

**KARAKTER DESAIN DAKWAH VISUAL PADA AKUN  
INSTAGRAM @istgfr.id**



**SKRIPSI**

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

Oleh :

**NINDIA ALDAMA**

**NIM. 1817102075**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM**

**JURUSAN MANAJEMEN DAN KOMUNIKASI**

**FAKULTAS DAKWAH**

**UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI**

**PURWOKERTO**

**2022**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

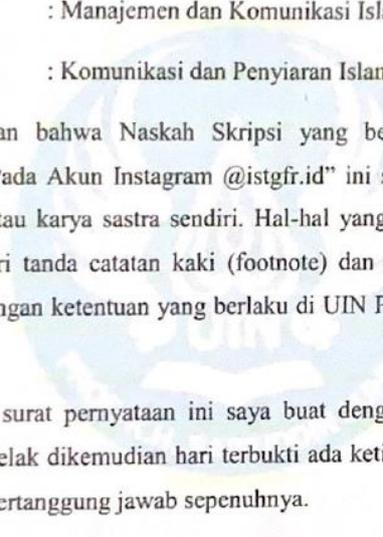
Nama : Nindia Aldama  
NIM : 1817102075  
Jenjang : S1  
Fakultas : Dakwah  
Jurusan : Manajemen dan Komunikasi Islam  
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi yang berjudul "Karakter Desain Dakwah Visual Pada Akun Instagram @istgfr.id" 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.

Cilacap, 1 Juni 2022

Yang Menyatakan,

  
  
  
**Nindia Aldama**  
**NIM.1817102075**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS DAKWAH**

Jalan Jenderal A. Yani, No. 40A Purwokerto 53126  
Telepon (0281) 635624 Faksimili (0281) 636553, www.uinsaizu.ac.id

**PENGESAHAN**

**Skripsi Berjudul**

**KARAKTER DESAIN DAKWAH VISUAL PADA AKUN INSTAGRAM @istgfr.id**

Yang disusun oleh **Nindia Aldama** NIM. 1817102075 Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Jurusan Manajemen dan Komunikasi Islam Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifudin Zuhri, telah diujikan pada hari Jum'at tanggal 8 Juli 2022 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Sosial dalam Ilmu Komunikasi** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Pembimbing

Wanto, M.Kom.  
NIP.198111192006041004

Sekretaris Sidang/Penguji II

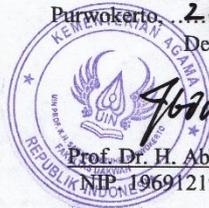
M. Hikamudin Suyuti, M.Si.  
NIP.-

Penguji Utama

Turhaman, M.S.I.  
NIP.198702022019031011

Mengesahkan,

Purwokerto, 26.7.22  
Dekan,



Prof. Dr. H. Abdul Basit, M.Ag.  
NIP.19691219 199803 1 001

Catatan :

\*) pilih salah satu setelah jadi dibuang

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Dakwah

UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Di Tempat

*Assalamua'alaikum Wr.Wb*

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

Nama	: Nindia Aldama
NIM	: 1817102075
Fakultas	: Dakwah
Jurusan	: Manajemen dan Komunikasi Islam
Program Studi	: Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul Skripsi	: <b>Karakter Desain Dakwah Visual Pada Akun Instagram @istgfr.id</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 dan Penyiaran Islam (S.Sos).

Demikian atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

Purwokerto, 1 Juni 2022

Pembimbing,



Wanto, M.Kom.

NIP.198111192006041004

# KARAKTER DESAIN DAKWAH VISUAL PADA AKUN INSTAGRAM @istgfr.id

**NINDIA ALDAMA**  
**1817102075**

## **Abstrak**

Memasuki era serba digital menuntut para *Da'i* untuk lebih kreatif dalam menyajikan pesan dakwah yang akan dibawakannya. Sebagai *Da'i* yang kreatif tentu wajib memiliki minat yang tinggi dalam menggunakan media sosial seperti Instagram. Cara memanfaatkan media sosial untuk berdakwah ialah dengan menerapkan desain komunikasi visual dalam setiap karyanya. Akun Instagram @istgfr.id telah mempraktikkan unsur visual kedalam konten dakwah yang dibawakannya.

