa dilakukan yaitu menonjolkan objek dengan penggunaan warna-warna berani, memaksimalkan ukuran foto, menggunakan font *sans serif size* besar, arah diagonal, dan dibuat khas dengan elemen-elemen lainnya.

Dalam desain komunikasi visual diperlukan adanya *Focal point*, tujuannya yaitu untuk menarik perhatian pembaca dengan menonjolkan salah satu elemen visual. Elemen visual yang dapat digunakan untuk menonjolkan suatu karya desain yaitu.<sup>37</sup>

---

<sup>36</sup> Rakhmat Supriyono, *Desain Komunikasi Visual*, (Yogyakarta:CV. Andi Offset,2017), hal.87.

<sup>37</sup> Rakhmat Supriyono, *Desain Komunikasi Visual*, (Yogyakarta:CV. Andi Offset,2017), hal.89.

### 1) Kontras

Kontras dapat digunakan untuk menciptakan *focal point*, yaitu dengan membuat objek yang dianggap penting untuk menonjol dari elemen lainnya. Misalnya item lain diturunkan (secara horizontal) kemudian item yang akan disorot diletakan secara vertikal. Jika semua bidang berwarna dingin, maka area panas akan menonjol. Saat objek di sekitar berwarna hitam putih atau monokrom, objek lain yang diberi warna mencolok akan menjadi fokus perhatian (*focal point*).

### 2) Isolasi objek

Isolasi objek yaitu suatu cara untuk memisahkan objek dari kumpulan objek lain. Secara visual, objek yang terisolasi akan menciptakan *focal point*.

### 3) Penempatan objek

Mengatur posisi objek merupakan hal yang penting. Seorang desainer harus mampu menempatkan objek yang dapat menarik pembaca, dan harus ada salah satu elemen yang dapat menghentikan pembaca dari aktivitasnya elemen kunci ini sering disebut *stopping power* atau *eye-catcher*. Tanpa *stopping power* yang kuat maka mata pembaca akan berlalu begitu saja. Hal ini mungkin hal yang sederhana namun harus tetap dijaga supaya informasi yang disampaikan efektif.

### c. Irama (*rhythm*)

*Rhythm* merupakan pola desain yang dibuat dengan menyusun elemen visual secara berulang. *Rhythm* dalam desain grafis dapat berupa pengulangan (repetisi) dan perubahan (variasi). Repetisi dibuat secara konsisten supaya dapat menciptakan kenyamanan pembaca. Sedangkan variasi merupakan perubahan dari mulai bentuk, ukuran dan layout,

tujuannya supaya dapat menciptakan suasana riang, dinamis dan tidak monoton.<sup>38</sup>

d. Kesatuan (*unity*)

Suatu desain dikatakan menyatu apabila secara keseluruhan tampak harmonis, dan unsur-unsur desain (tipografi, ilustrasi dan warna) menyatu.<sup>39</sup>

## 5. Karakter Desain Komunikasi Visual

### a. Karakter Tipografi

Tipografi merupakan ilmu yang mempelajari penataan huruf. Tujuannya yaitu memberikan kenyamanan membaca. Berikut ada 5 jenis huruf yang dikelompokkan menurut gayanya dan mengandung karakter tertentu, diantaranya:<sup>40</sup>

**Tabel 2.1 Karakter Huruf**

Jenis Huruf	Keterangan
<p>Huruf Sans Serif(Tak Berkait)</p> <p style="text-align: center; font-size: 2em; font-weight: bold;">AaBb</p>	<p>Huruf sans serif merupakan jenis huruf yang ujungnya bisa tumpul atau tajam dan tidak memiliki kait atau <i>hook</i> hanya batang dan tangkainya saja. Huruf ini tidak cocok digunakan untuk tulisan formal dan lebih cocok digunakan desain web, desain pertelevisian. Yang termasuk dalam kategori huruf ini yaitu <i>Arial</i>, <i>Tahoma</i> <i>Vaground</i> dan lain-lain.</p>
<p>Huruf Serif (Berkait)</p>	<p>Huruf ini kurang mudah dibaca di bandingkan sans serif, memilik</p>

<sup>38</sup> Rakhmat Supriyono, *Desain Komunikasi Visual*, (Yogyakarta:CV. Andi Offset,2017), hal. 95.

<sup>39</sup> Rakhmat Supriyono, *Desain Komunikasi Visual*, (Yogyakarta:CV. Andi Offset,2017), hal.97

<sup>40</sup> Hendi Hendrataman, *Computer Graphyc Design Edisi Revisi Ke-3*,(Bandung: Informatika, 2017), hal. 90-91

<h1>AaBb</h1>	<p><i>hook</i> pada ujungnya dan mempunyai sifat mewah, elegan, formal, anggun dan intelektual. Huruf ini cocok digunakan untuk desain di media cetak seperti koran, majalah dan skripsi. Contoh hurufnya yaitu <i>Times New Roman, Dwitan, Tiffany</i> dan lain-lain.</p>
<p>Huruf Script (Tulis)</p> 	<p>Huruf script merupakan huruf yang biasa digunakan pada desain undangan pernikahan, ulang tahun dan undangan lainnya, Karena sifatnya yang anggun dan informal. Jenis huruf yang masuk kategori huruf tulis yaitu <i>Brush Script, Shelley, Comic Sans, Lucida Hand writing</i> dan yang lainnya.</p>
<p>Huruf Dekoratif</p> 	<p>Huruf dekoratif yaitu huruf yang sering digunakan di logo-logo perusahaan atau pernikahan karena sifatnya yang mewah, detail, rumit bebas dan anggun. Namun kekurangannya yaitu sulit dibaca jika satu kalimat. Yang masuk kategori huruf dekoratif yaitu <i>Augsburger Initial, English</i> dan lain-lain.</p>
<p>Huruf Monospace</p> 	<p>Huruf monospace bentuknya mirip dengan <i>Sans Serif</i> atau <i>serif</i>. Sifatnya sederhana, kaku seperti mesin ketik zaman dahulu dan huruf ini biasanya digunakan untuk bahasa program di komputer. Jenis huruf ini yaitu <i>Courier, Monotype, Lucida Console</i> dan lain-lain.</p>

Selain jenis huruf di atas, dalam seni tipografi ada jenis huruf yang dinamakan huruf alay. Tujuannya untuk mendapat perhatian dan penekanan pada kata. Huruf alay yaitu mengganti salah satu huruf dengan angka. Tulisan jenis ini memang sedikit membingungkan dan perlu sedikit berfikir untuk mengetahui maknanya. Ada unsur-unsur yang perlu diperhatikan dalam penulisan huruf alay, yaitu:<sup>41</sup>

- a. Gaya atau *style* huruf (Tebal, miring, garis bawah)
- b. Besar kecil
- c. Tulisan singkat
- d. Tulisan terbalik
- e. Teks number
- f. Teks simbol

Contoh tulisan alay:

4L@ymErdeKa

Salah satu strategi untuk membuat tulisan yang menarik dalam desain drafis yaitu dengan tulisan alay. Tulisan alay memiliki daya tarik bukan karena keindahannya tapi karena keanehannya. Tulisan ini memang cocok bagi anak-anak, remaja atau dewasa gaul karena tulisan ini sulit dibaca sehingga informasi kurang tersampaikan dengan baik.<sup>42</sup>

#### **b. Karakter Ilustrasi**

Ilustrasi merupakan sebuah seni visual yang dituangkan dalam media gambar yang di dalamnya mengandung makna untuk menjelaskan maksud dan tujuan secara visual atau dalam istilah lain dapat diartikan

---

<sup>41</sup> Hendi Hendratman, *Computer Graphyc Design Edisi Revisi Ke-3*,(Bandung: Informatika, 2017), hal. 215

<sup>42</sup> Hendi Hendratman, *Computer Graphyc Design Edisi Revisi Ke-3*,(Bandung: Informatika, 2017), hal.216

gambar yang bercerita. Gambar-gambar tersebut mencerminkan suatu maksud tertentu yang dapat dinarasikan.<sup>43</sup>

Berdasarkan penilaiannya, gambar ilustrasi menurut Soedarsono memiliki beberapa jenis, yaitu:<sup>44</sup>

a. Gambar Ilustrasi Naturalis

Gambar ilustrasi naturalis adalah gambar dengan bentuk dan warna yang sama dengan kenyataan yang ada di alam tanpa adanya pengurangan ataupun penambahan.

b. Gambar Ilustrasi Dekoratif

Gambar ilustrasi dekoratif merupakan gambar yang berfungsi menghiasi sesuatu dengan bentuk yang disederhanakan atau yang di lebih-lebihkan (di buat dengan gaya tertentu sebagai *style*).

c. Gambar Kartun

Gambar kartun merupakan gambar yang memiliki ciri khas tertentu, unik dan lucu. Biasanya dipakai untuk menghiasi majalah anak-anak, komik serta cerita bergambar.

d. Gambar Karikatur

Gambar karikatur adalah gambar yang telah mengalami penyimpangan bentuk proporsi tubuh. Biasanya gambar karikatur ditemukan di majalah atau koran yang berupa kritikan atau sindiran.

e. Cerita Bergambar

Cerita bergambar merupakan sejenis komik atau gambar yang diberi teks. Teknik penggambaran cerita bergambar dibuat berdasarkan sudut pandang cerita yang menarik.

f. Ilustrasi Buku Pelajaran

---

<sup>43</sup> Ikrar, “Karakteristik Karya Visual Komunitas Penahitam Makassar” *Skripsi*, (Makassar:UN Makassar, 2018), Hal. 4.

<sup>44</sup> Soderi, “Pesan Dakwah Visual Akun Instagram @Si\_Bedil” *Skripsi*, (Purwokerto: IAIN Purwokerto, 2021), hal.21.

Ilustrasi buku pelajaran mempunyai fungsi untuk menerangkan teks atau suatu kejadian peristiwa baik ilmiah maupun gambar bagian. Bentuknya bisa foto, gambar natural atau bisa juga bagan.

g. Ilustrasi Khayalan

Gambar khayalan merupakan gambar hasil pengolahan secara imajinatif. Gambar khayalan biasa di temukan pada ilustrasi cerita, novel, roman dan komik.

c. Karakter Warna

Dilihat secara visual, warna memiliki kekuatan yang dapat mempengaruhi citra pemirsa. Warna dapat digunakan untuk menentukan target audiens berdasarkan usia, jenis kelamin, pendidikan, geografi, dll. Secara psikologis masing-masing warna akan memberikan respon tertentu. Berikut makna warna menurut pakar warna Molly E. Holzschlag :<sup>45</sup>

**Tabel 2.2**  
Makna Warna

Warna	Makna
Merah	Warna merah merupakan representasi dari objek alam (api, darah dan lain-lain). Warna merah warna yang paling emosional, keberanian, gairah, nafsu dan agresif.
Biru tua	Biru tua merupakan representasi dari objek langit di malam hari. Makna dari warna biru tua yaitu konsentrasi, teknologi, cerdas, tenang, serius dan berwibawa.
Biru muda	Representasi dari objek alam yaitu langit dan lautan. Warna biru muda memiliki kesan tenang, tentram, dan santai.

<sup>45</sup> Hendi Hendratman, *Computer Graphic Design Edisi Revisi Ke-3*, (Bandung:Informatika Bandung, 2017), Hal. 161.

Hijau	Warna hijau merupakan representasi dari objek alam yaitu tanaman dan pepohonan. Citra positif dari warna hijau yaitu alami, sehat, rilek, kesuburan dan pertumbuhan.
Kuning	Warna kuning merupakan representasi dari objek sinar matahari, bunga, jeruk lemon. Citra positif dari warna kuning yaitu menonjol, akrab, spontan, semangat, ceria, kreatif dan bebas. Warna kuning dapat merangsang kreativitas berfikir dan mental yang akan meningkatkan analisis yang logis dalam pengambilan suatu keputusan.
Ungu	Warna ungu memberi kesan spiritual, misterius, mistis, menarik perhatian dan melambangkan layanan termahal.
Oranye	Oranye melambangkan keseimbangan, semangat, ceria hangat dan ramah.
Merah muda	Merah muda representasi dari objek bunga mawar. Memiliki kesan kasih sayang, lembut, cinta dan asmara. Secara psikologis warna merah muda dapat mengurangi energi emosional seseorang.
Coklat	Warna coklat mempunyai kesan nyaman, antik, kekuatan, solidaritas dan membumi.
Abu-abu	Warna abu-abu memiliki kesan netral, kedewasaan, futuristik, milenium. Secara psikologis warna abu-abu dapat diartikan kesedihan.
Putih	Warna putih melambangkan kesucian, bersih dan sederhana.
Hitam	Warna hitam merupakan warna yang kuat, abadi, berkelas, dramatis dan maskulin.

Emas	Warna emas mencerminkan prestise (kedudukan), kekayaan dan cahaya
Perak	Warna perak mencerminkan prestise (kedudukan), kekayaan, keseimbangan, kemegahan dan modern.

## B. Media Sosial

### 1. Pengertian Media Sosial

Media sosial merupakan media *online* berbasis web di mana penggunaanya dapat dengan mudah melakukan interaksi sosial, berbagi informasi, berpartisipasi, dan membuat konten. Blog, media sosial, dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling banyak digunakan oleh orang-orang diseluruh dunia.<sup>46</sup>

Van Dijk dalam Nasrullah mendefinisikan media sosial sebagai media yang platformnya berfokus pada eksistensi pengguna dan memberikan fasilitas kepada mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi. Oleh karena itu media sosial dapat dikatakan sebagai media online yang dapat memperkuat hubungan antara pengguna dalam sebuah ikatan sosial.<sup>47</sup>

### 2. Macam-Macam Media Sosial

Ada enam jenis media sosial menurut Kaplan dan Haenlein yang dikutip Oleh Anang Sugeng Cahyono dalam artikel yang berjudul *pengaruh media sosial terhadap perubahan masyarakat di Indonesia*, jenis-jenis media sosial tersebut diantaranya:<sup>48</sup>

---

<sup>46</sup> Anang Sugeng Cahyono, "pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Indonesia", *Jurnal Publiciana*, 2016. Hal 142.

<sup>47</sup> Ahmad Setiadi, "Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi", *Jurnal Humaniora*, 2016. Hal.2.

<sup>48</sup> Anang Sugeng Cahyono, "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia", *Jurnal Publiciana*, 2016. Hal. 144.

a. Proyek Kolaborasi

Merupakan suatu bagian dari media sosial yang di dalamnya memungkinkan penggunaannya membuat konten yang dapat diakses oleh khalayak. Yang termasuk dalam kategori proyek kolaborasi yaitu wikipedia dan blog.

b. Blog Dan *Microblog*

Blog dan mikroblog merupakan user yang di dalamnya penggunaannya lebih banyak mengutarakan kebebasan berpendapat atau mengkritik pemerintah. Media sosial yang termasuk kategori blog dan mikroblog diantaranya Twitter.

c. Konten

Konten merupakan hasil karya manusia yang dibuat untuk menginformasikan sesuatu. Media sosial yang termasuk kategori kreasi konten diantaranya Youtube, Video, Twitch, Vimeo dan Metacafe.

d. Situs Jejaring Sosial

Jejaring sosial atau *social networking* merupakan sebuah situs yang dapat digunakan seseorang untuk terhubung dengan orang lain menggunakan profil pribadi. Contohnya yaitu Facebook, Instagram dan linked.

e. *Virtual Game World*

Permainan dunia maya yang memungkinkan penggunaannya berinteraksi seperti di dunia nyata. Misalnya, *game online*.

f. *Virtual Social World*

Merupakan sebuah situs yang di dalamnya penggunaannya dapat berinteraksi seperti *virtual game world* namun disini lebih bebas dan dekat dengan kehidupan. Contohnya Google Earth.

Jadi Instagram masuk kedalam salah satu jenis situs jejaring sosial atau *social networking* karena Instagram memungkinkan seseorang untuk terhubung dengan orang lain menggunakan profil pribadi.

### 3. Karakteristik Media Sosial

Ada beberapa karakteristik media sosial, yaitu:<sup>49</sup>

a. Jaringan (*network*)

*Network* merupakan fasilitas atau struktur dasar yang menghubungkan antara komputer dengan perangkat keras lainnya.

b. Informasi (*Informations*)

Informasi merupakan hal penting karena penggunaannya dapat merepresentasikan identitasnya, memproduksi konten dan melakukan interaksi.

c. Arsip (*Archive*)

Arsip menunjukkan bahwa file tersebut sudah tersimpan dan dapat diakses melalui perangkat apapun dan kapan saja.

d. Interaksi (*Interactivity*)

Interaksi dalam media sosial dapat berupa memberi komentar, dan menyukai/*like* postingan pada media Instagram maupun media sosial yang lainnya.

e. Simulasi Sosial (*Simulation Of Society*)

Media sosial memiliki karakter sebagai media berkomunikasinya masyarakat di dunia maya. Jejaring sosial memiliki karakteristik dan model yang unik, yang berbeda dalam banyak hal dan tidak dapat di temukan dalam tatanan kehidupan masyarakat yang sesungguhnya.

f. Konten Buatan Pengguna (*user-generated content*)

Di media sosial konten yang dibuat sepenuhnya milik pengguna atau pemilik akun. *User generated content* dapat berupa tulisan, foto,

---

<sup>49</sup> Astari Clara, Dkk, "Komunikasi Dan Media Sosial" *Jurnal Sastra* (Makasar: Universitas Muslim Indonesia, 2018)

video review yang dibuat seseorang atau konsumen yang berupa review suatu produk dan kemudian di *repost* ulang oleh pemilik *brand*.

Ada tujuh indikator media sosial menurut Bambang Atmoko dalam bukunya *Instagram Handbook* yang dikutip oleh Monica Utari dalam Skripsinya yang berjudul *Pengaruh Media Sosial Instagram Akun @Princessyahrini Terhadap Gaya Hidup Hedonis Pada Followersnya*. Indikator tersebut di antaranya:<sup>50</sup>

a. *Hastag*

*Hastag* yaitu penggunaan tanda pagar (#) di awal kata untuk mengelompokan foto-foto atau video serupa yang tersebar di Instagram.

b. *Lokasi/geotag*

Seiring berkembang zaman saat ini *smarthphone* telah dilengkapi fitur *geotag*. Kegunaanya yaitu untuk mengetahui dimana gambar tersebut diambil.

c. *Follow*

*Follow* yaitu mengikuti akun atau pengguna Instagram lainnya.

d. *Share*

*Share* yaitu membagikan postingan di jejaring sosial. Postingan dapat berupa foto maupun video.

e. *Like*

*Like* yaitu suatu aktifitas untuk menyukai foto yang telah diunggah oleh akun sendiri maupun unggahan akun lain.

f. *Comment*

*Comment* yaitu aktifitas yang dilakukan pengguna dengan memberikan saran, pujian, atau kritikan sebagai wujud interaksi sosial di jejaring sosial.

---

<sup>50</sup> Monica Utari, “ Pengguna Media Sosial Instagram Akun @Princessyahrini Terhadap Gaya Hidup Hedonis Pada Followersnya”, *jurnal Vol. 4 No.2* (Oktober,2017), hal. 9.

g. *Mention*

*Mention* yaitu menandai akun lain di unggahan kita pada bagian foto maupun komentar untuk berkomunikasi dengan pengguna yang kita tuju.