Rumusan masalah serta tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui elemen-elemen apa saja yang ada pada konten-konten yang diunggah oleh akun instagram @istgfr.id. Selain itu, mencari makna dan karakter yang ada didalamnya melalui analisis Semiotika Ferdinand De Saussure. Teori tersebut merupakan teori yang digunakan untuk mengetahui makna dibalik penanda yang muncul pada konten dakwah tersebut. Penelitian ini masuk ke dalam jenis penelitian deskriptif kualitatif serta data yang diperoleh melalui hasil observasi, wawancara serta dokumentasi tersebut dianalisis menggunakan model Miles dan Huberman.

Hasil penelitian ini adalah pada setiap penanda (*signifier*) dapat dijelaskan melalui petanda (*signified*) sehingga sesuai dengan makna pesan yang disampaikan. Disetiap konten Istgfr.id memuat pesan dakwah untuk berbuat amar ma'ruf nahi munkar dengan sumber yang jelas. Ciri khas konten yang diunggah adalah menggunakan animasi vektor *Flat desain* yaitu seni yang merangkai sebuah bentuk sehingga membentuk suatu bidang yang datar (*flat*). *Flat desain* dapat memberi kesan yang sederhana namun mudah untuk dibaca sehingga pembaca dapat memahami isi dari pesan dakwah secara maksimal.

**Kata Kunci: Desain Komunikasi Visual, Instagram, Semiotika Ferdinand De Saussure**

## MOTTO

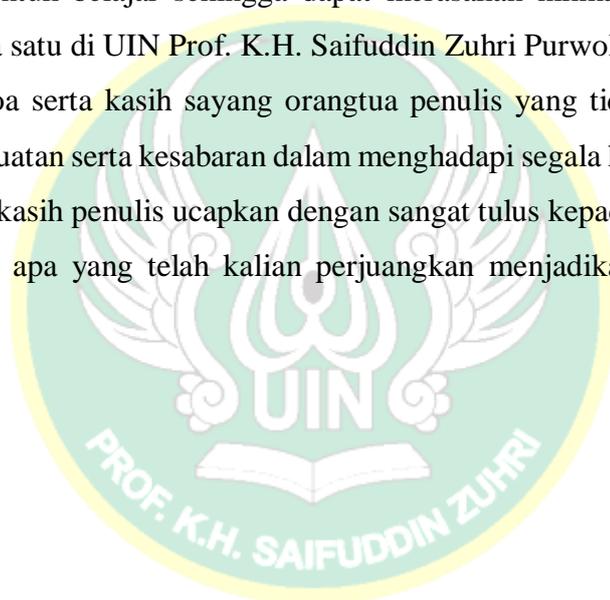
*“Kekayaan, reputasi, kesehatan, dan opini orang lain merupakan hal yang tidak di bawah kendali kita. Fokuskan pada apa yang dapat kita kendalikan: pikiran, opini, persepsi, dan tindakan kita sendiri”*

(Filosofi Teras)



## **PERSEMBAHAN**

Dengan segala Rahmat Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang yang telah memberikan petunjuk serta nikmat yang tak terhingga sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis skripsi ini guna memperoleh gelar sarjana sosial (S.Sos) dengan segala usaha, upaya serta keterbatasan dan kekurangan dari penulis. Dengan penuh rasa hormat, cinta dan kasih sayang, penulis mempersembahkan karya tulis yang amat sederhana ini kepada kedua orangtua penulis, Bapak Mubarak dan Ibu Sunarni Partariani yang telah mencurahkan segala daya dan upayanya untuk memberi jalan untuk belajar sehingga dapat merasakan nikmatnya mengenyam pendidikan starta satu di UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Tidak kalah penting peran doa serta kasih sayang orangtua penulis yang tidak pernah putus, memberikan kekuatan serta kesabaran dalam menghadapi segala halang dan rintang anaknya. Terimakasih penulis ucapkan dengan sangat tulus kepada kedua orangtua penulis. Semoga apa yang telah kalian perjuangkan menjadikan ladang pahala. Terimakasih!



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Wa syukurillah penulis ucapkan atas kehadiran Allah Subhanahu wa ta'ala yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Karakter Desain Dakwah Visual Pada Akun Instagram @istgfr.id”. Shalawat serta salam tak lupa selalu tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad Shalallahu'alaihi wa sallam. Semoga kita semua termasuk ke dalam golongan umat yang mendapatkan syafa'at di yaumul akhir, aamiin.

Dalam proses penyelesaian penelitian ini, penulis tidak luput dari kesalahan sehingga bantuan dari berbagai pihak baik itu berupa waktu, pikiran, tenaga serta dorongan moril maupun materil. Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memperlancar jalannya penulisan skripsi ini:

1. Prof. Dr. K.H. Moh Roqib, M.Ag selaku rektor UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
2. Prof. Dr. H. Abdul Basith, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
3. Uus Uswatusholihah, M.A. selaku ketua jurusan Manajemen dan Komunikasi Islam
4. Wardo, M.Kom selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membina serta membantu proses penyelesaian skripsi ini dengan sabar dan ikhlas.
5. Dra. Amirotn Solihah, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik
6. Segenap Dosen Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah berkontribusi dalam pemberian ilmu kepada penulis selama di bangku perkuliahan.
7. Segenap karyawan dan seluruh civitas akademik Fakultas Dakwah yang telah melayani seluruh kebutuhan akademik penulis.
8. Kedua orang tua, Bapa Mubarak dan Mamah Nany, yang selalu mengiringi langkah penulis dengan doa dan kasih sayang.
9. Mas Akbar Ditya selaku *founder* akun Instagram @istgfr.id yang telah memberikan izin kepada penulis untuk meneliti karya-karyanya.

10. Rekan-rekan kamar Al-Faizah 7 dan pengurus PP. Al Hidayah Karangsucu Purwokerto yang telah memberikan motivasi agar senantiasa mengingatkan diri kepada Allah SWT
11. Rekan-rekan divisi Kominfo Al-Hidayah Karangsucu yang telah menjadi wadah saya dalam berkarya desain visual
12. Sahabat-sahabat saya dari BTR KNTL Alya, Rini, Fuah, Nissa, Kitink, Irham, Welly, Azzar, Burhan.
13. Sahabat saya Virgiawan Natasha Cavisand yang telah memberi support
14. Kakak-kakak pondok saya Mamak Apri, Mba Dewi, Mba Windu, Mba Tyas, Mba Tika, Mba Laili, Mba Arini, Mba Sri yang telah memberi inspirasi serta motivasi
15. Rekan-rekan KPI B angkatan 2018 yang tidak bisa di sebutkan satu persatu
16. Semua teman-teman yang telah memberi support serta doa
17. LPM OBSESI UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah menjadi wadah penulis belajar tentang kepenulisan
18. Yang paling spesial untuk diri sendiri sudah berjuang melawan rasa malas, berjuang demi terselesaikannya skripsi ini. Mantap!!

Cilacap, 1 Juni 2022

Penulis,



Nindia Aldama

1817102075

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
PERNYATAAN KEASLIAN .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING .....	iv
Abstrak.....	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Penegasan Istilah .....	5
C. Rumusan Masalah .....	7
D. Tujuan Penelitian .....	7
E. Kajian Pustaka .....	9
F. Sitematika Penulisan .....	14
BAB II.....	15
KAJIAN TEORI.....	15
A. Konsep Kajian Ilmu Dakwah.....	15
1. Pengertian Dakwah .....	15
2. Media Dakwah.....	16
3. Metode Dakwah.....	17
4. Materi Dakwah .....	19
B. Kajian Desain Dakwah Visual .....	20
C. Kajian Desain Komunikasi visual .....	21
1. Elemen-Elementer Desain .....	21