#### 4. Media Sosial Instagram

##### a. Pengertian Instagram

Instagram adalah jejaring sosial yang berfokus pada platform foto dan video yang dibagikan kepada publik melalui jaringan internet. “*insta*” berasal dari kata “*instan*” yang artinya Instagram menampilkan foto secara instan layaknya kamera polaroid. Sedangkan kata “*gram*” berasal dari “Telegram” yang artinya sebuah aplikasi yang bisa digunakan oleh orang-orang untuk mengirimkan pesan secara cepat melalui jaringan internet.<sup>51</sup>

Instagram didefinisikan oleh Bambang Dwi Atmoko sebagai aplikasi khusus salah satu media digital yaitu media sosial yang fungsinya menyerupai media sosial Twitter, namun perbedaannya pada bentuk atau lokasi pengambilan gambar untuk berbagi informasi kepada pengguna lain.<sup>52</sup>

Instagram merupakan aplikasi pengambilan dan berbagi foto atau video yang menerapkan filter digital untuk mempercantik efek foto atau video yang dihasilkan dan dapat di bagikan ke jejaring sosial lainnya. Ada lima menu yang terdapat di media sosial Instagram, yaitu:<sup>53</sup>

---

<sup>51</sup> Nur Rizky Toybah, “Dakwah Komunikasi Visual Melalui Instagram @Haditsku”, Hal. 57.

<sup>52</sup> Yosiena Duli Lesmana, “Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung”, *Skripsi*, (Lampung: UIN Lampung, 2018), hal.18.

<sup>53</sup> Mida Al-Kusani, “Analisis Konten Dakwah Remaja Dalam Akun Instagram @Hanan\_Attaki”, *Skripsi*, (Purwokerto:IAIN Purwokerto), hal. 44-46.

1) *Home page*

*Home page* merupakan *page* awal yang menampilkan unggahan foto maupun video terbaru dari pengguna yang telah diikuti. Melihat unggahannya dengan cara *scroll* layar dari bawah ke atas.

2) *Comment*

*Comment* merupakan fitur di Instagram untuk memberikan komentar atas unggahan foto atau video.

3) *Explore*

*Explore* merupakan tampilan unggahan Instagram berupa foto atau video yang paling banyak di *like* pengguna Instagram dan tidak dibatasi oleh pengikutnya atau bukan.

4) *Profile*

*Profile* berisi tentang pemilik akun. Halaman profil menampilkan jumlah *followers*, jumlah *following* dan jumlah unggahan pemilik akun.

5) *News feed*

*News feed* merupakan halaman yang menampilkan pemberitahuan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh pengguna Instagram.

6) *Stories*

*Stories* merupakan halaman yang menampilkan foto atau video tetapi memiliki batas waktu yaitu hanya bisa dilihat selama 24 jam. Setelah itu akan terhapus dengan sendirinya atau bisa tersimpan di arsip tergantung pengaturan akunnya.

**b. Sejarah Instagram**

Kevin Systrom adalah salah satu pendiri Instagram. Pada tahun 2009, Systrom bekerja untuk situs web perjalanan bernama nexstop. Saat

di sana, dia punya ide untuk membangun aplikasinya sendiri. Aplikasi Syntrom memungkinkan orang untuk menggunakan perangkat seluler. pengguna juga dapat bermain *game* dan berbagi gambar di aplikasi Syntrom menyebut aplikasinya Burbn. Dia kemudian meminta Mike Kreger untuk mengerjakan Burbn bersamanya. Keduanya pernah bersekolah di tempat yang sama yaitu Stanford University di California.<sup>54</sup>

Burbn diluncurkan pada Maret 2010. Awalnya Syntrom dan Keiger Burbn karena menyadari banyak bahwa orang paling sering menggunakan fungsi berbagi foto aplikasi. Jadi Syntrom dan Kreiger membuat aplikasi baru hanya untuk berbagi foto yang diambil di ponsel. Aplikasi ini memiliki alat khusus untuk mengedit foto dan juga memungkinkan pengguna untuk memberi keterangan pada gambar mereka dan mengomentari foto orang lain. Syntrom dan Krieger menyebut aplikasi Instagram kombinasi dari kata “instan” dan “telegram”.<sup>55</sup>

Instagram diluncurkan pada 6 Oktober 2010. Setelah peluncuran Instagram, orang-orang banyak yang menyukainya. Pada Desember 2010, Instagram memiliki 1 juta pengguna, Syntrom dan Kreiger hampir tidak dapat membuat server berjalan cukup cepat untuk mendukung aplikasi. Instagram terus berkembang pesat. Terdapat 150 juta foto yang sudah diunggah pada 3 Agustus 2011. Sebulan kemudian, Instagram mencapai 10 juta pengguna.<sup>56</sup>

Pengguna Instagram di Indonesia pada bulan Juni 2021 mencapai 90.880.000 pengguna. Itu artinya Indonesia menyumbang 33% dari seluruh penduduknya memakai Instagram. Rata-rata pengguna Instagram adalah wanita yang mencapai 53,9% dan pengguna Instagram terbesar

---

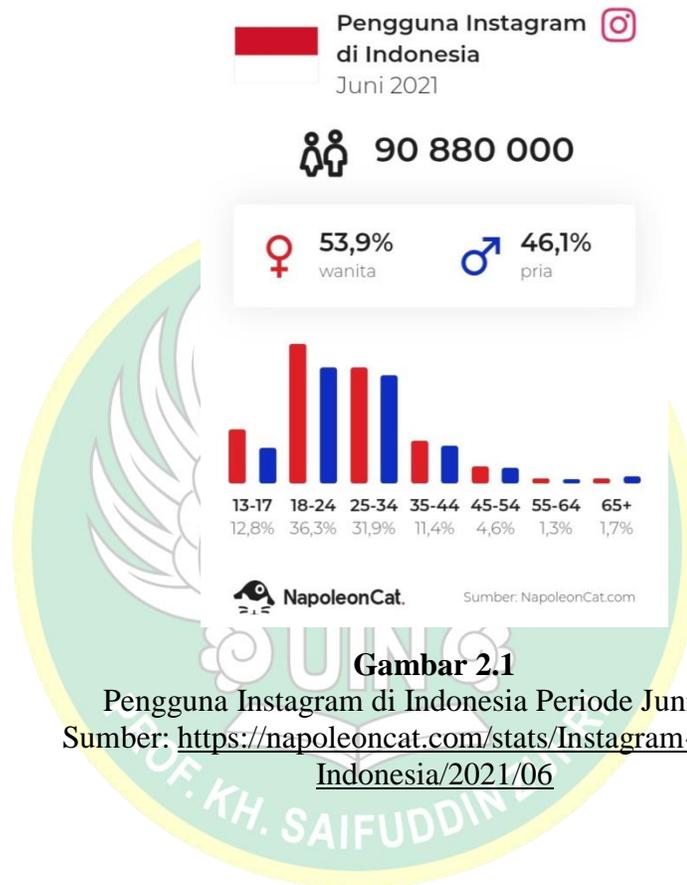
<sup>54</sup> Joanne Matern, *Instagram*, (MN: Abdo Publishing), hal.8.

<sup>55</sup> Joanne Matern, *Instagram*, (MN: Abdo Publishing), hal.9.

<sup>56</sup> Joanne Matern, *Instagram*, (MN: Abdo Publishing), hal.11.

berusia 18-24 tahun.<sup>57</sup> Jumlah pengguna Instagram di perkirakan akan terus meningkat setiap tahunnya.

Berikut statistik penggunaan Instagram di Indonesia pada bulan Juni 2021.



**Gambar 2.1**  
Pengguna Instagram di Indonesia Periode Juni 2021  
Sumber: <https://napoleoncat.com/stats/Instagram-users-in-Indonesia/2021/06>

## C. Semiotika Ferdinand de Saussure

### 1. Pengertian Semiotika

*Semiotics is concerned with everything than can be taken as a sign.* Semiotika merupakan ilmu yang tidak hanya merujuk pada tanda (*sign*) dalam berkomunikasi sehari-hari, namun segala sesuatu yang merujuk pada bentuk-bentuk lain seperti kata-kata, gambar, suara, *gesture* dan objek.

<sup>57</sup> Napoleoncat.Com. *Stats Instagram Users In Indonesia 6, 2021.*

Sementara itu Saussure juga menyebut ilmu ini dengan istilah semiologi yaitu ilmu yang mengkaji tentang aturan tanda sebagai bagian dari kehidupan sosial (*a science which studies the role of signs as a part of social life*).<sup>58</sup> Tanda merupakan perangkat yang dipakai dalam upaya mencari jalan di dunia, di tengah-tengah manusia dan bersama manusia. Pada dasarnya semiotika hendak mempelajari bagaimana manusia memaknai tanda. Memaknai tidak hanya berarti bahwa objek-objek itu membawa informasi tetapi juga mengkonstitusi sistem terstruktur dari tanda.<sup>59</sup>

Para ahli semiotik modern mengatakan bahwa analisis semiotik modern telah diwarnai dengan tokoh besar yaitu seorang ahli bahasa dari Swiss bernama Ferdinand de Saussure (1957-1913) dan Charles Sanders Peirce (1939-1914) seorang filsuf Amerika. Semiologi Saussure berbeda dengan semiotik Pierce dalam beberapa hal tetapi keduanya sama-sama berfokus pada *Sign*.<sup>60</sup>

Di dalam bukunya Saussure menuliskan “...*the linguistics sign unites not a thing and a name, but a concept and a sound image a sign..*”. kombinasi antara konsep dan citra bunyi adalah tanda (*sign*). Jadi Saussure membagi tanda menjadi dua komponen yaitu, *signifier* dan *signified* dan hubungan keduanya *arbitrer* (bebas).<sup>61</sup> Sedangkan dalam analisis semiotiknya *Pierce* tanda dibagi menjadi tiga yaitu *qualisigns*, *sinsigns* dan

---

<sup>58</sup> Ni Wayan Sartini, “Tinjauan Teoritik Tentang Semiotik”*Jurnal* (Universitas Airlangga,)

<sup>59</sup> Bambang Mudjiyanto Dan Emilsyah Nur, ”Semiotika Dalam Penelitian Komunikasi”, *Jurnal Penelitian Komunikasi, Informatika Dan Media Masaa Vol. 16 No.1 April 2013* ISSN:1411-0385. Hal. 74.

<sup>60</sup> Ni Wayan Sartini, “Tinjauan Teoritik Tentang Semiotik”*Jurnal* (Universitas Airlangga,)

<sup>61</sup> Ni Wayan Sartini, “Tinjauan Teoritik Tentang Semiotik”*Jurnal* (Universitas Airlangga,)

*legisigns* dengan memfokuskan diri pada tiga aspek tanda yaitu ikon, indeks dan simbol.<sup>62</sup>

## 2. Latar Belakang Ferdinand De Saussure

Ferdinand De Saussure lahir pada 26 November 1857 dari sebuah keluarga protestan di Jenewa, yang sangat terkenal akan keberhasilannya dalam bidang sains. Saussure hidup pada waktu yang sama dengan Sigmund Freud dan Emile Durkheim meskipun sedikit bukti yang membuktikan bahwa mereka berhubungan.<sup>63</sup>

Pada tahun 1875, Saussure melanjutkan studinya di Universitas Jenewa mengambil jurusan fisika dan kimia. Namun, setelah satu tahun menempuh kuliah di Universitas Jenewa, Saussure kemudian pindah ke Universitas Leipzig dengan mengambil ilmu *linguistik* karena kurang memuaskan di Universitas sebelumnya. Setelah 18 bulan mendalami bahasa Sansekerta, kemudian Saussure menerbitkan memoirnya yang sangat terkenal pada usia 18 tahun atau tepatnya pada tahun 1878 yang berjudul *memoire sur le systeme primitif des voyeless dans les langues indo-europeennes* (catatan tentang sistem cocal purba pada bahasa-bahasa Indo-Eropa).<sup>64</sup> Isi karya ini meramalkan masa depan penelitian Saussure tentang bentuk bahasa yang diilhami sifat tanda yang bersifat sembarang.<sup>65</sup>

Pada tahun 1881, setelah 10 tahun menjadi dosen di salah satu Universitas di Paris, kemudian dianugerahkan gelar profesor dari Universitas Genewa dalam bidang bahasa Sansekerta dan Indo-Eropa. Satu tahun sebelumnya atau tahun 1880 di usia 23 tahun, Saussure mendapatkan gelar

---

<sup>62</sup> Ni Wayan Sartini, “Tinjauan Teoritik Tentang Semiotik”*Jurnal* (Universitas Airlangga,)

<sup>63</sup> Alex Sobur, *Semiotika komunikasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2017), hal 45.

<sup>64</sup> Nimas Permata Putri, “ Keterampilan Membaca: Teori Semiotika Ferdinand de Saussure, *Ejurnal STKIP PGRI Pacitan*. Hal.11.

<sup>65</sup> Alex Sobur, *Semiotika komunikasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2017), hal 45-46.

Doktor dari Universitas Leipzig Jerman dengan disertasi “kasus genetivus dalam bahasa Sansekerta”.<sup>66</sup> Saussure menjadi ahli linguistik historis dan mengajar di Ecole Pratique des Hautes Etudes di Paris dari tahun 1881-1889 dan kembali Jenewa untuk mengajar di almamaternya.<sup>67</sup>

Pada tahun 1906 ia menjadi pengasuh mata kuliah Linguistik umum, sejarah dan perbandingan bahasa-bahasa Indo-Eropa. Pada tahun pertama Saussure mengajar tentang sejarah bahasa kemudian di tahun kedua mulai mengenalkan linguistik sinkronis dan di tahun ketiga membahas linguistik sinkronis secara penuh. Saussure meninggal pada tahun 1913 sebelum karya linguistik sinkronis dipublikasikan. Kemudian Charles Bally dan Albert Sacehaye mengumpulkan catatan perkuliahan dari muridnya Saussure dan digabungkan dengan catatan Saussure sendiri kemudian terbitlah buku dengan judul *Course de linguistique generale* (kuliah linguistik umum).<sup>68</sup>

### 3. Analisis Teori Semiotika Ferdinand de Saussure

Semiotika berasal dari bahasa Yunani dari kata “*semeion*” yang artinya tanda/symbol atau “*seme*” yang artinya “penafsir tanda”. Tanda pada masa itu bermakna sesuatu hal yang menunjuk pada adanya hal lain.<sup>69</sup> Tanda itu diartikan sebagai sesuatu yang didasarkan pada kebiasaan sosial yang telah ditetapkan sebelumnya dan dapat dianggap mewakili hal-hal lain. Misalnya, adanya asap menandakan adanya api. Dari segi terminologi,

---

<sup>66</sup> Nimas Permata Putri, “Keterampilan Membaca: Teori Ferdinand de Saussure”, hal.11.

<sup>67</sup> Diah Rizky Amalia, dkk “Linguistik Perspektif Ferdinand de Saussure dan Ibn Jinni”, hal. 166.

<sup>68</sup> Diah Rizky Amalia, dkk, “Linguistik Perspektif Ferdinand De Saussure dan Ibn Jinni”, hal.166-167.

<sup>69</sup> Alex Sobur, *Semiotika komunikasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2017), hal.16-17.

semiotik merupakan ilmu yang mempelajari berbagai objek, peristiwa, dan budaya sebagai tanda.<sup>70</sup>

Yang cukup penting dari teori Saussure yaitu bahwa bahasa merupakan suatu sistem tanda dan setiap tanda tersusun dari dua bagian, yakni *signifier* (penanda) dan *signified* (petanda) dan keduanya tidak dapat di pisahkan. Bahasa di mata Saussure bahasa tidak ubahnya seperti karya musik, untuk memahaminya maka kita harus memperhatikan secara keseluruhan bukan hanya kepada pemain musiknya saja.<sup>71</sup>

Saussure merumuskan dua cara pengorganisasian tanda ke dalam kode yaitu: (1) *pradigmatik*, yaitu sekumpulan tanda yang kemudian dipilih salah satu untuk di gunakan. Misalnya kumpulan bentuk rambu-rambu lalu lintas ada persegi, lingkaran atau segitiga yang merupakan bentuk paradigma. Dengan paradigma kita dapat mencari makna dari simbol-simbol yang telah di temukan dalam teks (tanda) tersebut; (2) *Syntagmatic*, merupakan pesan yang ditemukan dari perbaduan tanda-tanda dipilih. Rambu lalu-lintas merupakan *syntagma*, yakni paduan dari bentuk-bentuk pilihan dengan simbol pilihan. Contoh lain misalnya kosa kata adalah paradigma dan sintagmanya adalah kalimat. Dalam kajian semiotik, sintagma digunakan untuk menginterpretasikan teks (tanda) berdasarkan urutan peristiwa yang memberikan makna atau menggeneralisasi makna.<sup>72</sup> Hubungan sintagmatik adalah hubungan antara ini dan ini dan ini, sedangkan hubungan paradigmatik adalah pilihan antara ini dan ini. Hubungan sintagmatik mengacu pada intertekstual atas apa yang sama-sama hadir dari sebuah teks,

---

<sup>70</sup> Ismayani, "Pesan Dakwah Dalam Film Aku Dan Kamu (Analisi Semiotika Ferdinand De Saussure)", *Skripsi*. (Makasar: UIN Alaudin, 2017), hal. 31-31.

<sup>71</sup> Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, (Bandung: Pt. Remaja Rosdakarya, 2017), hal. 44.

<sup>72</sup> Bambang Mudjiyanto Dan Emilsyah Nur, "Semiotika Dalam Penelitian Komunikasi", *Jurnal Penelitian Komunikasi, Informatika Dan Media Masaa Vol. 16 No.1 April 2013* ISSN:1411-0385. Hal. 77.

sedangkan hubungan paradigmatis mengacu pada intertekstual dengan tanda-tanda lain di luar teks.<sup>73</sup>

#### 4. Kerangka Analisis Teori Semiotika Ferdinand De Saussure

Ferdinand De Saussure mengemukakan bahasa sebagai suatu sistem tanda yang tersusun atas penanda (*Signifier*) dan petanda (*Signified*) dan di antara keduanya tidak dapat dipisahkan.<sup>74</sup> *Signifier* atau penanda merupakan gambaran fisik nyata dari *signified* atau petanda yang berfungsi untuk menjelaskan suatu konsep makna.<sup>75</sup> Saussure dalam melihat relasi pertandaan dapat digambarkan sebagai berikut.<sup>76</sup>



**Gambar 3.1**  
Elemen-elemen Makna dari Saussure

Semiotika merupakan teori tentang sistem tanda dan cara bagaimana suatu makna diperoleh dari tanda-tanda di sekelilingnya. Tanda atau *sign* merupakan sesuatu yang berbentuk fisik (bunyi-suara) yang dapat

<sup>73</sup> Diah Rizky Amalia, dkk, "Linguistik Perspektif Ferdinand De Saussure dan Ibn Jinni", hal.171-72.

<sup>74</sup> Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, (Bandung: Pt. Remaja Rosdakarya, 2017), hal.vii-viii.

<sup>75</sup> John Fiske, *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Ke-3*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016) Hal.73.

<sup>76</sup> John Fiske, *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Ke-3*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016) Hal.73.

dilihat dan didengar yang biasanya merujuk kepada suatu objek atau aspek dari realitas yang ingin dikomunikasikan. Objek bagi Saussure disebut “*referent*”. Penanda (*Signifier*) yang merupakan hal-hal yang tertangkap oleh pikiran kita seperti gambar visual, bunyi-bunyian atau coretan bermakna dan petanda (*Signified*) merupakan makna atau kesan yang ditangkap oleh pikiran kita sehingga menjadi sebuah makna dan diantara keduanya tidak dapat dipisahkan. Hubungan antara penanda dan petanda dinamakan signifikansi yang dimaksudkan sebagai upaya dalam memberi makna.

Desain komunikasi visual erat kaitannya dengan penggunaan tanda-tanda, ilustrasi, lambang atau simbol, tipografi dan warna yang secara keseluruhan berkaitan dengan indra penglihatan. Pendekatan semiotika, khusus semiotika visual bisa digunakan untuk mengamati suatu karya seni visual guna mengungkap komunikasi baik yang berupa pikiran, perasaan atau ekspresi apa saja yang disampaikan melalui tanda-tanda.