2. Karakter Elemen Desain .....	27
3. Struktur Visual Konten Dakwah Pada Instagram.....	34
D. Instagram Sebagai Media Berdakwah.....	35
E. Dakwah Bil Qalam Melalui Desain Dakwah Visual.....	36
F. Semiotika Ferdinand de Saussure .....	37
BAB III.....	40
METODE PENELITIAN .....	40
A. Jenis Penelitian.....	40
B. Subjek dan Objek Penelitian.....	40
C. Sumber Data .....	41
D. Metode Pengumpulan Data.....	44
E. Analisis Data.....	45
BAB IV .....	46
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	46
A. Gambaran Umum Akun Instagram @istgfr.id.....	46
1. Tentang Istgfr.id .....	46
2. Dakwah Istgfr.id .....	48
B. Analisis Semiotika Ferdinand de Saussure Terhadap Desain Visual Pada Akun Instagram @istgfr.id .....	49
C. Analisis Elemen Desain.....	89
D. Analisis Karakter Desain.....	106
BAB V.....	109
PENUTUP .....	109
A. Simpulan.....	109
B. Saran.....	110
DAFTAR PUSTAKA .....	111
LAMPIRAN.....	114
Screenshoot Hasil Wawancara Online dengan Founder Akun Instagram @istgfr.id .....	115
.....	115

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Penelitian Terdahulu.....	12
Tabel 2. 1 Jenis garis dan karakteristiknya .....	28
Tabel 2. 2 Jenis bentuk dan karakternya .....	29
Tabel 2. 3 Karakter jenis tipografi.....	30
Tabel 2. 4 Warna dan karakteristiknya .....	31
Tabel 2. 5 Simbol karakter dengan budaya masyarakat.....	32
Tabel 2. 6 Struktur visual konten pada instagram .....	34
Tabel 2. 7 Contoh Analisis Metode Ferdinand De Saussure.....	39
Tabel 2. 8 Postingan Konten Dakwah Instagram @istgfr.id.....	42
Tabel 4. 1 Analisis Elemen Garis .....	90
Tabel 4. 2 Analisis Elemen Bentuk .....	92
Tabel 4. 3 Analisis Elemen Ilustrasi .....	98
Tabel 4. 4 Analisis Elemen Warna .....	100
Tabel 4. 5 Analisis Elemen Layout.....	104



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Postingan 3 Syarat Jadi Baik .....	4
Gambar 1. 2 Postingan Padahal Aku Sudah Mengerti Namun Tak Maksimal Dalam Menjalani .....	4
Gambar 1. 3 Postingan Manajemen Waktu Dalam Islam .....	4
Gambar 1. 4 Postingan Tentang Qurban .....	4
Gambar 2. 1 Warna Additive dan Warna Subtractive .....	23
Gambar 2. 2 Jenis Desain 90's Nostalgia .....	25
Gambar 2. 3 Jenis Desain Expressive and Experimental .....	26
Gambar 2. 4 Jenis Desain Ukiyo-e <i>Flat Design</i> .....	26
Gambar 2. 5 Jenis Desain Daydream Doodles .....	27
Gambar 2. 6 Model Semiotika Ferdinand De Saussure .....	39
Gambar 3. 1 Analisis Data Model Interaktif .....	45
Gambar 4.1 Logo Official Instagram @istgfr.id .....	46
Gambar 4.2 Logo Profil Akun Instagram @istgfr.id .....	46
Gambar 4.3 Filosofi Logo Instagram @istgfr.id .....	47
Gambar 4.4 Postingan Protokol Ketaatan .....	50
Gambar 4.5 Postingan VAentine No Akhi/ Ukhti .....	53
Gambar 4.6 Postingan Akibat Sekulerisme .....	56
Gambar 4.7 Postingan Kebaikan Allah untuk Kita .....	59
Gambar 4.9 Postingan Untuk Diri Sendiri .....	62
Gambar 4.10 Postingan <i>Shalawat</i> .....	65
Gambar 4.11 Postingan <i>Good looking</i> .....	67
Gambar 4.12 Postingan Cinta yang Berlebihan .....	72
Gambar 4.13 Postingan Manajemen Waktu Dalam Islam .....	79