Karya desain komunikasi visual mempunyai tanda berbentuk verbal (bahasa) dan visual, serta merujuk bahwa teks desain komunikasi visual dan penyajian visualnya juga mengandung tanda non verbal seperti warna, garis dan ilustrasi. Daya dukung gambar sebagai lambang visual pesan guna mengefektifkan penyampaian pesan. Upaya mendayagunakan lambang-lambang visual berangkat dari premis bahwa bahasa visual memiliki karakteristik yang khas yang menimbulkan efek tertentu bagi pengamatnya.<sup>77</sup> Dalam menganalisis tanda menggunakan analisis semiotika Ferdinand de Saussure dianggap tepat karena desain karya visual terdiri dari tanda-tanda, dan tanda tidak dapat dipisahkan dari penanda dan petanda. Penanda memiliki wujud atau bagian fisik seperti bunyi, huruf, gambar, kata, warna, objek dan lain-lain. Sedangkan petanda merupakan gagasan dari apa yang diungkapkan.

---

<sup>77</sup> Sumbo Tinarbuko. “Semiotika Analisis Tanda Pada Karya Desain Komunikasi Visual” *Jurnal Nirmana Vol.5 No.1 Januari 2003*. Hal 32

#### D. Dakwah Visual

Dakwah visual atau dakwah komunikasi visual adalah aktivitas dakwah yang dilakukan untuk menyampaikan informasi atau pesan yang bertujuan untuk mengajak dan menyeru manusia untuk berbuat *amar ma'ruf nahi munkar* dengan ajaran Al-Quran dan sunah dengan memanfaatkan media komunikasi visual.<sup>78</sup>

Bentuk dakwah komunikasi visual bermacam-macam, ada yang memakai audio visual, audio dan juga gambar visual. Namun, yang sedang populer seperti saat ini yaitu berdakwah melalui poster. Poster merupakan karya seni yang di desain dengan memperhatikan komposisi gambar dan huruf di atas kertas berukuran besar. Poster tidak hanya untuk menyampaikan pesan namun mampu untuk mempengaruhi dan memotivasi tingkah laku orang yang melihatnya.<sup>79</sup>

Berdasarkan tujuannya, poster dibedakan menjadi:<sup>80</sup>

- a. Poster propaganda, yaitu poster yang mempengaruhi masyarakat sangat kuat.
- b. Poster kampanye, yaitu poster yang biasa digunakan untuk pemilu.
- c. Poster wanted, yaitu poster yang biasa digunakan untuk mencari orang.
- d. Poster film, poster yang biasa untuk mempromosikan film.
- e. Poster kartun, yaitu poster publikasi dari komik-komik kartun.
- f. Poster afirmasi, yaitu poster yang bertujuan memberikan motivasi.
- g. Poster riset, poster untuk mempublikasikan riset.
- h. Poster kelas, poster yang biasa di jumpai di dalam kelas-kelas.
- i. Poster komersil, poster yang bertujuan untuk kepentingan komersil.

Salah satu bentuk poster yang biasa digunakan untuk berdakwah yaitu poster propaganda. Poster propaganda dimanfaatkan untuk mengajak manusia

---

<sup>78</sup> Monika Yoan Azkiya, "Konsep Pengembangan Dan Pengelolaan Media Dakwah Visual Di Instagram Pondok Pesantren Darussalam" *Skripsi*. (Purwokerto: IAIN Purwokerto, 2020) Hal. 24.

<sup>79</sup> Monika Yoan Azkiya, "Konsep Pengembangan Dan Pengelolaan Media Dakwah Visual Di Instagram Pondok Pesantren Darussalam" *Skripsi*. (Purwokerto: IAIN Purwokerto, 2020) Hal. 24.

<sup>80</sup> Nilnan ni'mah, Dakwah komunikasi visual. *Islamic Communication Journal*, 2016. Hal 110.

berbuat *amar ma'ruf nahi munkar* yang bersumber dari Al- Quran dan Sunah menggunakan kata-kata yang bernuansa islami dan gambar yang menarik. Namun dalam membuat poster dakwah tidak boleh asal-asalan. Desainer harus memperhatikan keseimbangan, tipografi, ilustrasi dan warna supaya poster yang dihasilkan itu menarik pembaca yang menjadi penerima pesan dakwah sehingga pesan dapat tersampaikan dengan baik.



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan secara kualitatif, dimana data yang diperoleh dari sumber yang dapat dipercaya berupa data-data deskriptif berupa tulisan, gambar dan dokumen.<sup>81</sup> Dengan menggunakan metode deskriptif, penulis menganalisis data yang di peroleh dari wawancara, observasi/catatan lapangan atau dokumen lainnya yang berupa teks, gambar dan bukan angka. Penelitian ini melihat seni visual di lapangan mengenai desain komunikasi visual yang terdapat dalam akun Instagram @arielsyafrin.

#### **B. Subyek Dan Obyek**

##### **1. Subyek Penelitian**

Subyek penelitian menurut Aimirin (1986) yaitu seseorang atau sesuatu yang mengenainya ingin diperoleh keterangan atau orang pada latar penelitian yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian.<sup>82</sup>

Subyek dalam penelitian ini yaitu akun Instagram @arielsyafrin.

##### **2. Obyek Penelitian**

Obyek adalah sesuatu yang ingin diselidiki selama penelitian. Andi prastowo dan Sugiyono mendefinisikan objek penelitian kualitatif tidak hanya di dasarkan pada situasi sosial yang terdiri dari unsur-unsur seperti lokasi, pelaku, dan kegiatan tetapi juga peristiwa alam, tumbuhan, hewan, kendaraan

---

<sup>81</sup> M. Junaidi Ghony, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Ar Ruzz Media, 2012), hal. 25.

<sup>82</sup> Muh. Fitrah & Luthfiah, *Metodologi Penelitian : Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas Dan Tindakan Kelas & Studi Kasus* (Sukabumi: Cv. Jejak, 2018), Hal. 152.

dan sejenisnya. Objek penelitian adalah seperangkat elemen yang dapat berupa orang, organisasi, atau sesuatu yang ingin diselidiki.<sup>83</sup>

Obyek penelitian dalam penelitian ini adalah karya desain visual di akun Instagram @arielsyafrin yang kemudian akan di analisis menggunakan analisis semiotika Ferdinand De Saussure.

## C. Sumber Data

### 1. Sumber Primer

Sumber data utama atau data tangan pertama adalah data yang di peroleh langsung dari subyek penelitian dengan menggunakan alat ukur atau alat pengumpulan data langsung pada subyek sebagai sumber informasi yang dicari.<sup>84</sup>

Dalam penelitian ini sumber data primernya yaitu kumpulan postingan karya desain visual yang diunggah di akun @arielsyafrin pada bulan Maret - Juli 2021 dengan memilih 10 *like* terbanyak dan tersedikit dari total 199 postingan. Postingan yang dipilih terfokus pada tiga tema yaitu Akidah, Akhlaq dan Syariah.

Berikut data postingan pada akun @arielsyafrin pada bulan Maret-Juli 2021 :

**Tabel 3.1**  
Data Postingan Periode Maret-Juli 2021<sup>85</sup>

No.	Tanggal Posting	Judul Postingan	Jumlah <i>Like</i>	Jumlah Komentar	Link Postingan
	07 Maret	Syukuri apa	295	3	<a href="https://www.instagram.com/p/CMHdSlhB">https://www.instagram.com/p/CMHdSlhB</a>

<sup>83</sup> Muh. Fitrah & Luthfiah, *Metodologi Penelitian : Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas Dan Tindakan Kelas & Studi Kasus* (Sukabumi: Cv. Jejak, 2018), Hal. 156.

<sup>84</sup> Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta:Pustaka Pelajar, 1998), hal 91.

<sup>85</sup> Data diambil dari [https://instagram.com/arielsyafrin?utm\\_medium=copy\\_link](https://instagram.com/arielsyafrin?utm_medium=copy_link) pada hari Selasa 9 Oktober 2021 pukul 04.30.

	2021	yang ada			<a href="#">vXu/?utm_medium=copy_link</a>
1.	13 Maret 2021	Keutamaan menolong sesama muslim	789	7	<a href="https://www.instagram.com/p/CMW8deyhOld/?utm_medium=copy_link">https://www.instagram.com/p/CMW8deyhOld/?utm_medium=copy_link</a>
	20 Maret 2021	Percuma pintar	477	6	<a href="https://www.instagram.com/p/CMo_iCBWvb/?utm_medium=copy_link">https://www.instagram.com/p/CMo_iCBWvb/?utm_medium=copy_link</a>
	27 Maret 2021	Maafkanlah saudaramu	619	4	<a href="https://www.instagram.com/p/CM7Bs5IhmXD/?utm_medium=copy_link">https://www.instagram.com/p/CM7Bs5IhmXD/?utm_medium=copy_link</a>
2.	03 April 2021	Ramadhan mubarak	239	2	<a href="https://www.instagram.com/p/CNNEkcLhtwK/?utm_medium=copy_link">https://www.instagram.com/p/CNNEkcLhtwK/?utm_medium=copy_link</a>
	10 April 2021	Dibalik Kesulitan	807	7	<a href="https://www.instagram.com/p/CNfDW6fBL4O/?utm_medium=copy_link">https://www.instagram.com/p/CNfDW6fBL4O/?utm_medium=copy_link</a>
	13 April 2021	Berbuka puasa dengan kurma	239	6	<a href="https://www.instagram.com/p/CNmW1ohuhu-c/?utm_medium=copy_link">https://www.instagram.com/p/CNmW1ohuhu-c/?utm_medium=copy_link</a>

	20 April 2021	Do'a berbuka puasa	701	24	<a href="https://www.instagram.com/p/CN4XptGhRug/?utm_medium=copy_link">https://www.instagram.com/p/CN4XptGhRug/?utm_medium=copy_link</a>
	28 April 2021	Golongan yang mati syahid	348	0	<a href="https://www.instagram.com/p/CONDHaoH1Y/?utm_medium=copy_link">https://www.instagram.com/p/CONDHaoH1Y/?utm_medium=copy_link</a>
3.	03 Mei 2021	Berburu lailatul qadar	749	9	<a href="https://www.instagram.com/p/COZ80lzB1Nd/?utm_medium=copy_link">https://www.instagram.com/p/COZ80lzB1Nd/?utm_medium=copy_link</a>
	07 Mei 2021	Zakat Fitrah	208	0	<a href="https://www.instagram.com/p/COkQ4qB BPLE/?utm_medium=copy_link">https://www.instagram.com/p/COkQ4qB BPLE/?utm_medium=copy_link</a>
	12 Mei 2021	Sunnah Nabi Hari Raya Idul Fitri	927	14	<a href="https://www.instagram.com/p/COxamathsDC/?utm_medium=copy_link">https://www.instagram.com/p/COxamathsDC/?utm_medium=copy_link</a>
	23 Mei 2021	Keutamaan Puasa Syawal	217	1	<a href="https://www.instagram.com/p/CPNy_a1BkyN/?utm_medium=copy_link">https://www.instagram.com/p/CPNy_a1BkyN/?utm_medium=copy_link</a>
	29 Mei 2021	Muslim itu Bersaudara	600	11	<a href="https://www.instagram.com/p/CPdT-p8h9IZ/?utm_medium=copy">https://www.instagram.com/p/CPdT-p8h9IZ/?utm_medium=copy</a>

					<u>link</u>
4.	05 Juni 2021	Sutroh	336	19	<a href="https://www.instagram.com/p/CPvWopLhJuz/?utm_medium=copy_link">https://www.instagram.com/p/CPvWopLhJuz/?utm_medium=copy_link</a>
	12 Juni 2021	Perang	804	31	<a href="https://www.instagram.com/p/CQBWbmkBfjE/?utm_medium=copy_link">https://www.instagram.com/p/CQBWbmkBfjE/?utm_medium=copy_link</a>
	20 Juni 2021	Musuh Manusia	787	46	<a href="https://www.instagram.com/p/CQVbHPwBkr/?utm_medium=copy_link">https://www.instagram.com/p/CQVbHPwBkr/?utm_medium=copy_link</a>
	28 Juni 2021	Kamu kurban apa tahun ini ?	208	6	<a href="https://www.instagram.com/p/CQqgeeGBu0t/?utm_medium=copy_link">https://www.instagram.com/p/CQqgeeGBu0t/?utm_medium=copy_link</a>
	03 Juli 2021	Anak Muda	589	19	<a href="https://www.instagram.com/p/CQ3ZIN-hrEL/?utm_medium=copy_link">https://www.instagram.com/p/CQ3ZIN-hrEL/?utm_medium=copy_link</a>
	10 Juli 2021	Doa berlandung dari sifat malas	570	19	<a href="https://www.instagram.com/p/CRJauZnBisu/?utm_medium=copy_link">https://www.instagram.com/p/CRJauZnBisu/?utm_medium=copy_link</a>
5.	17 Juli 2021	Dunia hanyalah permainan	459	1	<a href="https://www.instagram.com/p/CRbZrK2hw-3/?utm_medium=copy_link">https://www.instagram.com/p/CRbZrK2hw-3/?utm_medium=copy_link</a>

24 Juli 2021	Kematian tidak bisa dihindari	536	6	<a href="https://www.instagram.com/p/CRtb6XPhkM8/?utm_medium=copy_link">https://www.instagram.com/p/CRtb6XPhkM8/?utm_medium=copy_link</a>
31 Juli 2021	Kucing tidak najis	673	18	<a href="https://www.instagram.com/p/CR_dShWBvtq/?utm_medium=copy_link">https://www.instagram.com/p/CR_dShWBvtq/?utm_medium=copy_link</a>

Dari tabel diatas, maka penulis memilih 10 postingan yang diteliti berdasarkan kategori sebagai berikut:

**Tabel 3.2**  
Data Postingan Yang Diteliti<sup>86</sup>

No.	Bulan	Tanggal posting	Judul Postingan	Jumlah Like	Link Postingan
1.	Maret	13 Maret 2021	Keutamaan menolong sesama muslim	789 (terbanyak)	<a href="https://www.instagram.com/p/CMW8deyhOld/?utm_medium=copy_link">https://www.instagram.com/p/CMW8deyhOld/?utm_medium=copy_link</a>
		07 Maret 2021	Syukuri apa yang ada	295 (tersedikit)	<a href="https://www.instagram.com/p/CMHdSlhBvXu/?utm_medium=copy_link">https://www.instagram.com/p/CMHdSlhBvXu/?utm_medium=copy_link</a>
2.	April	10 April 2021	Dibalik kesulitan	807 (terbanyak)	<a href="https://www.instagram.com/p/CNfDW6fBL4O/?">https://www.instagram.com/p/CNfDW6fBL4O/?</a>

<sup>86</sup> Data diambil dari [https://instagram.com/arielsyafrin?utm\\_medium=copy\\_link](https://instagram.com/arielsyafrin?utm_medium=copy_link) pada hari Selasa 9 Oktober 2021 pukul 04.30.

					<a href="#">utm_medium=cop</a>
		03 April 2021	Ramadhan mubarak	239 (tersedikit)	<a href="https://www.instagram.com/p/CNNEkcLhtwK/?utm_medium=cop">https://www.instagram.com/p/CNNEkcLhtwK/?utm_medium=cop</a>
3.	Mei	12 Mei 2021	Sunah Nabi di hari raya Idul Fitri	927 (terbanyak)	<a href="https://www.instagram.com/p/COxamathsDC/?utm_medium=cop">https://www.instagram.com/p/COxamathsDC/?utm_medium=cop</a>
		07 Mei 2021	Zakat Fitrah	208 (tersedikit)	<a href="https://www.instagram.com/p/COkQ4qBBPLE/?utm_medium=cop">https://www.instagram.com/p/COkQ4qBBPLE/?utm_medium=cop</a>
4.	Juni	12 Juni 2021	Perang	804 (terbanyak)	<a href="https://www.instagram.com/p/CQBWbmkBfjE/?utm_medium=cop">https://www.instagram.com/p/CQBWbmkBfjE/?utm_medium=cop</a>
		28 Juni 2021	Kamu kurban apa tahun ini ?	208 (tersedikit)	<a href="https://www.instagram.com/p/COqgeeGBu0t/?utm_medium=cop">https://www.instagram.com/p/COqgeeGBu0t/?utm_medium=cop</a>
5.	Juli	31 Juli 2021	Kucing tidak najis	672 (terbanyak)	<a href="https://www.instagram.com/p/CR_dShWBvtq/?utm_medium=cop">https://www.instagram.com/p/CR_dShWBvtq/?utm_medium=cop</a>

		17 Juli 2021	Dunia hanya permainan	459 (tersedikit)	<a href="https://www.instagram.com/p/CRbZrK2hw-3/?utm_medium=copy_link">https://www.instagram.com/p/CRbZrK2hw-3/?utm_medium=copy_link</a>
--	--	-----------------	--------------------------	---------------------	---

Setelah penulis mencari dan memperoleh data, kemudian penulis menyusun data yang diperoleh dari hasil observasi dan dokumentasi pada gambar-gambar yang terdapat pada postingan akun Instagram @arielsyafrin. Dari data yang sudah diperoleh, maka penulis hanya akan meneliti 10 postingan dengan *like* terbanyak dan tersedikit yang sesuai dengan kategori.

Penulis memilih *like* terbanyak karena penulis beranggapan bahwa ketika suatu postingan mendapat *like* terbanyak berarti postingan tersebut dapat diterima dengan baik oleh *followers* dari akun ini, sedangkan kalau *like* tersedikit mungkin karena aspek pesannya atau elemen desainnya kurang menarik dan kurang sesuai.

Setelah penulis meneliti dari bulan Maret- Juli 2021 penulis mendapatkan data postingan dengan *like* terbanyak pada bulan Mei yaitu tepatnya tanggal 12 Mei 2021 dengan jumlah *like* mencapai 927 *like*. Postingan tersebut mengangkat tema tentang sunah-sunah Nabi yang dilakukan pada hari raya Idul Fitri. Dalam postingan tersebut terdiri dari 7 *slide* dengan pesan yang saling berkaitan. Ilustrasinya menggunakan tokoh anime Sasuke dengan memakai jubah dan peci dan warna latarnya menggunakan warna biru bertekstur beberapa gambar masjid.

Untuk postingan tersedikit terjadi pada 07 Mei dan 29 Juni 2021 yaitu sama-sama mendapat *like* 208. Pada tanggal 07 Mei 2021 postingan ini mengangkat tema tentang zakat fitrah dan pada tanggal

29 Juni 2021 tentang kurban. Setelah diamati ilustrasinya tidak menggunakan tokoh anime Naruto sedangkan tokoh anime Naruto merupakan ciri khas dari akun ini. Hal itu yang mungkin menjadi pengaruh mendapatkan *like* tersedikit karena *followernya* kurang tertarik pada desain ilustrasinya.

## 2. Sumber Sekunder

Sumber data sekunder merupakan data tangan kedua yang berwujud data dokumentasi atau data laporan yang tersedia yang diperoleh lewat pihak lain, tidak diperoleh langsung lewat subyek penelitian.<sup>87</sup>

Sumber data sekunder atau data tangan kedua dalam penelitian ini yaitu informasi yang diperoleh dari sumber informasi lain yaitu jurnal dan artikel yang diakses melalui google scholar, wawancara dengan pihak terkait yaitu admin akun instagram @arielsyafrin.

## D. Metode Pengumpulan Data

### 1. Observasi

Observasi adalah kegiatan mencari data yang dapat digunakan untuk memberikan suatu kesimpulan atau diagnosis. Inti dari kegiatan observasi yaitu adanya perilaku yang dapat dilihat, didengar, dan dapat diukur langsung oleh mata.<sup>88</sup> Dalam kegiatan observasi ini peneliti mengamati unggahan dalam akun Instagram @arielsyafrin.

### 2. Wawancara

Wawancara menurut Stewart dan Cash yang dikutip oleh Haris Herdiansyah dalam buku yang berjudul *Metodologi penelitian Kualitatif: Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*, wawancara diartikan sebagai suatu interaksi yang didalamnya terjadi pertukaran informasi, yang di dalamnya terdapat aturan,

<sup>87</sup> Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta:Pustaka Pelajar, 1998), hal 91.

<sup>88</sup> Haris Herdiansyah, *Metodologi penelitian Kualitatif: Untuk Ilmu-Ilmu Sosial* (Jakarta: Selemba Humanika, 2014), hal 131.

tanggung jawab, perasaan, kepercayaan, dan motif.<sup>89</sup> Dalam penelitian ini peneliti melakukan wawancara kepada pemilik akun @arielsyafrin yaitu Ariel Syafrin untuk menggali data lebih dalam yang berkaitan dengan subyek penelitian.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu cara pengumpulan data dengan melihat atau menganalisis dokumen-dokumen yang di buat oleh subyek sendiri atau orang lain tentang subyek.<sup>90</sup> Peneliti mengumpulkan dokumentasi berupa *screenshot* konten yang di unggah oleh @arielsyafrin untuk mengetahui makna elemen desain komunikasi visual yang terkandung dalam kontennya dan kemudian dianalisis menggunakan teori semiotika Ferdinand de Saussure.

## E. Analisis Data

Analisis data merupakan proses penyederhanaan data supaya lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan.<sup>91</sup> Teknik analisis yang digunakan yaitu menggunakan teknik analisis semiotika, di mana semiotika merupakan salah satu ilmu atau metode untuk menganalisis tanda. Analisis data ini untuk memberi arti makna dan nilai yang terkandung dalam tanda, baik verbal maupun visual.

Adapun tahapan analisis data yang dilakukan yaitu:

1. Peneliti mengamati postingan akun Instagram @arielsyafrin.
2. Setelah diamati, dipelajari dan ditelaah, langkah selanjutnya yaitu mencari tanda-tanda dalam poster.
3. Menyusun hasil *capture* poster dengan mengkategorikan sesuai dengan elemen-elemen grafis.

---

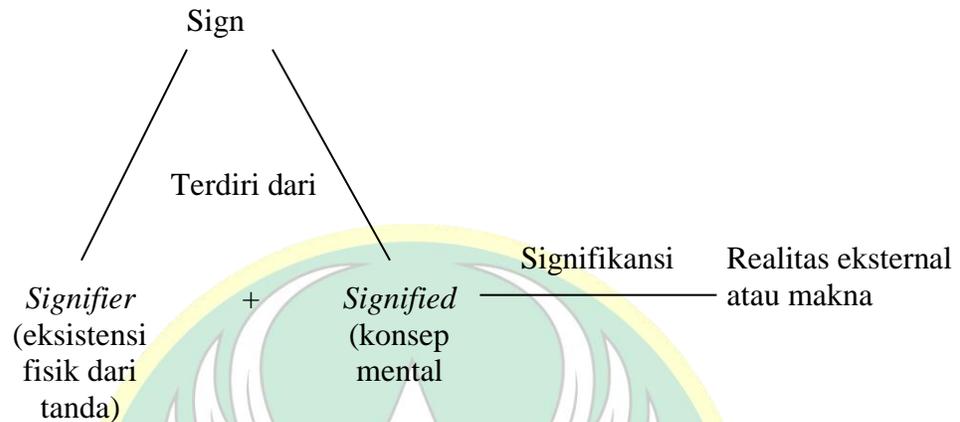
<sup>89</sup> Haris Herdiansyah, *Metodologi penelitian Kualitatif: Untuk Ilmu-Ilmu Sosial* (Jakarta: Selemba Humanika, 2014), hal 118.

<sup>90</sup> Haris Herdiansyah, *Metodologi penelitian Kualitatif: Untuk Ilmu-Ilmu Sosial* (Jakarta: Selemba Humanika, 2014), hal. 143.

<sup>91</sup> Husein Sayuti, *Pengantar Metodologi Riset* (Jakarta: Fajar Agung, 1989), hal. 69.

4. Tahap akhir dari analisis data ini adalah mengkorelasikan dengan teori yang dipakai peneliti yaitu teori semiotika Ferdinand de Saussure.

Saussure dalam melihat relasi pertandaan dapat digambarkan sebagai berikut:<sup>92</sup>



Salah satu bentuk tanda adalah gambar. Sedangkan sesuatu yang ditandai (Petanda) dapat berupa citra bunyi, gambar maupun tulisan. Sementara yang menandai (Petanda) merupakan konsep makna dari struktur tanda yang mempresentasikan makna.

Dalam penelitian ini hanya menggunakan analisis semiotika Ferdinand de Saussure untuk mengetahui makna elemen yang terkandung dalam konten akun Instagram @arielsyafrin.

<sup>92</sup> John Fiske, *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Ke-3*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016, Hal. 73.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Profil Instagram @arielsyafrin

##### 1. Gambaran Umum Akun Instagram @arielsyafrin



**Gambar 4.1**<sup>93</sup>

Screenshoot Profil Instagram @arielsyafrin

Sumber :

[https://instagram.com/arielsyafrin?utm\\_medium=copy\\_link](https://instagram.com/arielsyafrin?utm_medium=copy_link)

<sup>93</sup> Diambil tanggal 9 Oktober 2021 pukul 10.00 Wib.

Akun Instagram @arielsyafrin merupakan akun dakwah di Instagram yang mengunggah postingan-postingan tentang syiar dakwah yang dikemas dalam visual yang menarik. Akun yang dibuat oleh Ariel Syafrin ini awalnya bukan untuk syiar dakwah visual namun hanya akun pribadi yang digunakan oleh Ariel dan kemudian pemilik akun bekerja sama dengan temannya untuk membuat konten dakwah. Ariel Syafrin lahir di Parepare, 13 Agustus 2005. Statusnya masih pelajar salah satu sekolah menengah atas di Makassar, Sulawesi Selatan.<sup>94</sup>

Konten dakwah dalam akun ini menggunakan *anime* Naruto yang dapat menarik perhatian *Followers* maupun pengguna Instagram lainnya. Akun ini mengunggah poster dakwah pertama kali pada 9 Desember 2019 dan saat ini akun @arielsyafrin sudah mengunggah 199 konten dengan tema yang bermacam-macam ada akidah, akhlak, dan syariah. Hal yang membedakan akun ini dengan akun dakwah lainnya yaitu desain ilustrasinya menggunakan berbagai tokoh dalam serial *anime* Naruto dengan berbagai karakter di dalamnya. *Anime* merupakan istilah yang digunakan untuk menyebut film animasi Jepang. Penggunaan ilustrasi tokoh serial *anime* Naruto pada postingan Instagram @arielsyafrin di latar belakang oleh kecintaan pemilik akun terhadap film Naruto pada waktu kecil.

## 2. Logo Akun Instagram @arielsyafrin



<sup>94</sup> Wawancara online pada 18 Agustus 2021 melalui Whatsapp.

Akun instagram @arielsyafrin mempunyai logo tersendiri sebagai identitas dari akun ini. Latar belakang akun @arielsyafrin membuat logo bertuliskan MUI (Media Umat Islam) karena pada awalnya akan membuat logo bertuliskan “Media Umat/MU”, namun karena sudah ada yang memakai nama tersebut maka pemilik akun membuat logo bertuliskan MUI (Media Umat Islam).

*“Pada awal rencananya itu Media Umat/MU, tapi karena udah ada akun lain yang memakai maka jadinya buat Media Umat Islam/MUI, waktu itu kepikiran juga masalah singkatannya, jadi sempat kepikiran juga buat ganti lagi tapi karena belum kepikiran ide ang bagus maka dibiarkan saja sampai sekarang seperti itu namanya”<sup>95</sup>*

## **B. Analisis Semiotika Ferdinand de Saussure Terhadap Makna Desain Visual Pada Akun Instagram @arielsyafrin**

Desain komunikasi visual merupakan penyampaian ide atau informasi dengan tujuan tertentu dengan menerapkan elemen-elemen komunikasi visual diantaranya tipografi, ilustrasi dan warna. Hasil temuan data di analisis menggunakan teori Semiotika Ferdinand de Saussure.

Terfokus kepada pandangan terkait tanda menjadi prinsip dari semiotika Saussure, dimana tanda sendiri dalam konteks komunikasi terbagi menjadi dua yaitu penanda (*Signifier*) yang merupakan hal-hal yang tertangkap oleh pikiran kita seperti gambar visual, bunyi dan lain-lain dan petanda (*Signified*) merupakan makna atau kesan yang ditangkap oleh pikiran kita sehingga menjadi sebuah makna dan diantara keduanya tidak dapat dipisahkan. Hubungan antara penanda dan petanda dinamakan *signification* yang dimaksudkan sebagai upaya dalam memberi makna. Dalam penelitian ini peneliti akan menganalisis 10 postingan yang terdapat pada akun Instagram @arielsyafrin dengan kriteria *like* terbanyak dan tersedikit. Berikut 10 postingan yang akan dianalisis.

---

<sup>95</sup> Wawancara Online Melalui Whatsapp pada Tanggal 18 Agustus 2021, Pukul 17.32 WIB.

## 1. Poster Mensyukuri Apa Yang Ada

Poster tentang mensyukuri apa yang ada ini diposting pada 7 Maret 2021 dengan jumlah *like* mencapai 288. Postingan ini merupakan postingan dengan jumlah *like* tersedikit pada bulan Mei 2021. Dalam poster dakwah ini terkandung materi tentang akhlak.

Berikut analisis elemen-elemen desain komunikasi visual menggunakan analisis semiotika Ferdinand de Saussure :



Elemen	Penanda ( <i>signifier</i> )	Petanda ( <i>signified</i> )
Tipografi	Dalam postingan di atas terdapat tipografi "Syukuri apa yang ada" kemudian diperjelas dengan arti dari Qs. Ibrahim ayat 7 "dan ingatlah juga, tatkala Tuhanmu memaklumkan;" "sesungguhnya jika kamu bersyukur, pasti kami akan menambah	"Syukuri apa yang ada" kemudian diperjelas dengan arti dari Qs. Ibrahim ayat 7 "dan ingatlah juga, tatkala Tuhanmu memaklumkan;" "sesungguhnya jika kamu bersyukur..." ayat tersebut memerintahkan untuk mensyukuri segala nikmat yang telah Allah berikan

	<i>(nikmat) kepadamu, dan jika kamu mengingkari (nikmat-Ku), maka sesungguhnya azab-Ku sangat pedih”</i>	dan tidak boleh kufur atas nikmat yang telah Allah berikan supaya tidak mendapat Azab yang pedih.
Ilustrasi S i	Gambar telur dan nasi yang berada di atas piring	Telur dan nasi yang berada diatas piring memiliki makna makanan yang sederhana
Warna n S	Penggunaan warna <i>background</i> pada poster tersebut menggunakan gradasi warna merah dan merah hati.	Warna merah merepresentasikan kasih sayang, lembut, cinta dan asmara.

*Signification:*

**Pertama**, elemen yang terdapat dalam poster tersebut yaitu elemen tipografi. Dalam postingan tersebut terdapat *headline* “*Syukuri Apa Yang Ada*” ditulis lebih besar dari tulisan lain dan menggunakan jenis huruf *script*/huruf tulis. Pemilihan huruf *script* untuk *headline* sesuai untuk diaplikasikan karena huruf ini indah. Namun, jika huruf *script* ini digunakan untuk teks yang panjang kurang sesuai karena kurang nyaman untuk dibaca. Kemudian ada kalimat penjelas *headline* “*Sesungguhnya jika kamu bersyukur, pasti kami akan menambah (nikmat) kepadamu, dan jika kamu mengingkari (nikmat-Ku), maka sesungguhnya azab-Ku sangat pedih*” menggunakan jenis font *Calibri*. Dalam poster tersebut ingin menyampaikan pesan bahwa kita harus bersyukur atas nikmat yang Allah berikan dan kita tidak boleh kufur atas nikmat yang Allah berikan karena akan mendapatkan siksa yang sangat pedih.

Imam Ar-Razi pemilik tafsir Miftahul Ghaib menjelaskan bahwa bertambahnya nikmat orang yang bersyukur terdiri dari berbagai macam diantaranya nikmat ruhaniyah dan nikmat jasmaniyah. Nikmat jasmaniyah

yang membuat seorang hamba mencintai Allah, sedangkan nikmat jasmaniyah akan membuat seseorang mendapatkan kebahagiaan.<sup>96</sup>

**Kedua**, elemen ilustrasi. Ilustrasi yang terdapat dalam poster tersebut berupa makanan yang tersaji di atas piring berupa nasi dan telur dan di sebelahnyanya terdapat gelas berisi air minum dan sambal. Ilustrasi tersebut mendukung *headline* sebagai gambar ilustrasi dengan topik yang sedang di bahas yaitu tentang mensyukuri nikmat yang ada.

**Ketiga**, elemen warna. Di dalam poster tersebut menggunakan *background* merah dengan gradasi bagian samping kiri bawah piring agak gelap sedangkan sisi lain agak cerah. Hal ini menandakan bagian gelap seperti bayangan meja yang berbentuk bulat namun terlihat hanya separuhnya saja. Warna merah merepresentasikan kasih sayang, lembut, cinta dan asmara. Hubungan dengan pesan yang disampaikan yaitu Allah akan memberikan kasih sayang kepada umatnya yang bersyukur terhadap nikmat yang Allah berikan walaupun tidak sesuai dengan apa yang diharapkan.

## 2. Poster Tentang Keutamaan Menolong Sesama Muslim

Poster ini diposting pada 13 Maret 2021 dengan jumlah *like* terbanyak pada bulan Maret yaitu 689 *like* dan 16 komentar. Poster ini memuat tema dakwah tentang akhlak, yaitu akhlak tolong menolong kepada sesama muslim

Berikut analisis elemen-elemen desain komunikasi visual menggunakan analisis semiotika Ferdinand de Saussure :

---

<sup>96</sup> Karimullah, dkk, "Tiga Tema Konsep Kebersyukuran dalam Perspektif Al-Qur'an: Sebuah Literatur Review" *Jurnal Studi Al-Qur'an P-ISSN: 0126-1648*. Hal 258.



Sumber:

[https://www.instagram.com/p/CMW8deyhOld/?utm\\_medium=copy\\_link](https://www.instagram.com/p/CMW8deyhOld/?utm_medium=copy_link)

Elemen	Penanda ( <i>signifier</i> )	Petanda ( <i>signified</i> )
Tipografi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Keutamaan menolong sesama muslim.</li> <li>- Allah akan senantiasa menolong hamba-Nya selama hamba tersebut menolong saudaranya.</li> <li>- HR. Muslim</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- “Keutamaan menolong sesama muslim” merupakan <i>headline</i> yang menyampaikan pesan tentang keutamaan menolong sesama muslim.</li> <li>- Teks “Allah akan senantiasa menolong hamba-Nya selama hamba tersebut menolong saudaranya” teks tersebut menyampaikan pesan supaya untuk saling tolong menolong terhadap saudaranya supaya Allah menolong kita ketika sedang butuh pertolongan.</li> <li>- “HR. Muslim” merupakan kutipan darimana asal ayat pesan</li> </ul>

		tersebut.
Ilustrasi	Gambar sosok anime Sasuke dan Naruto	Sosok anime Sasuke sedang mengulurkan tangan seperti ingin memberikan bantuan kepada Naruto.
Warna	<i>Background</i> warna merah muda bertekstur.	Warna merah muda merepresentasikan kasih sayang, lembut dan cinta. Teksturnya adalah gambar Sasuke dan Naruto.

*Signification:*

**Pertama**, elemen tipografi. Dalam teks di atas kata “*menolong*” ditulis lebih besar untuk membedakan bahwa itu merupakan pesan utama yang ingin disampaikan. Teks “*keutamaan menolong sesama muslim*” menggunakan jenis tulisan dekoratif yang memiliki sifat anggun dan tradisional. Kemudian pada *body teks* menggunakan jenis tulisan *Sans Serif* yang sifatnya mudah dibaca dan sederhana. Pesan yang ingin disampaikan pada poster di atas yaitu kita diperintahkan untuk senantiasa menolong saudara sesama muslim. Seperti perintah Allah swt. Dalam surah Al-Maidah ayat 2 yang artinya “*dan tolong menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebaikan dan takwa, dan jangan tolong menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat sisa-nya*”. Allah memerintahkan untuk saling tolong menolong dalam hal kebaikan dan dilarang tolong menolong dalam hal keburukan.

Setiap muslim yang senang menolong sesama muslim dalam hal kebaikan maka Allah swt juga akan menolongnya ketika sedang kesusahan. Begitupun sebaliknya, jika ada seorang muslim yang sedang mengalami kesusahan sedangkan kita mampu untuk menolongnya tetapi tidak mau menolong maka ketika kita mengalami kesusahan Allah swt pun tidak akan memberikan pertolongan kepada kita. Dampak perbuatan tolong menolong sangat besar pengaruhnya bagi kehidupan diantaranya, menumbuhkan serta

memupuk ikatan persaudaraan, menumbuhkan rasa kasih sayang di antara orang yang menolong dan orang yang ditolong, dan orang yang suka tolong menolong akan dicintai Allah dan kehidupannya akan dipermudah oleh-Nya.<sup>97</sup>

Pada zaman sekarang, budaya tolong menolong dimasyarakat mulai hilang dan berubah bersikap apatis. Penyebab sikap apatis tersebut adalah kurangnya rasa persatuan. Berbeda dengan zaman dahulu ketika sikap menolong terjadi tanpa adanya diskriminasi ras, agama maupun suku. Sikap tolong menolong menjadi suatu hal yang mahal dalam keseharian ini. Terlebih, manusia sebagai makhluk sosial yang saling bergantung satu lainnya. Sikap terpuji ini, bisa dimulai dengan perbuatan kecil dan sering dianggap remeh seperti menyingkirkan batu atau batang kayu yang menghalangi jalan, juga membantu menyebrangkan orang. Hal-hal tersebut tidak hanya meringankan pekerjaan atau kesulitan orang lain, tetapi juga memberikan dampak baik lainnya seperti mendapat pahala dari Allah SWT.

**Kedua**, elemen ilustrasi. Dalam ilustrasi tersebut terlihat sosok anime sosok Sasuke sedang mengulurkan tangan di depan Naruto yang menandakan ingin memberikan pertolongan kepada sosok Naruto. Seperti yang tergambar pada film Naruto, Sasuke pernah membebaskan Naruto dari hukumannya. Walaupun sifat Sasuke sombong terkadang jahat tapi dia sering menolong orang yang kesusahan.

**Ketiga**, elemen warna. Pada bagian *background* menggunakan warna merah muda bertekstur. Warna merah muda merepresentasikan kasih sayang, lembut dan cinta. Teksturnya adalah gambar Sasuke dan Naruto.

---

<sup>97</sup> Delvia Sugesti, “ Mengukur Tolong Menolong Dalam Perspektif Islam” *Jurnal Ppkn Dan Hukum Vol. 14 No.2, Oktober 2019*. Hal.114.

### 3. Poster Tentang Ramadhan Mubarak

Postingan pada 3 April 2021 jumlah like tersedikit pada bulan April yaitu 239 *like*. Poster ini merupakan poster yang dibuat untuk menyambut bulan Ramadhan yang tinggal 10 hari lagi menuju bulan yang sangat mulia.