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Perubahan pola perilaku sosial merupakan salah satu ciri adanya perkembangan teknologi. Perubahan pola perilaku tersebut ditandai dengan hadirnya internet, dimana internet telah menghubungkan antar manusia tanpa adanya batasan. Oleh sebab itu bukan tidak mungkin juga internet dapat mempengaruhi cara berkomunikasi pada masyarakat. Dengan mudahnya akses dalam berkomunikasi antar sesama, membuat terciptanya berbagai media dalam berkomunikasi, salah satunya adalah media sosial. Media sosial telah banyak digunakan oleh masyarakat sebab fitur-fitur yang ada di dalamnya memudahkan mereka dalam menjalani berbagai aktifitasnya dengan orang lain bahkan yang jauh jaraknya. Media sosial tersebut terdapat banyak macamnya seperti *Twitter, Facebook, Instagram, Whatsapp, Youtube, Tiktok* dan lain sebagainya. Tentu disetiap media sosial tersebut memiliki kelebihan dan kekurangannya, namun Instagram telah menampakkan dirinya sebagai salah satu media sosial yang paling digemari oleh masyarakat khususnya Indonesia. Jumlah pengguna instagram di Indonesia tercatat sebanyak 99,15 juta pengguna pada awal tahun 2022, itu artinya sebanyak 35,7 persen dari total populasi di Indonesia<sup>1</sup>.

Saat ini perkembangan Instagram sangat terlihat dengan jelas terutama mengenai dayaguna dari Instagram itu sendiri. Penggunaan Instagram kini tidak hanya sebatas mengirim konten visual maupun audiovisual, para pengguna Instagram telah memperbaharui cara

---

<sup>1</sup> DataReportal, "Digital 2022 : Indonesia," last modified 2022, <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>.

penggunaan instagramnya dengan digunakan untuk kebutuhan yang lebih bermanfaat seperti menyebarkan informasi, iklan, bisnis online bahkan yang tidak kalah bermanfaat ialah dapat digunakan sebagai media berdakwah. Oleh karena itu para pegiat dakwah yang aktif memanfaatkan Instagramnya memilih bentuk dalam menyajikan sebuah pesan dakwah berupa konten audio, visual ataupun audiovisual. Seringkali pegiat dakwah ini memanfaatkan media visual yang berbentuk foto, typografi maupun desain grafis. Dengan hal tersebut bukan tidak mungkin berdakwah melalui Instagram merupakan peluang besar bagi pegiat dakwah untuk mengembangkan metode dakwah yang lebih baru serta dapat memperluas cakrawala dakwah Islamiyah, mengingat Instagram yang mudah untuk diakses serta memiliki banyak pengguna. Memanfaatkan instagram sebagai media dalam berkomunikasi serta konten dakwah melalui visual yang menarik sudah menjadi sebuah kebutuhan pada era digital saat ini.

Dewasa ini media komunikasi visual sering digunakan sebagai kebutuhan dalam dakwah Islam, dimana para pendakwah dalam menuangkan pesan dakwahnya menggunakan elemen-elemen visual. Hal tersebut dapat dibuktikan bahwa media visual dianggap efektif dalam menyampaikan pesan dakwah, sebab secara alami manusia lebih mudah mengingat pesan yang disampaikan secara visual<sup>2</sup>. Selain itu konsep AIDDA atau *A-A procedure* yang memaparkan mengenai proses psikologis pada khalayak dalam penerimaan pesan<sup>3</sup>. Teori AIDDA ini merupakan kependekan dari *Attention, Interest, Desire, Decision* dan *Action*<sup>4</sup>. Teori tersebut dapat dijelaskan bahwa khalayak dalam menerima suatu pesan diawali dari perhatian yakni melalui

---

<sup>2</sup> Ahmad Faiz Muntazori, "Dakwah Visual: Ekspresi Keimanan Seorang Muslim Dalam Poster Digital," *Human Narratives* Vol 1, No. 2 (2020), 88–102.