Berikut analisis elemen-elemen desain komunikasi visual menggunakan analisis semiotika Ferdinand de Saussure :



Elemen	Penanda ( <i>signifier</i> )	Petanda ( <i>signified</i> )
Tipografi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ramadhan mubarak</li> <li>- 10 hari lagi</li> <li>- Hai orang-orang yang beriman, diwajibkan atas kamu berpuasa sebagaimana diwajibkan atas orang-orang sebelum kamu, agar kamu bertakwa.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tulisan “Ramadhan” sebagai objek utama pesan ditulis lebih tebal agar lebih dominan dan tulisan “Mubarak”</li> <li>- “10 hari lagi” sebagai <i>tagline</i> yang menyampaikan pesan bahwa 10 hari lagi menuju bulan Ramadhan.</li> </ul>

	- Qs. Al-Baqarah: 183.	- Tulisan “Hai orang-orang yang beriman, diwajibkan atas kamu berpuasa sebagaimana diwajibkan atas orang-orang sebelum kamu, agar kamu bertakwa.” Ayat tersebut merupakan ayat yang memerintahkan kewajiban berpuasa. - “Qs. Al-Baqarah: 183” asal kutipan terjemahan ayat di atas.
Ilustrasi	- Gambar loading	Mengilustrasikan akan datangnya bulan Ramadhan yang tinggal 10 hari lagi.
Warna	- Warna biru - Warna putih - Warna kuning - Warna hitam	- Warna biru pada tulisan “Ramadhan” menandakan ketenangan dan ketenangan. - Warna putih pada tulisan “mubarak”, “10 hari lagi”, “Hai orang-orang yang beriman, diwajibkan atas kamu berpuasa....” menandakan ketenangan, kesucian. - Warna kuning pada gambar <i>loading</i> menandakan keakraban, semangat, ceria hal ini sesuai dengan <i>tagline</i> “10 hari lagi” datangnya bulan ramadhan bulan yang membawa berkah harus di sambut dengan semangat dan kebahagiaan. - Warna hitam pada

		<i>background</i> menandakan kekuatan, kepatuhan. kekuatan dan kepatuhan yang dimaksud yaitu patuh menjalankan segala perintah Allah pada bulan Ramadhan.
--	--	--

*Signification:*

**Pertama**, elemen tipografi. Dalam poster diatas terdapat 3 jenis huruf yang digunakan. Tulisan “*Ramadhan*” sebagai objek utama pesan di tulis lebih tebal agar lebih dominan dan menggunakan jenis tulisan *Sans Serif* dengan efek *drop shadow* sedangkan untuk tulisan “*Mubarak*” ditulis lebih kecil dari kata Ramadhan untuk membedakan objek utama pesan. Untuk *body teks* menggunakan jenis tulisan *Sans Serif* yang memiliki sifat sederhana dan mudah di baca. Maksud dari isi ayat diatas merupakan perintah berpuasa.

Ramadhan memiliki makna khas dalam perjalanan kewahyuan. Kata ramadhan berasal dari kata “ramida” yang artinya kekeringan dan secara bahasa artinya terik atau panas.<sup>98</sup> Melalui surah al-Baqarah ayat 183 Allah memberitahukan kepada orang-orang mukmin untuk berpuasa, menahan diri dari makan dan minum serta bersenggama dengan niat ikhlas karena Allah swt. Karena di dalam berpuasa terkandung hikmah membersihkan jiwa, menyucikannya hati dan membebaskan akhlak yang tercela.<sup>99</sup>

**Kedua**, elemen ilustrasi. Untuk ilustrasi utamanya yaitu gambar *loading* yang mengilustrasikan akan datangnya bulan Ramadhan yang tinggal 10 hari lagi.

<sup>98</sup> Safria Andi, “Hakikat Puasa Ramadhan dalam Perspektif Taswuf (Tafsir Al-Baqarah: 183)”, *Jurnal Ibn Abbas*. Hal. 9.

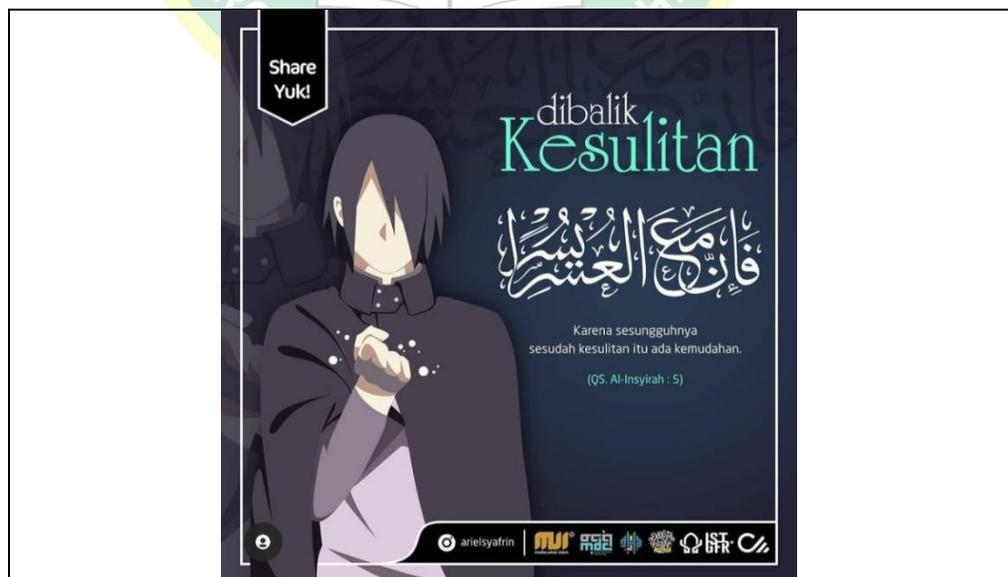
<sup>99</sup>Abdullah bin Muhammad Alu Syaikh *Tafsir Ibnu Katsir*. (Jakarta: Pustaka Imam asy-syafi’i). Hal. 342.

**Ketiga**, elemen warna. Untuk *backgroundnya* merupakan *background textured* yang terbentuk dari suatu motif dan *foreground* nya berwarna hitam. Keuntungan penggunaan *background* hitam yaitu bisa di beri efek cahaya dan pendar cahaya atau pemancaran cahaya. Kemudian warna biru pada tulisan “*Ramadhan*” menandakan spiritual. Warna putih pada tulisan “*mubarak*”, “*10 hari lagi*”, “*Hai orang-orang yang beriman, diwajibkan atas kamu berpuasa....*” menandakan ketenangan, kesucian dan warna kuning pada gambar loading menandakan keakraban, semangat, ceria, hal ini sesuai dengan *tagline* “*10 hari lagi*” datangnya bulan Ramadhan bulan yang membawa berkah harus di sambut dengan semangat dan kebahagiaan.

#### 4. Poster Tentang Dibalik Kesulitan

Postingan pada 10 April 2021 dengan jumlah *like* 808 dan 7 komentar. Postingan ini merupakan postingan dengan jumlah komentar terbanyak selama bulan April 2021.

Berikut analisis elemen-elemen desain komunikasi visual menggunakan analisis semiotika Ferdinand de Saussure :



Sumber: <a href="https://www.instagram.com/p/CNfDW6fBL4O/?utm_medium=copy_li">https://www.instagram.com/p/CNfDW6fBL4O/?utm_medium=copy_li</a>		
Elemen	Penanda ( <i>signifier</i> )	Petanda ( <i>signified</i> )
Tipografi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dibalik kesulitan</li> <li>- Tulisan arab</li> <li>- Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan</li> <li>- Qs. Al-Insyirah: 5</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tulisan “dibalik kesulitan” sebagai <i>headline</i> ditulis menggunakan huruf <i>Serif</i> menyampaikan pesan tentang dibalik sebuah kesulitan.</li> <li>- Tulisan arab dan terjemahan dari Qs. Al-Insyirah: 5 sebagai <i>body teks</i> yang menyampaikan pesan bahwa sesudah kesulitan ada kemudahan.</li> <li>- Qs. Al-Insyirah: 5 merupakan sumber ayat tersebut diambil.</li> </ul>
Ilustrasi	Tokoh anime Sasuke sedang mengepalkan tangan.	Tekad yang kuat dan semangat yang tinggi.
Warna	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Background</i> warna gradasi hitam dan putih</li> <li>- Warna hijau pada tulisan “kesulitan”</li> <li>- Warna putih pada tulisan arab dan subheadline</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Untuk menekankan hal terpenting dari desain tersebut.</li> <li>- Warna hijau pada tulisan “kesulitan” memiliki makna ketenangan, karena warna hijau biasanya dipakai untuk menenangkan pikiran.</li> </ul>

*Signification:*

**Pertama**, elemen tipografi. Dalam poster tersebut terdapat *headline* “*dibalik kesulitan*” ditulis menggunakan jenis huruf *Serif* atau huruf berkait. Kemudian ada ayat Al-Qur’an yaitu surah Al-Insyirah: 5 yang dibuat estetik agar *point of interesnya* lebih terlihat. Dan kemudian pada *body teks* yang merupakan terjemahan dari Surah Al-Insyirah: 5 “*karena sesungguhnya*

*sesudah kesulitan ada kemudahan*” menggunakan huruf *Sans Serif*. Pesan yang ingin disampaikan dalam poster tersebut yaitu Allah memberitahukan hamba-Nya bahwa setiap kesulitan maka akan disusul dengan kemudahan jika seorang hamba tersebut bersabar, tekad yang kuat untuk keluar kesulitan yang ada dan bersyukur atas musibah yang Allah berikan.

Kehidupan manusia ibarat roda berputar, kadang di atas kadang di bawah, ada suka ada duka, kadang lapang kadang sempit. Begitulah kehidupan manusia. Namun perlu diingat dalam Surah At- Talaq: 7 “..*Allah tidak memikulkan beban kepada seseorang namun sekedar apa yang Allah berikan kepadanya. Allah akan memberikan kelapangan sesudah kesempitan*”. Demikian janji Allah dan Dia tidak pernah mengingkari janji-Nya.<sup>100</sup> Sabar dan tahan ujian disertai tawakal merupakan kunci keluarnya dari kesulitan karena Allah akan memberikan kemudahan dibalik kesulitan itu.

**Kedua**, elemen ilustrasi. Ilustrasi dalam poster tersebut terdapat sosok anime Sasuke yang sedang menggenggam tangan. Genggaman tangan tersebut mengindikasikan semangat dan tekad yang kuat. Ketika kita memiliki tekad yang kuat dan bersemangat untuk keluar dari kesulitan tersebut niscaya kita akan diberi kemudahan untuk keluar dari kesulitan tersebut. Allah memberikan kesulitan kepada hambanya untuk menguji seberapa sabar hamba tersebut menerima segala kesulitan yang Allah berikan dan ketika hamba tersebut sabar, mempunyai tekad yang kuat dan bersemangat untuk keluar dari kesulitan tersebut maka Allah akan memberikan kemudahan untuk keluar dari kesulitan.

**Ketiga**, elemen warna. Elemen warna pada *background* poster di atas menggunakan gradasi warna hitam, putih dan bertekstur. Warna hitam merupakan warna yang kuat, abadi, berkelas, dramatis dan maskulin.

---

<sup>100</sup> Abdullah bin Muhammad Alu Syaikh *Tafsir Ibnu Katsir*. (Jakarta: Pustaka Imam asy-syafi'i). Hal. 221.

Sedangkan warna putih melambangkan kesucian, bersih dan sederhana. Teksturnya yaitu tulisan Arab dan bayangan sosok Sasuke. Untuk warna pada tipografinya menggunakan warna putih untuk menonjolkan pesan utama yang disampaikan.

## 5. Poster Tentang Zakat Fitrah

Postingan pada 7 Mei 2021 tentang poster zakat fitrah ini merupakan postingan dengan jumlah *like* tersedikit yaitu 204 dan tidak ada komentar. Dalam poster ini mengandung pesan dakwah berupa ibadah yaitu perintah untuk berzakat.

Berikut analisis elemen-elemen desain komunikasi visual menggunakan analisis semiotika Ferdinand de Saussure :



Sumber:  
[https://www.instagram.com/p/COkQ4qBBPLE/?utm\\_medium=copy\\_link](https://www.instagram.com/p/COkQ4qBBPLE/?utm_medium=copy_link)

Elemen	Penanda ( <i>signifier</i> )	Petanda ( <i>signified</i> )
Tipografi	- Zakat fitrah - Rasulullah Shallallahu	- Tulisan “Zakat Fitrah” sebagai

	<p>'alaihi wa salam mewajibkan zakat fitrah dengan satu sho' kurma atau satu sho' gandum bagi setiap muslim yang merdeka maupun budak laki-laki maupun perempuan, anak kecil maupun dewasa. Zakat tersebut diperintahkan untuk dikeluarkan sebelum orang-orang keluar untuk melaksanakan shalat id.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- HR. Bukhari no. 1503 dan Muslim no. 984</li> </ul>	<p><i>headline</i>, dalam poster tersebut ingin menyampaikan pesan perintah menunaikan zakat fitrah.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Teks "Rasulullah Shallallahu 'alaihi wa salam mewajibkan zakat fitrah dengan satu sho' kurma..." merupakan hadis penjelas dari <i>headline</i> yaitu perintah untuk berzakat.</li> <li>- "HR. Bukhari no. 1503 dan Muslim no. 984" merupakan asal hadis tersebut berasal.</li> </ul>
Ilustrasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tiga karung</li> <li>- Bintang</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dalam poster diatas terdapat tiga karung dengan warna dan isi karung yang berbeda-beda. Karung berwarna kuning berisi beras dan dua karung dengan warna yang sama yaitu cokelat berisi kurma dan gandum. Beras, kurma dan gandum merupakan makanan yang bisa di gunakan untuk berzakat.</li> <li>- Bintang di langit memiliki makna cahaya.</li> </ul>
Warna	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Warna merah muda</li> <li>- Warna kuning</li> <li>- Warna cokelat</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Merah muda pada tulisan "zakat" memiliki makna cinta dan kasih sayang.</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Warna kuning pada tulisan “fitrah” seperti bercahaya untuk menonjolkan makna fitrah itu sendiri.</li> <li>- Warna coklat pada papan memiliki makna kekuatan.</li> </ul>
--	--	--

*Signification:*

**Pertama**, elemen tipografi. Pada elemen tipografi terdapat *headline* “*zakat fitrah*” yang menggunakan jenis huruf *Sans Serif* yang ditulis lebih besar dari *body teks*. Kemudian pada *body teks* terdapat sebuah hadis yang di riwayatkan oleh Bukhari no. 1503 dan Muslim no. 984 yang berbunyi “*Rasulullah Shallallahu ‘alaihi wa salam mewajibkan zakat fitrah dengan satu sho’ kurma atau satu sho’ gandum bagi setiap muslim yang merdeka maupun budak laki-laki maupun perempuan, anak kecil maupun dewasa. Zakat tersebut diperintahkan untuk dikeluarkan sebelum orang-orang keluar untuk melaksanakan shalat id*”.

Dalam surah al-Baqarah ayat 43 “*dan dirikanlah shalat, tunaikanlah zakat, dan rukulah bersama-sama orang yang ruku*” Allah swt memerintahkan hambanya untuk melaksanakan shalat, membayar zakat, dan rukulah bersama orang-orang ruku dari ummat Muhammad. Menegenai firman Allah “*tunaikanlah zakat*” diriwayatkan dari Hasan al-Bashri “*pembayaran zakat merupakan kewajiban, dimana amal ibadah tidak bermanfaat kecuali menunaikan zakat dan mengerjakan shalat.*<sup>101</sup>

Zakat merupakan harta yang wajib dikeluarkan dari harta yang dimiliki oleh setiap muslim atau badan usaha untuk diberikan kepada yang berhak yaitu fakir, miskin, gharimin, amil, riqab, ibn sabil, muallaf dan

---

<sup>101</sup> Abdullah bin Muhammad Alu Syaikh *Tafsir Ibnu Katsir*. (Jakarta: Pustaka Imam asy-syafi’i) Hal. 120.

musafir. Dalam hadis tersebut Rasulullah Saw. memerintahkan umatnya untuk berzakat, baik anak kecil maupun dewasa, budak laki-laki maupun perempuan dengan satu sho' kurma atau gandum dan dikeluarkan dimulai dari awal Ramadhan sampai sebelum shalat Idul Fitri. Namun karena di Indonesia tidak ada kurma atau gandum maka menggunakan beras atau uang. Besaran zakat yang dikeluarkan berupa beras yaitu 2,5 kg atau 3,5 liter beras atau ketika menggunakan uang sebesar harga beras pada saat zakat dikeluarkan. Tujuan dari zakat fitrah itu sendiri yaitu untuk membersihkan diri atau menyucikan jiwa.

Untuk pengelolaan zakat pemerintah membentuk Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) yang bertugas mengelola zakat secara Nasional. BAZNAS merupakan lembaga pemerintahan nonstruktural yang bertanggung jawab kepada Presiden melalui Menteri. selain menerima zakat, BAZNAS juga dapat menerima infak, sedekah, dan dana sosial keagamaan lainnya. Pendistribusiannya sesuai syariat islam dan dilakukan sesuai dengan peruntukan yang diikrarkan pemberi. Zakat boleh didayagunakan untuk usaha produktif dalam penanganan fakir miskin dan peningkatankualitas umat.<sup>102</sup>

**Kedua**, elemen ilustrasi. Dalam poster diatas terdapat tiga karung dengan warna dan isi karung yang berbeda-beda. Karung berwarna kuning berisi beras dan dua karung dengan warna yang sama yaitu cokelat berisi kurma dan gandum. Beras, kurma dan gandum merupakan makanan yang bisa di gunakan untuk berzakat. Kemudian ilustrasi bintang sebagai cahaya yang menyinari manusia.

**Ketiga**, elemen warna. Merah muda pada tulisan “zakat” memiliki makna cinta dan kasih sayang. Kasih sayang yang dimaksud yaitu ketika kita mengeluarkan zakat dan diberikan kepada orang yang membutuhkan maka mereka akan bahagia dan senang itu merupakan bentuk kasih sayang orang

---

<sup>102</sup> A. Muchammad Fahham, “Paradigma Baru Pengelolaan Zakat Di Indonesia” Vol. 3 No.19/1P3DI/Oktober/2021.

yang mengeluarkan zakat kepada penerima zakat. Warna kuning pada tulisan “*fitrah*” melambangkan cahaya. Pada tulisan zakat fitrah ada penbahan efek *drop shadow* dan *outer glow* yang membuat tulisan itu bercahaya. Untuk *backgroundnya* menggunakan warna gelap dan motif bintang-bintang.

## 6. Poster Tentang Sunah Nabi Yang Dilakukan Pada Hari Raya Idul Fitri

Postingan pada 12 Mei 2021 tentang kesunahan pada hari raya idul fitri ini mendapat 911 *like* dan merupakan *like* terbanyak pada bulan Mei 2021. Dalam poster ini mengandung pesan dakwah berupa ibadah yaitu sunnah-sunnah Nabi yang bisa dilakukan pada hari raya Idul Fitri.

Berikut analisis elemen-elemen desain komunikasi visual menggunakan analisis semiotika Ferdinand de Saussure :



**3/7**

**Berhias Diri dan Memakai Pakaian Terbaik**

Dari Jabir radhiyallahu 'anhu, ia berkata, "Nabi shallallahu 'alaihi wa sallam memiliki jubah khusus yang beliau gunakan untuk Idul Fithri dan Idul Adha, juga untuk digunakan pada hari Jum'at."

(HR. Ibnu Khuzaimah dalam kitab shahihnya, 1765)

Diriwayatkan pula dari Al-Baihaqi dengan sanad yang shahih bahwa Ibnu 'Umar radhiyallahu 'anhuma biasa memakai pakaian terbaik di hari 'ied.

**4/7**

**Makan Sebelum Shalat Idul Fithri**

Dari 'Abdullah bin Buraidah, dari ayahnya, ia berkata, "Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam biasa berangkat shalat 'ied pada hari Idul Fithri dan sebelumnya beliau makan terlebih dahulu. Sedangkan pada hari Idul Adha, beliau tidak makan lebih dulu kecuali setelah pulang dari shalat 'ied baru beliau menyantap hasil qurbannya."

(HR. Ahmad 5 : 352. Syaikh Syu'ab Al-Arna'uth mengatakan bahwa hadits ini hasan)

**5/7**

**Bertakbir dari Rumah Menuju Tempat Shalat**

Dalam suatu riwayat disebutkan, "Nabi shallallahu 'alaihi wa sallam biasa keluar hendak shalat pada hari raya Idul Fithri sambil bertakbir sampai di lapangan dan sampai shalat hendak dilaksanakan. Ketika shalat hendak dilaksanakan, beliau berhenti dari bertakbir."

(Dikeluarkan oleh Ibnu Abi Syaibah dalam Al-Mushanna' 2/172. Hadits ini mursal dari Az-Zuhri namun memiliki penguat yang sanadnya berambung. Lihat Silsilah Al-Ahadits Ash-Shahihah, no. 171. Syaikh Al-Albani mengatakan bahwa riwayat ini shahih)

**6/7**

**Saling Mengucapkan Selamat (At-Tahmiah)**

Dari Jubair bin Nufair, ia berkata bahwa jika para sahabat Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam berjumpa dengan hari 'ied (Idul Fithri atau Idul Adha), satu sama lain saling mengucapkan, "Ta'abbalallahu minna wa minka (Semoga Allah menerima amalku dan amal kalian)." Al-Hafizh Ibnu Hajar mengatakan bahwa sanad hadits ini hasan.

(Fath Al-Bari, 2: 446)

**7/7**

**Melewati Jalan Pergi dan Pulang yang Berbeda**

Dari Jabir radhiyallahu 'anhu, ia berkata, "Dari Jabir radhiyallahu 'anhu, ia berkata bahwa Nabi shallallahu 'alaihi wa sallam ketika berada di hari 'ied (ingin pergi ke tempat shalat), beliau membedakan jalan antara pergi dan pulang."

(HR. Bukhari, no. 986)

Sumber:

[https://www.instagram.com/p/COxamathsDC/?utm\\_medium=copy\\_link](https://www.instagram.com/p/COxamathsDC/?utm_medium=copy_link)

Elemen	Penanda ( <i>signifier</i> )	Petanda ( <i>signified</i> )
Tipografi	- 6 sunah Nabi - Di hari idul fitri	- "6 sunah Nabi" merupakan <i>headline</i>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Disunahkan mandi sebelum shalat idul fitri</li> <li>- Dari Abu Thalib radhiyallahu anha....</li> </ul>	<p>yang menyampaikan pesan tentang sunah yang dilakukan Nabi Muhammad saw.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- “Di hari idul fitri” merupakan <i>tagline</i>.</li> <li>- “Disunahkan mandi sebelum shalat idul fitri” merupakan <i>subheadline</i> yang menyampaikan salah satu sunah Nabi pada hari raya Idul Fitri yaitu mandi sebelum berangkat shalat Ied.</li> <li>- “Dari Abu Thalib radhiyallahu anha....” merupakan <i>body teks</i> kutipan asal pesan tersebut diambil.</li> </ul>
Ilustrasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sosok anime Uchiha Sasuke memakai jubah, baju muslim, sarung dan peci yang sedang memegang tasbih.</li> <li>- Ketupat</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menandakan sosok yang religius.</li> <li>- Ketupat identik dengan makanan yang dihidangkan ketika hari raya idul fitri.</li> </ul>
Warna	Warna utama pada <i>background</i> yaitu biru muda bertekstur dengan ilustrasi beberapa kubah masjid.	Warna biru muda memiliki makna ketenangan, ketentraman dan merupakan objek alam dari langit.

*Signification :*

**Pertama**, elemen tipografi. Dalam poster di atas terdapat beberapa *slide* yang isi pesannya saling berhubungan yaitu membahas tentang kesunnahan yang di lakukan Nabi Muhammad pada saat hari raya Idul Fitri. Untuk *headlinenya* “6 sunnah Nabi”, “di hari idul fitri” sebagai *tagline*, “Disunahkan mandi sebelum shalat idul fitri” merupakan *subheadline*.

Ketiganya ditulis menggunakan jenis huruf *Decorative*. Jenis tulisan ini hanya cocok di gunakan untuk tulisan yang pendek. Dan untuk *body teksnya* menggunakan jenis huruf *Sans Serif*. Huruf *Sans Serif* cocok digunakan untuk bagian *body teks* karena jenis huruf ini mudah dibaca.

Poster di atas ingin menyampaikan pesan mengenai sunnah yang biasa dilakukan Nabi Muhammad saw. Ketika hari raya Idul Fitri, diantaranya: 1). mandi sebelum berangkat shalat Idul Fitri. 2). berhias diri dan memakai pakaian terbaik, memakai pakaian terbaik bukan berarti harus baru dan mewah, tapi pakaian terbaik merupakan pakaian yang bisa menutupi aurat. 3). Makan sebelum shalat idul fitri, disunahkan makan sebelum berangkat shalat Idul Fitri sedangkan ketika berangkat shalat Idul Adha kita dianjurkan untuk tidak makan terlebih dahulu. 4). Bertakbir dari rumah menuju tempat shalat. Hal ini dilakukan supaya kita selalu ingat dengan Allah dan selalu bersyukur. 5). Saling mengucapkan selamat, hal ini untuk saling memberikan kebahagiaan untuk sesama yang sedang merayakan. 6). Melewati jalan pergi dan pulang yang berbeda, hal ini bukan berarti harus berputar mencari jalan yang jauh namun hikmahnya agar banyak jalan yang kita susuri menjadi saksi amal kita.

**Kedua**, elemen ilustrasi. Ilustrasi utama pada poster diatas yaitu sosok anime Uchiha Sasuke memakai jubah, baju muslim, sarung dan peci yang sedang memegang tasbih yang menandakan sosok tersebut religius.

**Ketiga**, elemen warna. Warna utama pada *background* yaitu warna biru bertekstur dengan beberapa gambar kubah masjid. Warna biru muda memiliki makna ketenangan, ketentraman dan merupakan objek alam dari langit. Kaitannya dengan poster tersebut yaitu ketika hari raya Idul Fitri kita merasakan suasana yang tenang, tentram dan damai setelah kita bermaaf-maafan.

## 7. Poster Tentang Perang

Postingan pada 12 Juni 2021 tentang perang mendapat *like* terbanyak pada bulan ini yaitu 783 *like* dan 31 komentar.

Berikut analisis elemen-elemen desain komunikasi visual menggunakan analisis semiotika Ferdinand de Saussure :



Sumber:

[https://www.instagram.com/p/CQBWbmkBfjE/?utm\\_medium=copy\\_link](https://www.instagram.com/p/CQBWbmkBfjE/?utm_medium=copy_link)

Elemen	Penanda ( <i>signifier</i> )	Petanda ( <i>signified</i> )
Tipografi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Perang !!</li> <li>- Hai Nabi, perangilah orang-orang kafir dan orang-orang munafik dan bersikap keraslah terhadap mereka. Tempat mereka adalah jahanam dan itu adalah seburuk-buruknya tempat kembali.</li> <li>- Qs. At- Tahrim: 9</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tanda “!!” merupakan tanda perintah untuk melakukan sesuatu, dalam hal ini berperang.</li> <li>- “Hai Nabi, perangilah orang-orang kafir dan orang-orang munafik.....” merupakan penjelas dari <i>headline</i> yaitu perintah berperang.</li> <li>- “Qs. At-Tahrim: 9” merupakan asal dari mana terjemahan ayat tersebut dikutip.</li> </ul>

Ilustrasi	Tiga anime (Naruto Uzumaki, Ishiki Otsutsuki, Uchiha Sazuke) sedang memegang senjata	Menandakan sedang berperang.
Warna	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Warna coklat pada <i>background</i></li> <li>- Warna kuning (Naruto Uzumaki)</li> <li>- Warna putih (Ishiki Otsutsuki)</li> <li>- Warna hitam (Uchiha Sasuke)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Warna coklat pada <i>background</i> memiliki makna kekuatan, hal ini sesuai dengan tema yang diangkat yaitu berperang.</li> <li>- Tokoh anime Naruto Uzumaki memakai baju warna kuning memiliki makna semangat.</li> <li>- Warna putih pada baju Ishiki Otsutsuki melambangkan kesederhanaan.</li> <li>- Warna hitam pada baju Uchiha Sasuke melambangkan kekuatan.</li> </ul>

*Signification:*

**Pertama**, elemen tipografi. Tulisan “*perang!!*” pada *headline* menggunakan jenis *font Sans Serif* dengan penambahan efek *Drop Shadow* dan untuk *body teksnya* menggunakan huruf *Sans Serif*. Dalam poster di atas merupakan perintah untuk berperang dengan diperkuat dengan tanda “!!” dan tulisan “*Hai Nabi, perangilah orang-orang kafir dan orang-orang munafik dan bersikap keraslah terhadap mereka. Tempat mereka adalah jahanam dan itu adalah seburuk-buruknya tempat kembali*”, ayat tersebut memerintahkan Nabi Muhammad untuk memerangi orang-orang kafir dan orang-orang munafik. Perang dalam islam merupakan usaha sungguh-sungguh untuk mempertahankan agama Allah di muka bumi.

Perang yang diperbolehkan dalam islam yaitu perang melawan orang-orang yang memusuhi umat islam, berbuat aniaya, mengingkari janji seperti yang dijelaskan pada Qs. al-Baqarah: 190-193, dan orang yang

membatalkan perjanjian harus diperangi karena pengkhianatannya. Diriwayatkan dalam kitab Shahih Muslim dari Buraidah Rasulullah saw. Bersabda “*berperanglah di jalan Allah. Perangilah orang-orang yang kafir kepada Allah. Berperanglah tetapi jangan berkhianat, jangan melanggar janji, jangan melakukan penyiksaan, jangan membunuh anak-anak dan jangan pula membunuh para penghuni rumah ibadah*”(HR. Muslim).<sup>103</sup>

Perang pada zaman ini bukan lagi mengangkat senjata tetapi perang teknologi. Penguasaan teknologi pada saat ini sangatlah penting, karena yang menang yang menguasai teknologi. Membangun kekuatan pertahanan harus menyesuaikan dengan perkembangan perang masa depan. Untuk sumber daya manusia harus ditingkatkan lagi demi menghadapi ancaman didunia digital yang bermacam-macam bentuknya, misalnya *electronic warfare, information warfare, cyber warfare, dan psycology warfare*.<sup>104</sup>

**Kedua**, elemen Ilustrasi. Dalam poster diatas terdapat 3 ilustrasi pada poster tersebut yaitu 3 anime Naruto, Ishiki, Sasuke, pedang dan tongkat. Seperti yang digambarkan dalam serial film Naruto, tokoh Naruto dan Sasuke berperang melawan tokoh jahat bernama Ishiki Otsutsuki. Kemudian ilustrasi yang terlihat pada poster diatas yaitu pedang dan tongkat. Pedang dan tongkat merupakan senjata yang biasa digunakan untuk berperang.

**Ketiga**, ilustrasi warna. Warna pada *background* yaitu warna coklat dan bertekstur. Pada background tersebut terlihat ada rumput dan warna coklat merupakan warna tanah. Tokoh anime Naruto Uzumaki memakai baju warna kuning memiliki makna semangat. Semangat yang dimaksud yaitu semangat memerangi tokoh jahat bernama Isshiki Otsutsuki. Ishiki mengenakan jas panjang berekor putih serta merah marun pada kerah. Warna

<sup>103</sup> Abdullah bin Muhammad Alu Syaikh *Tafsir Ibnu Katsir*. (Jakarta: Pustaka Imam asy-syafi'i). Hal. 365.

<sup>104</sup> Elly Sebastian, “Peningkatan Peranan SDM Pertahanan Nasional Guna Menghadapi Perang Generasi Keempat”, *Jurnal Pertahanan Vol. 5, No.1*. Hal. 116.

merah melambangkan keberanian. Isshiki mempunyai sifat jahat, tidak mengenal belas kasihan dan sombong. Warna hitam pada baju Uchiha Sasuke melambangkan kesan keren dan kekuatan yaitu seperti yang digambarkan dalam film Naruto. Sosok Sasuke merupakan pendendam dan mempunyai kekuatan yang besar, walaupun begitu dia pernah menjadi penolong dengan membebaskan Naruto pada perang dunia shinobi keempat.

## 8. Poster Tentang Kurban

Postingan pada 28 Juni 2021 tentang kurban mendapat jumlah *like* tersedikit pada bulan Juni yaitu 201 *like*. Dalam poster ini terdapat pesan dakwah syariah ruang lingkupnya ibadah yaitu tentang di syariatkannya berkorban.

Berikut analisis elemen-elemen desain komunikasi visual menggunakan analisis semiotika Ferdinand de Saussure :



Sumber:

[https://www.instagram.com/p/CQqgeeGBu0t/?utm\\_medium=copy\\_link](https://www.instagram.com/p/CQqgeeGBu0t/?utm_medium=copy_link)

Elemen	Penanda ( <i>signifier</i> )	Petanda ( <i>signified</i> )
Tipografi	- Kamu kurban apa tahun ini ?	- “Kamu kurban apa tahun ini ?”

	<p>- Unta? Sapi? Kambing? Domba? Atau kurban perasaan?</p> <p>- Dan tiap-tiap muslim telah kami syariatkan penyembelihan (kurban), supaya mereka menyebut nama Allah terhadap binatang ternak yang telah di rezekikan Allah kepada mereka. Maka Tuhanmu ialah Tuhan Yang Maha Esa, karena itu berserah dirilah kamu kepada-Nya. Dan berilah kabar gembira kepada orang-orang yang tunduk patuh (kepada Allah)</p> <p>- Qs. Al-Hajj: 34.</p>	<p>merupakan kalimat tanya yang di gunakan sebagai <i>headline</i>.</p> <p>- “Unta? Sapi? Kambing? Domba? Atau kurban perasaan?” merupakan <i>subheadline</i> yang berupa pertanyaan lanjutan dari <i>headline</i>.</p> <p>- “Dan tiap-tiap muslim telah kami syariatkan penyembelihan (kurban), supaya mereka menyebut nama Allah terhadap binatang ternak yang telah di rezekikan Allah kepada mereka. Maka Tuhanmu ialah Tuhan Yang Maha Esa” merupakan ayat Al-Qur’an yang memerintahkan untuk berkorban.</p> <p>- “Qs. Al-Hajj: 34” merupakan ayat yang memerintahkan untuk berkorban.</p>
Ilustrasi	- Binatang kambing, domba dan sapi.	- Kambing domba dan sapi merupakan hewan yang biasa untuk berkorban
Warna	Warna dasar hijau pada latar.	Warna hijau merupakan

		representasi dari objek alam yaitu tanaman.
--	--	---

*Signification :*

**Pertama**, elemen tipografi. Untuk penulisan *headline* dan *tagline* menggunakan jenis huruf *Monospace* sedangkan *sub-headline* ditulis menggunakan jenis tulisan *Sans Serif*. Dalam ayat diatas Allah memerintahkan untuk berkorban sebagai bentuk rasa syukur dan berserah diri kepada Allah swt. Sebagaimana Nabi Ibrahim merelakan Nabi Ismail untuk di sembelih demi menjalankan perintah Allah. Ibadah qurban merupakan usaha pendekatan diri kepada penciptanya dengan jalan menyembelih binatang yang halal dan dilaksanakan sesuai tuntunan ajaran agama islam. Allah swt. dalam surah al-Kautsar ayat 1-2 berfirman “*sesungguhnya kami telah memberikan kepadamu nikmat yang banyak. Maka dirikanlah sholat karena Tuhanmu dan berkorbanlah*”. Maksud ayat tersebut yaitu ketika kita mendirikan shalat atau ibadah harus ikhlas karena Rabb-Nya dan berkorban dengan menyebut nama-Nya dan semata-mata hanya untuk-Nya.<sup>105</sup>

Waktu penyembelihan hewan kurban yaitu setelah shalat Idul Adha seperti yang dijelaskan dalam kitab shahih albukhari, bab *sunnah al-udhiyah* hadis no. 5546 “*telah bercerita musaddah, telah bercerita Ismail dari Ayyub dari Muhammad, dari Annas bin Malik, ia berkata bahwa Nabi saw bersabda: “barang siapa yang menyembelih kurban sebelum shalat Idul Adha maka berarti menyembelih untuk dirinya sendiri. Dan barangsiapa yang menyembelih setelah shalat Idul Adha maka ia telah menyempurnakan manasiknya dan ia telah melakukan sunnah kaum muslimin.*<sup>106</sup>

**Kedua**, elemen ilustrasi. Ilustrasi utamanya yaitu terdapat tiga binatang kambing, domba dan sapi yang sedang memakan rumput. Tiga

<sup>105</sup> Abdullah bin Muhammad Alu Syaikh, *Tafsir Ibnu Katsir*. (Jakarta: Pustaka Imam asy-Asyafi'i). Hal. 557.

<sup>106</sup> Muhammad ibn Ismail, *Shahih al-Bukhari*. Hal. 1038

hewan tersebut merupakan hewan yang biasa digunakan untuk berkorban. Namun hewan yang akan dijadikan untuk berkorban harus memenuhi persyaratan diantaranya mengenai umur hewan kurban tersebut. Untuk umur kambing di atas dua tahun, domba diatas umur satu tahun, sapi diatas dua tahun dan unta diatas lima tahun. Kemudian untuk latar belakang dari poster itu tersendiri terdapat ilustrasi berupa pegunungan, pepohonan dan rumah. Maksud dari ilustrasi tersebut yaitu untuk menghidupkan poster tersebut seakan-akan nyata.

**Ketiga**, elemen warna. Penggunaan warna dasar hijau pada latar menandakan tempat tersebut tumbuh rerumputan hijau dan warna hijau menandakan kesejukan dan kesuburan.

#### 9. Poster Tentang Dunia Hanyalah Permainan

Postingan pada 17 Juli 2021 ini mendapat *like* tersedikit yaitu 425 *like* dan 1 komentar. Dalam poster ini terkandung pesan dakwah berupa syari'ah yaitu

Berikut analisis elemen-elemen desain komunikasi visual menggunakan analisis semiotika Ferdinand de Saussure :



Sumber: <a href="https://www.instagram.com/p/CRbZrK2hw-3/?utm_medium=copy_link">https://www.instagram.com/p/CRbZrK2hw-3/?utm_medium=copy_link</a>		
Elemen	Penanda ( <i>Signifier</i> )	Petanda ( <i>Signified</i> )
Tipografi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dunia hanyalah permainan</li> <li>- Dan tiadalah kehidupan dunia ini, selain dari main-main dan senda gurau belaka. Dan sungguh kampung akhirat itu lebih baik bagi orang-orang yang bertakwa. Maka tidakkah memahaminya?</li> <li>- Qs. Al- An'am: 32</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- “dunia hanyalah permainan” merupakan <i>headline</i> yang memberitahukan bahwa kehidupan di dunia hanyalah permainan belaka.</li> <li>- Terjemahan ayat tersebut sebagai penjelas dari <i>headline</i>.</li> <li>- “Qs. Al- An'am: 32” Kutipan dimana terjemahan ayat tersebut berasal.</li> </ul>
Ilustrasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sosok anime Uchiha Itachi yang sedang mengoperasikan komputer.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sosok anime Uchiha Itachi yang sedang mengoperasikan komputer ini seperti sedang bermain game. Hal ini sinkron dengan <i>headline</i> “<i>dunia hanyalah permainan</i>” yang biasanya ketika bermain game terkadang lupa akan ibadah, padahal kehidupan di dunia hanya sementara dan kesenangan di dunia hanya palsu belaka. Manusia di perintahkan untuk ibadah dan mencari bekal untuk kehidupan di akhirat supaya selamat dari azab di neraka.</li> </ul>
Warna	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Warna ungu pada <i>background</i></li> <li>- Warna hitam</li> <li>- Warna Putih</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Warna ungu pada <i>background</i> memiliki kesan spiritual, misterius dan mistis.</li> <li>- Warna hitam biasanya dipakai untuk teknologi karena mempunyai kesan wibawa, kekuatan dan</li> </ul>

		kecanggihan. - Warna putih pada tulisan menandakan kesucian dan kebersihan.
--	--	--

*Signification:*

**Pertama**, elemen tipografi. Dalam poster tersebut terdapat *headline* “*dunia hanya permainan*” di tulis menggunakan *font Sans Serif* dan ditulis lebih besar dari *body teks* untuk menonjolkan maksud utama pesan. Untuk *body teksnya* ditulis dengan jenis huruf yang sama yang memiliki sifat sederhana, kurang formal dan akrab. Kelebihan dari huruf ini yang teksnya mudah dibaca sehingga mempengaruhi *legibility* atau tingkat keterbacaan poster tersebut.