<sup>3</sup> Amril Amrullah, "Pengaruh Tayangan Upin Dan Ipin Terhadap Penggunaan Bahasa Melayu Murid SDN 01 Sambutan Samarinda," *eJournal Ilmu Komunikasi* 5, no. 3 (2017), 129–138

<sup>4</sup> Onong U Effendy, *Ilmu Komunikasi: Teori Dan Praktek*, 22nd ed. (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2009), 49

melihat sebuah karya visual yang menarik perhatian sehingga memunculkan ketertarikan serta keinginan untuk mengetahui suatu pesan visual sehingga nantinya dapat diambil keputusan dan tindakan untuk membaca serta memaknai sebuah konten visual tersebut.

Berdasarkan Teori AIDDA di atas maka desain komunikasi visual yang akan di kaji dalam penelitian kali ini ialah untuk menelaah lebih dalam bagaimana sebuah konten desain membentuk karakteristiknya, dimana dengan karakteristik tersebut dapat menarik perhatian khlayak kepada sebuah desain yang telah dibuat. Selain dalam membuat konten dakwah visual yang menerapkan teori AIDDA baik itu desainer maupun pendakwah itu sendiri haruslah memiliki pengetahuan yang cukup luas mengenai ajaran agama islam, agar dalam menyampaikan sebuah pesannya tetap pada ketentuan Al-Qur'an, Hadist dan *ijma* (kesepakatan ulama) serta dapat mencontohkan perilaku Amar Ma'ruf Nahi Munkar. Tidak kalah pentingnya, pintar dalam menguasai sebuah desain serta teknologi juga sangat menentukan desain tersebut dapat diterima atau tidaknya oleh khalayak.

Di instagram sendiri terdapat banyak akun yang memuat konten – konten dakwah serta dikelola oleh pihak tertentu, baik itu komunitas maupun organisasi masyarakat islam, salah satu yang akan dikaji pada penelitian ini ialah akun Instagram dengan username @istgfr.id. yang membuat penulis tertarik untuk menjadikan akun @istgfr.id sebagai objek penelitian adalah akun ini menggunakan ciri khasnya terkait ilustrasi dan topik yang diambil. Terkait hal tersebut, akun ini berpedoman pada Dakwah Visual Islam Kaffah. Selain itu akun ini memiliki keunikan disisi nama yang dibuatnya. Nama @istgfr.id ini diambil dari kata Istighfar yang artinya memohon ampunan dan ditambah kata id sebagai penunjuk ciri khas kode Indonesia. Akun ini memuat pesan dakwah melalui visual berupa ilustrasi yang sederhana tetapi menarik untuk dilihat. Selain itu, @istgfr.id juga menyajikan pesan dakwah yang berisi tentang akhlak, aqidah, muamalah,

pergaulan, sampai system pemerintahan. Pada bulan Januari 2022, akun @istgfr.id terhitung memiliki followers sejumlah lebih dari 14,9 ribu. Berikut beberapa postingan akun Instagram @istgfr.id:



Gambar 1. 1 Postingan 3 Syarat Jadi Baik



Gambar 1. 2 Postingan Padahal Aku Sudah Mengerti Namun Tak Maksimal Dalam Menjalani



Gambar 1. 3 Postingan Tentang Qurban



Gambar 1. 4 Postingan Manajemen Waktu Dalam Islam

Kelebihan yang terlihat dari akun Instagram @istgfr.id ini adalah memiliki ciri khas animasi (karakter) yang konsisten di setiap kontennya. Hal tersebut dapat dilihat disetiap konten yang dibuat, editor

dengan kata lain pendakwah tersebut mengacu pada pemilihan warna yang solid, tekstur yang tajam dengan keseluruhan gaya desain yang minimalis dengan elemen-elemen yang sederhana yakni menerapkan keseimbangan visual serta pendekatan geometris. Tetapi disisi lain, pada periode bulan Januari – Juni 2022, tercatat akun ini memunggah konten dakwah yang lebih sedikit dari tahun sebelumnya. Bagi penulis, akun tersebut layak untuk diteliti.