Poster diatas ingin menyampaikan pesan bahwa gambaran kehidupan dunia yang hanyalah permainan dan sendau gurau. Sementara yang kekal adalah kehidupan di akhirat. Seperti gambaran orang yang bermain *game* mereka akan merasa puas ketika sedang bermain, mereka akan lalai terhadap waktu, setelah itu akan menyesal karena telah membuang-buang waktu dengan melakukan hal yang tidak bermanfaat. Orang-orang yang mengejar kesenangan dunia ibarat orang-orang yang berada dalam sebuah permainan yang melalaikan, permainan itu bisa tiba-tiba berakhir dan menyisakan penyesalan dikemudian hari. Di dunia ini kita hanya singgah maka seharusnya kita memanfaatkan waktu yang ada di dunia ini sebaik mungkin untuk beribadah jangan sampai lalai terhadap kewajiban kita sebagai umat muslim.

**Kedua**, elemen ilustrasi. Anime Uchiha Itachi sedang menghadap komputer dan memegang *mouse*. Dalam ilustrasi tersebut menggambarkan bahwa sedang bermain game. Kaitannya dengan tema yang diangkat yaitu ketika kita bermain game kita akan lalai terhadap tugas dan kewajiban karena terlalu asik. Waktu kita di dunia hanya

sedikit. Di dunia ini kita hanya singgah dan kehidupan yang kekal adalah kehidupan diakhirat. Maka dari itu kita sebagai umat manusia harus memanfaatkan waktu yang ada untuk beribadah, mencari bekal untuk kehidupan di akhirat dan meninggalkan hal-hal yang tidak ada faedahnya misanya bermain game.

**Ketiga**, elemen warna. Warna putih pada tulisan menandakan kesucian dan kebersihan. Untuk latarnya menggunakan warna latar ungu bertekstur dengan bayangan dari ilustrasi objek utama tokoh Uchiha Itachi. Warna ungu pada *background* memiliki kesan spiritual, misterius dan mistis. Kaitannya dengan tema yang diangkat yaitu sebagai manusia membutuhkan spiritualitas untuk mendekati diri dan menjalin hubungan baik dengan Allah supaya dapat meninggalkan hal-hal melalaikan di dunia ini.

#### 10. Poster Tentang Kucing Tidak Najis

Poster tentang kucing tidak najis diposting pada 31 Juli 2021 dan mendapat *like* terbanyak pada bulan ini yaitu 603 *like* dan terdapat 6 komentar.

Berikut analisis elemen-elemen desain komunikasi visual menggunakan analisis semiotika Ferdinand de Saussure :



Sumber:

[https://www.instagram.com/p/CR\\_dShWBvtq/?utm\\_medium=copy\\_1ink](https://www.instagram.com/p/CR_dShWBvtq/?utm_medium=copy_1ink)

Elemen	Penanda ( <i>signifier</i> )	Petanda ( <i>signified</i> )
Tipografi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kucing tidak najis</li> <li>- Kucing tidaklah najis. Sesungguhnya kucing merupakan hewan yang sering kita jumpai dan berada di sekeliling kita.</li> <li>- HR. Abu Daud no. 75, Tirmidzi no.92, An-Nasai no. 68, dan Ibnu Majah no. 367. Al Hafizh Abu Thohir mengatakan bahwa sanad hadits ini shahih.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tulisan “Kucing tidak najis” merupakan <i>headline</i>. Dalam <i>headline</i> tersebut ingin memberitahukan bahwa kucing tidaklah najis.</li> <li>- Tulisan “Kucing tidaklah najis. Sesungguhnya kucing merupakan hewan yang sering kita jumpai dan berada di sekeliling kita” merupakan penjelas dari <i>headline</i> yang menerangkan bahwa kucing tidak najis.</li> <li>- “HR. Abu Daud no. 75, Tirmidzi no.92, An-Nasai no. 68, dan Ibnu</li> </ul>

		Majah no. 367. Al Hafizh Abu Thohir mengatakan bahwa sanad hadits ini shahih” merupakan kutipan asal hadis tersebut.
Ilustrasi	Lima ekor kucing disekeliling sosok anime Uchiha Itachi yang sedang duduk.	Lima ekor kucing disekeliling sosok anime Uchiha Itachi menandakan Uchiha Itachi disukai oleh banyak kucing.
Warna	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Background</i> menggunakan warna dasar hijau gelap.</li> <li>- Warna biru tua pada baju anime Uchiha Itachi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Warna hijau memiliki citra positif yaitu alami, sehat, rileks dan pertumbuhan.</li> <li>- Warna biru pada tokoh Uchiha Itachi membuat sosok tersebut terlihat tenang dan berwibawa.</li> </ul>

*Signification:*

**Pertama**, elemen tipografi. Pada poster tersebut terdapat headline “*kucing tidak najis*” ditulis menggunakan font *Monospace* dengan efek *drop shadow*. Untuk *body teks* menggunakan jenis huruf *Sans Serif*. Maksud *headline* tersebut yaitu memberitahukan bahwa kucing tidak najis kemudian di perkuat dengan hadis yang di riwayatkan oleh Abu Daud no. 75, Tirmidzi no.92, An-Nasai no. 68, dan Ibnu Majah no. 367. Al Hafizh Abu Thohir yang berbunyi “*Kucing tidaklah najis. Sesungguhnya kucing merupakan hewan yang sering kita jumpai dan berada di sekeliling kita*”.

Dalam hadis di atas memberi tahukan bahwa kucing bukanlah hewan yang najis. Kucing merupakan hewan yang istimewa dan merupakan hewan kesayangan Rasulullah saw. Salah satu kucing yang

dimiliki oleh Nabi Muhammmad saw diberi nama Mueza. Kucing tersebut memiliki keunikan yaitu ketika mendengar adzan selalu mengeong dan seolah-olah suaranya terdengar seperti sedang adzan.<sup>107</sup> Rasulullah sangat memuliakan dan menyayangi kucing. Dalam sebuah riwayat disebutkan bahwa Rasulullah pernah memotong lengan jubahnya yang sedang ditiduri oleh kucing kesayangannya agar kucing tersebut tidak bangun. Kemudian dalam penjelasan lain Rasulullah pernah berwudhu menggunakan air sisa minum kucing. Dalam riwayat tersebut dijelaskan bahwa air tersebut sah untuk berwudhu. Namun untuk kotoran dan kencing kucing hukumnya najis.<sup>108</sup>

**Kedua**, elemen ilustrasi. Pada poster tersebut terdapat elemen ilustrasi yaitu anime Uchiha Itachi yang di kelilingi lima kucing menandakan anime Uchiha Itachi sangat menyayangi kucing maka dari itu banyak kucing yang mendekat. Dalam serial Naruto Shippuden tokoh Uchiha Itachi digambarkan sebagai tokoh yang penyayang, sopan dan santun.

**Ketiga**, elemen warna. Warna kuning pada tulisan “*kucing*” menandakan keakraban, semangat dan ceria. Seperti yang terlihat dalam poster di atas kucing tersebut terlihat sangat akrab dengan sosok Uchiha Itachi. Kemudian tulisan “*tidak najis*” menggunakan warna putih yang memiliki makna suci seperti tema yang dibahas bahwa kucing bukan binatang yang najis. Kemudian untuk warna latarnya menggunakan warna hijau yang dikombinasikan warna putih sehingga menghasilkan warna *tint* (warna pucat).

---

<sup>107</sup> Andi Alda Khairul Ummah. Keistimewaan Kucing: Kajian Tematik Hadis, Tahdis Vol 9 No 1 Tahun 2018, Hal.91.

<sup>108</sup> Andi Alda Khairul Ummah. Keistimewaan Kucing: Kajian Tematik Hadis, Tahdis Vol 9 No 1 Tahun 2018. hal.98.

### C. Hasil Analisis Makna Desain Komunikasi Visual Pada Akun Instagram @arielsyafrin

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada poster digital di akun Instagram @arielsyafrin, diperoleh hasil bahwa setiap elemen pembentuk desain poster memiliki makna sendiri-sendiri.

**Tabel 4.1**  
Elemen desain pada akun Instagram @arielsyafrin

Elemen	Jenis
Tipografi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sans Serif</li> <li>- Serif</li> <li>- Script</li> </ul>
Ilustrasi	Menggunakan tokoh animasi dalam film Naruto, diantaranya: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Naruto Uzumaki,</li> <li>- Uchiha Sasuke,</li> <li>- Itachi Uchiha</li> <li>- Isshiki Outsutsuki</li> </ul>
Warna	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Merah</li> <li>- Biru</li> <li>- Kuning</li> <li>- Hitam</li> <li>- Putih</li> <li>- Hijau</li> <li>- Ungu</li> <li>- Cokelat</li> </ul>

Salah satu keberhasilan pembuatan karya desain komunikasi visual yaitu pemilihan huruf. Penggunaan huruf dan susunannya akan mempengaruhi keterbacaan atau tidaknya suatu teks. Untuk penggunaan font pada *headline* menggunakan jenis font yang berbeda-beda. Ada yang menggunakan huruf *Script*, *Serif* dan *Sans Serif*. Huruf *Script* merupakan huruf yang saling terkait seperti tulisan tangan. Sifatnya anggun, tradisional, informal dan pribadi. Untuk kekurangan huruf ini yaitu sulit dibaca dan untuk tulisan yang banyak kurang cocok menggunakan jenis font ini. Huruf *Serif* merupakan huruf yang memiliki

kait atau *hook* pada ujungnya, memiliki sifat mewah, elegan, formal anggun dan intelektual. Kelebihan huruf ini mudah dibaca. Dan untuk huruf *Sans Serif* merupakan huruf yang ujungnya tumpul atau tajam dan tidak memiliki kait atau *hook* hanya batang dan tangkainya saja. Sifat huruf ini kurang formal, sederhana dan akrab. Penggunaan huruf *Sans Serif* pada *tagline* dan *body teks* memunculkan kesan keakraban dan dapat dimaknai memberikan kenyamanan pada pembaca poster. Ukuran huruf yang digunakan pada *headline* ditulis lebih besar dari pada *body teks*. Tujuannya yaitu untuk untuk menonjolkan teks yang paling penting.

Untuk desain ilustrasi admin dari akun @arielsyafrin hampir secara keseluruhan menggunakan desain karakter dari film Naruto. Dari postingan yang sudah dianalisis hanya tiga postingan yang tidak menggunakan desain dari tokoh Film Naruto. Selain itu menggunakan desain tokoh Film Naruto, ada Naruto Uzumaki, Uchiha Sasuke, Itachi Uchiha, dan Isshiki Outsutsuki dengan karakter yang berbeda-beda. Naruto Uzumaki memiliki sifat penyabar, pemaaf, tidak suka mengeluh adil dan jujur. Uchiha Sasuke memiliki sifat kalem, kejam dan sombong. Uchiha Itachi digambarkan sebagai tokoh yang penyayang, sopan dan santun. Isshiki Outsutsuki memiliki sifat mempunyai sifat jahat, tidak mengenal belas kasihan dan sombong. Desain ilustrasi untuk poster sesuai dengan informasi yang disampaikan pada poster tersebut.

Pemilihan warna pada desain @arielsyafrin menggunakan warna-warna lembut dan gelap. Warna gelap menciptakan kesan estetik dan elegan sedangkan warna lembut merupakan warna yang tidak mencolok dan memiliki kesan cerah dan enak untuk dilihat. Pemberian warna pada ilustrasi menggunakan warna yang lebih kuat untuk menonjolkan objek utamanya. Penggunaan warna selain untuk menarik perhatian, warna juga berperan untuk meningkatkan makna pesan yang disampaikan. Penggunaan warna yang tepat akan menciptakan kenyamanan dan membuat teks lebih berbicara.

Penggunaan warna pada *background* menggunakan percampuran warna asli dengan warna putih sehingga warna yang dihasilkan tidak terlalu kuat atau hasil warnanya menjadi muda. Sedangkan penggunaan warna antara warna teks pada *headline* dengan warna pada *tagline* dan *body teks* menggunakan warna yang berbeda. Untuk warna pada *headline* menggunakan warna-warna yang berlawanan dengan *background* sedangkan untuk warna *body teks* dan *tagline* menggunakan warna putih untuk menonjolkan isi pesan. Untuk penggunaan warna *background* yang ada teksnya dibuat warna yang kontras/ gelap terang. Tujuannya yaitu untuk menciptakan kemudahan membaca suatu huruf. Komposisi warna yang kontras dapat memberikan kesan dinamis, enerjik, bahagia, dramatis dan bergairah.

Dalam poster @arielsyafrin di bagian bawah poster menyertakan bermacam-macam logo. Logo-logo tersebut merupakan logo akun dakwah yang ada di media sosial Instagram.

*“Tujuan menyertakan logo tersebut merupakan bentuk terimakasih admin kepada setiap admin akun dakwah yang logonya disertakan karena sudah membantu belajar membuat desain dari yang awalnya masih acak-acakan sampai tersusun rapi seperti saat ini.”<sup>109</sup>*

---

<sup>109</sup> Wawancara Online Menggunakan Whatsapp Pada Tanggal 07 Oktober 2021 Pukul 17.47.



**Gambar 4.2**

Elemen pendukung dalam desain poster @arielsyafrin

Diurutkan dari yang paling kiri ada logo MUI atau media umat islam itu merupakan logo dari akun Instagram @arielsyafrin, kemudian logo @muslimdesignercommunity, @hijrahjourney, @dakwahkreatifcommunity, @istghfr.id dan @dakwahmillennials.id. Kemudian dibagian atas sebelah kiri juga terdapat tulisan “share yuk!!” itu merupakan kalimat persuasif untuk mengajak pemirsanya menyebarkan poster yang berisi pesan dakwah.

Selain kalimat persuasif dan logo, dalam poster tersebut juga terdapat garis. Dalam desain komunikasi visual pemaknaan garis tidak terikat pada aturan dan ketentuan tertentu. Garis adalah elemen visual bisa dijadikan fantasi visual agar pembaca terkesan dengan desain yang telah dibuat. Garis sering dipakai sebagai pembatas, *frame* atau sekedar pengisi bidang. Untuk garis pada poster tersebut tidak ada makna khusus untuk pemaknaan garis hanya dipakai sebagai *frame* pembatas biasa.<sup>110</sup>

<sup>110</sup> Wawancara Online Menggunakan Whatsapp Pada Tanggal 10 Oktober 2021 Pukul 09.58.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terhadap 10 poster dakwah digital pada akun Instagram @arielsyafrin pada periode Maret-Juli 2021 menggunakan analisis teori semiotika Ferdinand de Saussure maka penulis menarik kesimpulan bahwa dari elemen yang terdapat pada akun Instagram @arielsyafrin, antara elemen tipografi, ilustrasi, warna, tanda visual dan verbal saling berkaitan sehingga dapat memperoleh suatu makna. Tanda visual yang dimunculkan berupa gambar, warna maupun garis memiliki makna sesuai dengan konteks yang melatarbelakangi pesan yang ingin disampaikan dalam poster. Sedangkan tanda verbal yang muncul pada poster menginterpretasikan makna himbauan dan mengajak sesama muslim melakukan *amar ma'ruf nahi munkar* dengan sumber yang jelas yang dicantumkan dalam setiap poster. Kedua tanda verbal dan tanda visual tidak dapat berdiri sendiri, keduanya saling berkaitan satu dengan yang lainnya dan memiliki makna tersendiri terhadap pesan yang ingin disampaikan kepada khalayak dan didukung dengan ilustrasi yang menarik sehingga dapat membuat pesan tersampaikan dengan baik.

#### **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terdapat saran-saran untuk desainer dalam mendesain sebuah karya visual agar pesan yang disampaikan dapat diterima baik oleh masyarakat. Dalam mendesain karya visual seorang desainer harus memperhatikan elemen desain yaitu tatanan huruf/ tipografi, ilustrasi, dan warna. Tatanan huruf yang baik dalam sebuah desain penting sekali karena supaya pesan tersebut dapat tersampaikan dengan baik yaitu salah satunya dengan cara kemudahan membaca sebuah teks tersebut.

Selain itu dalam pembuatan ilustrasi juga tidak boleh sembarang. Ilustrasi yang di buat harus sesuai dengan pesan yang disampaikan. Penggunaan warna juga penting karena membentuk keindahan desain itu sendiri. Setiap warna memiliki unsur psikologis sendiri-sendiri. Pada intinya elemen-elemen tersebut harus saling berkesinambungan.



## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, Dadi. *Interaksi Simbolik: Suatu Pengantar*. Jurnal Mediator Vol.9 No.2 Edisi Desember, 2008.
- Al Kusani, Mida. *Analisis Konten Dakwah Remaja Dalam Akun Instagram @Hanan\_Attaki*. Skripsi. Purwokerto: IAIN Purwokerto, 2019.
- APJII, *Penetrasi & Profil Perilaku Pengguna Internet Indonesia* <https://apjii.or.id/survei2019-2020>, Diakses pada 05 Januari 2021.
- Arianti, Gusmia. *Kepuasan Remaja Terhadap Penggunaan Media Sosial Instagram Dan Path*. Jurnal Ilmu Komunikasi. Universitas Al Azhar Indonesia, 2017. <http://journal.moestopo.ac.id/index.php/wacana/article/view/21>
- Astari, Clara Sari dkk. *Komunikasi dan Media Sosial*. Jurnal sastra. Makassar: Fakultas Sastra, Universitas Muslim Indonesia, 2018. [https://www.researchgate.net/profile/Astari-Clara-Sari/publication/329998890\\_KOMUNIKASI\\_DAN\\_MEDIA\\_SOSIAL/link/s5caf3d83299bf12be3ab90d2/KOMUNIKASU-DAN-MEDIA-SOSIA.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Astari-Clara-Sari/publication/329998890_KOMUNIKASI_DAN_MEDIA_SOSIAL/link/s5caf3d83299bf12be3ab90d2/KOMUNIKASU-DAN-MEDIA-SOSIA.pdf)
- Azwar, Saifuddin. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998.
- Bin Muhammad Alu Syaikh, Abdullah. *Tafsir Ibnu Katsir*. Jakarta: Pustaka Imam Asy-Syafi'i, 2018.
- Cahyono, Anang Sugeng. *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia*. Jurnal Publiciana, 2016. <http://journal.unita.ac.id/index.php/publiciana/article/view/79>
- Cahyono, Guntur dan Hasani, Nibros. *Youtube: Seni Komunikasi Dakwah Dan Media Pembelajaran*. Jurnal Dakwah Vol.13 Nomor 1. Salatiga: IAIN Salatiga, 2019. <https://pdfs.semanticscholar.org/e695/33b91d22b4d52e80c199b3287787232db2bc.pdf>
- Fahham, A. Muchaddam, "Paradigma baru pengelolaan zakat di Indonesia" Jurnal Kesejahteraan Sosial 3, 2011.
- Fiske, John. *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Ke-3*. Jakarta: Rajawali Pers, 2016.

- Fitrah, Muh & Luthfiah. *Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas Dan Tindakan Kelas & Studi Kasus*. Sukabumi: Cv. Jejak, 2018.
- Ghony, M Junaidi. *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar Ruzz Media, 2012.
- Grasiaswaty, N., & Caninsty, R. *Tiga Konsep Kebersyukuran dalam Perspektif Al-Qur'an: Sebuah Literatur Review*, Jurnal Studi Al-Quran, 2021.
- Helaludin, Hengki Wijaya, *Analisis Data Kualitatif: Sebuah Tinjauan Teori &Praktik*. Makassar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2019.
- Hendratman, Hendi. *Computer Graphyc Design Edisi Revisi Ke – 3*. Bandung : Informatika Bandung, 2017.
- Herdiansyah, Haris. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Untuk Ilmu-ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika, 2014.
- Ikrar. *Karakteristik Karya Visual Komunitas Penahitam Makassar*. Skripsi. Makassar: UN Makassar, 2018.
- Ismayani. *Pesan Dakwah Dalam Film “Aku Dan Kamu” : Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure*. Skripsi. Makassar: UIN Alauddin, 2017.
- Istanto, Freddy H. *Gambar Sebagai Alat Komunikasi Visual*. Jurnal Nirmana Vol. 2, No. 1, Januari 2000: 23-35. Surabaya: Universitas Kristen Petra, 2000.  
<http://203.189.120.189/ejournal/index.php/dkv/article/view/16050>
- Kertamukti, Rama. *Instagram Dan Pembentukan Citra (Studi Kualitatif Komunikasi Visual dalam Pembentukan Personal Karakter Account Instagram @basukibtp)*. Jurnal Komunikasi Profetik. Vol. 08/No.01/April 2015. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2015.  
<http://ejournal.uin-suka.ac.id/isoshum/profetik/article/viewFile/1101/1014>
- Kusndi. *Dasar Desain Grafiis*. Tasikmalaya: Edu Publisher, 2018.
- Mahfud, Mokhammad dan Kertamukti, Rama. *Desain Komunikasi Dakwah Visual Animasi 2d Untuk Anak (Studi Deskriptif Kualitatif di SDN Monggang Pendowoharjo Sewon Bantul)*. Jurnal Komunikasi. Vol.09/N0.02/Oktober Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2016.  
<https://www.neliti.com/publications/224310/desain-komunikasi-dakwah-visual-animasi-2d-untuk-anak>

- Maunah, Fitriana. Konsep Desain Komunikasi Visual Rubrik Fashion Hijabella Edisi Januari 2015. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2015.
- Mudjiyanti, Bambang dan Nur Emilsyah. *Semiotika Dalam Penelitian Komunikasi*". *Jurnal Penelitian Komunikasi, Informatika Dan Media Masaa* Vol. 16 No.1 April 2013 ISSN:1411-0385, 2013.  
<http://journal.kominfo.go.id/index.php/pekommas/article/view/1160108>
- Napoleoncat.com. *Pengguna Instagram Indonesia Desember 2020*. Diakses pada 5 Januari 2021.
- Napoleoncat.com. *Stats Instagram Users In Indonesia 6, 2021*.  
<https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2021/06>
- Nimahmah, Nilnah. *Dakwah Komunikasi Visual*. Islamic Communication Journal, Vol. 01, No. 01. Semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo, 2016.
- Prasetyo, Budi Eko. Peran Ilustrasi Visual dalam Pembelajaran. *Majalah ilmiah Pembelajaran No.2 Vol. 2*. Jurnal Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta, 2006.  
<http://journal.uny.ac.id/index.php/mip/article/view/7127>
- Pujirianto, *Desain Grafis Komputer*. Yogyakarta: Andi, 2005.
- Rozana, Nadya Khennis. *Makna Karakter Desain Komunikasi Visual Website Nu Online Sebagai Media Dakwah*. Skripsi. Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2019.
- Sartini, Ni Wayan. *Tinjauan Teoritik Tentang Semiotik*. Jurnal Unair. Universitas Airlangga, 2011.
- Sayuti, Husein. *Pengantar Metodologi Riset*. Jakarta: Fajar Agung, 1989.
- Sebastian, Elly. *Peningkatan Peranan SDM Pertahanan Nasional Guna Menghadapi Perang Generasi Keempat*. Jurnal Perahanan dan bela negara 5, no. 1, 2018.
- Setiadi, Ahmad. *Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi*. Jurnal Humaniora 2016.  
<http://ejournal.bsi.ac.id/Ejournal/Index.Php/Cakrawala/Article/View/1283>

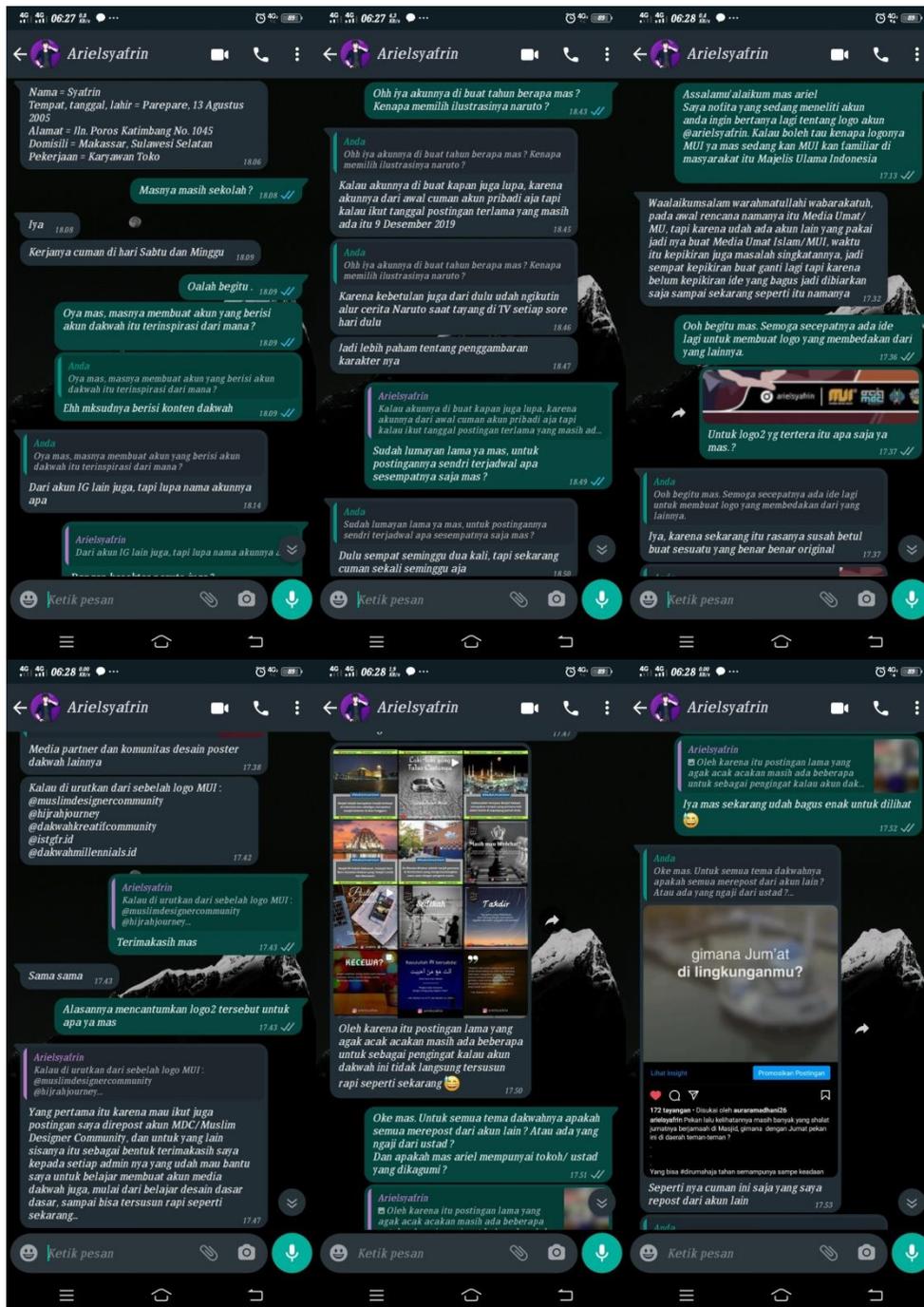
- Sidiq, Anwar. *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah (Study Akun @Fuadbakh.Skripsi.Lampung*: UIN Raden Intan Lampung, 2017.
- Sitompul, Anni Lamria, Dkk. *Analisis Poster Video Klip Lathi: Kajian Semiotik Ferdinand de Saussure*. Jurnal Desain Dan Budaya Vol.6 No. 1 Maret 2021. <http://ejournal.uigm.ac.id/index.php/Besaung/article/view/1339>
- Sobur, Alex, *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2017.
- Soderi. *Pesan Dakwah Visual Akun Instagram @Si\_Bedil (Analisis Semiotika Roland barthes)*. Skripsi. (Purwokerto: IAIN Purwokerto, 2021)
- Sriwitari, Ni Nyoman dan Widnyana, I Gusti Nyoman. *Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014.
- Sugesti, Delvia, “Mengulas Tolong Menolong Dala Perspektif Islam”. Pelita Bangsa Pelestari Pancasila 14, No. 2, 2019.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- Supriyono, Rakhmat. *Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2017.
- Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Skripsi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Purwokerto*. Purwokerto: STAIN PRESS, 2014.
- Tinarbuko, Sumbo. *Semiotika Analisis Tanda Pada Karya Desain Komunikasi Visual*, Jurnal NIRMANA Vol. 5, No. 1, Januari 2003: 31 – 47. <https://ojs.petra.ac.id/ojsnew/index.php/dkv/article/view/16093>
- Toybah, Nur Rizky. *Dakwah Komunikasi Visual Melalui Instagram Akun @Haditsku*. Jurnal Albiwar Jurnal Ilmu dan Teknik Dakwah .Vol. 04 No. 07, Edisi Januari-Juni 2016. <https://ojs.petra.ac.id/ojsnew/index.php/dkv/article/view/16040>
- Ummah, Andi Alda Khairul. “Keistimewaan Kucing: Kajian Tematik Hadis, Tahdis” Jurnal Kajian Ilmu Al-Hadis, Vol 9 No 1 Tahun 2018.
- Utami Hasri Habsari, Sinung. *Analisa Semiotika Komunikasi Visual Iklan Layanan Masyarakat Lingkungan Hidup*. Jurnal PPKM II (2016). <https://ojs.unsiq.ac.id/index.php/ppkm/article/view/344>

- Utari, Monica. *Pengaruh Media Sosial Instagram Akun @Princessyahrini Terhadap Gaya Hidup Hedonis Pada Followersnya*. Jurnal Ilmu Komunikasi Vol. 4 No.2. Pekanbaru: Universitas Riau, 2017.  
<https://www.neliti.com/publications/188875/pengaruh-media-sosial-instagram-akun-princessyahrini-terhadap-gaya-hidup-hedonis>
- Utomo, Bayu Budi. *Konsep Desain Komunikasi Visual Website Muslim.Or.Id Sebagai Media Dakwah*. Skripsi Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2014.
- Wahyuningsih, Sri. *Desain Komunikasi Visual*. Madura: UTM Press, 2015.
- Wibowo, Adi. *Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam Era Digital*. Jurnal Islam Nusantara VOL 03 No.02 Juli-Desember. Purworejo: STAI An- Nawawi Purworejo, 2019.  
<http://www.jurnalnu.com/index.php/as/article/view/141>
- Wijaya, Pricilia Yunita. *Tipografi Dalam Desain Komunikasi Visual*. Jurnal Desain Komunikasi Visual Universitas Kristen Petra.
- Yoan Azkiya, Monika. “Konsep Pengembangan Dan Pengelolaan Media Dakwah Visual Di Instagram Pondok Pesantren Darussalam” *Skripsi*. Purwokerto: IAIN Purwokerto, 2020.
- Yosiena, Duli Deslima. *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung*. Skripsi. Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018.
- Zamroni, Mohammad. *Desain Komunikasi Visual Journalism Online (Analisis Kualitatif Deskriptif Karakter Desain Komunikasi Visual Website suaramuslim.net)*. Skripsi. Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2019.

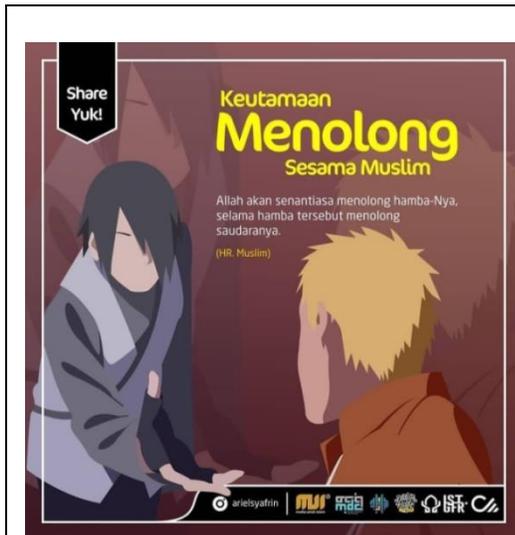
# LAMPIRAN



## Screenshoot Hasil Wawancara Online Dengan Informan Admin Akun Instagram @Arielsyafrin



## Gambar Postingan Yang Dianalisis



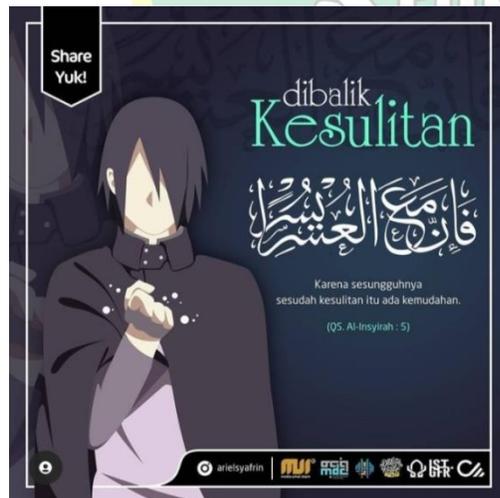
Sumber:

[https://www.instagram.com/p/CMW8deyhOld/?utm\\_medium=copy\\_link](https://www.instagram.com/p/CMW8deyhOld/?utm_medium=copy_link)



Sumber:

[https://www.instagram.com/p/CMHdSlhBvXu/?utm\\_medium=copy\\_link](https://www.instagram.com/p/CMHdSlhBvXu/?utm_medium=copy_link)



Sumber:

[https://www.instagram.com/p/CNfDW6fBL4O/?utm\\_medium=copy\\_li](https://www.instagram.com/p/CNfDW6fBL4O/?utm_medium=copy_li)



Sumber:

[https://www.instagram.com/p/CNNEKcLhtwK/?utm\\_medium=copy\\_link](https://www.instagram.com/p/CNNEKcLhtwK/?utm_medium=copy_link)



Sumber:

[https://www.instagram.com/p/CQBWbmkBfjE/?utm\\_medium=copy\\_link](https://www.instagram.com/p/CQBWbmkBfjE/?utm_medium=copy_link)



Sumber:

[https://www.instagram.com/p/COkQ4qBBPLE/?utm\\_medium=copy\\_link](https://www.instagram.com/p/COkQ4qBBPLE/?utm_medium=copy_link)



Sumber:

[https://www.instagram.com/p/CQqgeeGBu0t/?utm\\_medium=copy link](https://www.instagram.com/p/CQqgeeGBu0t/?utm_medium=copy link)



Sumber:

[https://www.instagram.com/p/CRbZrK2hw-3/?utm\\_medium=copy link](https://www.instagram.com/p/CRbZrK2hw-3/?utm_medium=copy link)

Share  
Yuk!

# 6 Sunnah Nabi di Hari Idul Fithri



2/7

## Disunnahkan Mandi Sebelum Berangkat Shalat Idul Fithri

Dari 'Ali bin Abi Thalib radhiyallahu 'anhu, seseorang pernah bertanya pada 'Ali mengenai mandi. 'Ali menjawab, "Mandilah setiap hari jika kamu mau." Orang tadi berkata, "Bukan. Maksudku, manakah mandi yang dianjurkan?" 'Ali menjawab, "Mandi pada hari Jumat, hari 'Arafah, hari Idul Adha dan Idul Fithri."

(HR. Al-Baihaqi, 3: 278. Syakh Al-Albani mengatakan bahwa sanad hadits ini shahih. Lihat Al-Irwaa', 1: 177)

arielsyafri



arielsyafri



3/7

## Berhias Diri dan Memakai Pakaian Terbaik

Dari Jabir radhiyallahu 'anhu, ia berkata, "Nabi shallallahu 'alaihi wa sallam memiliki jubah khusus yang beliau gunakan untuk Idul Fithri dan Idul Adha, juga untuk digunakan pada hari Jumat."

(HR. Ibnu Khuzaimah dalam kitab shahihnya, 1:765)

Diriwayatkan pula dari Al-Baihaqi dengan sanad yang shahih bahwa Ibnu 'Umar radhiyallahu 'anhuma biasa memakai pakaian terbaik di hari 'ied.

arielsyafri



4/7

## Makan Sebelum Shalat Idul Fithri

Dari 'Abdullah bin Buraidah, dari ayahnya, ia berkata,

"Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam biasa berangkat shalat 'ied pada hari Idul Fithri dan sebelumnya beliau makan terlebih dahulu. Sedangkan pada hari Idul Adha, beliau tidak makan lebih dulu kecuali setelah pulang dari shalat 'ied baru beliau menyantap hasil qurbannya."

(HR. Ahmad 5: 352. Syakh Sya'ib Al-Arna'uth mengatakan bahwa hadits ini hasan)

arielsyafri



5/7

## Bertakbir dari Rumah Menuju Tempat Shalat

Dalam suatu riwayat disebutkan,

"Nabi shallallahu 'alaihi wa sallam biasa keluar hendak shalat pada hari raya Idul Fithri sambil bertakbir sampai di lapangan dan sampai shalat hendak dilaksanakan. Ketika shalat hendak dilaksanakan, beliau berhenti dari bertakbir."

(Dikeluarkan oleh Ibnu Abi Syaibah dalam Al-Mushannaf 2/172. Hadits ini mursal dari Az-Zuhri namun memiliki penguat yang sanadnya bersambung. Lihat Silsilah Al-Ahadits Ash-Shahihah no. 171. Syakh Al-Albani mengatakan bahwa riwayat ini shahih)

arielsyafri



6/7

## Saling Mengucapkan Selamat (At-Tahniah)

Dari Jubair bin Nufair, ia berkata bahwa jika para sahabat Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam berjumpa dengan hari 'ied (Idul Fithri atau Idul Adha), satu sama lain saling mengucapkan, "Taqabbalallahu minna wa minka (Semoga Allah menerima amalku dan amal kalian)." Al-Hafizh Ibnu Hajar mengatakan bahwa sanad hadits ini hasan.

(Fath Al-Bari, 2: 446)

arielsyafri





Sumber:

[https://www.instagram.com/p/COxamathsDC/?utm\\_medium=copy\\_link](https://www.instagram.com/p/COxamathsDC/?utm_medium=copy_link)



Sumber:

[https://www.instagram.com/p/CR\\_dShWBvtq/?utm\\_medium=copy\\_link](https://www.instagram.com/p/CR_dShWBvtq/?utm_medium=copy_link)