Atas dasar itulah peneliti ingin mengkaji lebih dalam mengenai konten konten dakwah yang ada di Instagram @istgfr.id. Atas dasar pemikiran tersebut, penulis tertarik untuk mengangkat judul **“Karakter Desain Dakwah Visual pada Akun Instagram @istgfr.id”**.

## B. Penegasan Istilah

Untuk menghindari kesalahfahaman dalam pengertian dan dapat memperoleh kesatuan yang jelas, maka penting adanya penegasan kembali mengenai istilah-istilah yang terkandung didalam penelitian ini, diantaranya:

### 1. Desain Komunikasi Visual (DKV)

Desain komunikasi visual adalah ilmu yang mempelajari konsep-konsep yang ada dalam komunikasi dan ekspresi kreatif antara media yang berbeda, menggunakan manajemen grafis dalam bentuk bentuk dan gambar, tipografi, komposisi warna, dan tata letak yang disengaja lalu pesan itu disampaikan secara visual kepada penerima pesan<sup>5</sup>.

### 2. Desain Dakwah Visual

Dakwah dalam bahasa Arab diartikan sebagai “da’wah”. Ini didefinisikan sebagai panggilan, undangan, panggilan, perintah. Dakwah, di sisi lain, didefinisikan sebagai kegiatan untuk

---

<sup>5</sup> Ni Nyoman Sriwitari, *Desain Komunikasi Visual* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), 2

menyampaikan pesan Amar Maruf Nahi Munkar di bawah hukum Islam.

Menurut jurnal yang ditulis oleh Nilnan Ni'mah, Komunikasi Visual Dakwah adalah kegiatan menyampaikan informasi dan pesan yang mengajak Amar Maruf Nahi Munkar dengan sarana visual untuk mempraktekkan komunikasi sesuai dengan Al-Qur'an dan As-Sunnah. Media seperti iklan, poster, baliho, dan lain-lain.<sup>6</sup>

Dengan definisi tersebut maka makna dari desain dakwah visual adalah ilmu yang mempelajari konsep komunikasi dakwah serta ungkapan kreatif melalui berbagai media untuk menyampaikan pesan dakwah secara visual dengan pengelolaan elemen desain grafis berupa garis, bentuk, gambar atau ilustrasi, tatanan huruf serta warna dan layout<sup>7</sup>.

### 3. Elemen Desain

Elemen merupakan sinonim dari kata unsur yang diartikan menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) ialah bagian dari keseluruhan yang lebih besar atau unsur<sup>8</sup>, lebih dalam lagi unsur merupakan suatu kelompok kecil dari kelompok yang besar dan bagian terkecil dari suatu benda serta tidak dapat dibagi lagi.

### 4. Karakter Desain

Karakter dapat diartikan sebagai sifat yang berbeda dari yang lain dengan kata lain symbol grafis yang terlihat seperti huruf angka, dan lain sebagainya<sup>9</sup>. Karakter dapat dijadikan ciri atau pola yang berulang-ulang. Pada dasarnya, karakter ialah untuk mencari

<sup>6</sup> Nilnan Ni'mah, "Dakwah Komunikasi Visual," *Islamic Communication Journal* 01, no. 01 (2016), 109.

<sup>7</sup> Adi Kusrianto, *Pengantar Desain Komunikasi Visual* (Yogyakarta: Andi, 2009). Hal 2

<sup>8</sup> Kemendikbud, "KBBI Daring," accessed May 22, 2022, <https://kbbi.kemendikbud.go.id/entri/elemen>.

<sup>9</sup> Kemendikbud, "KBBI Daring," accessed April 15, 2022, <https://kbbi.kemendikbud.go.id/entri/karakter>.

hal yang istimewa, berbeda dari yang lain dan bertahan dalam kurun waktu yang cukup lama<sup>10</sup>.

#### 5. Instagram @istgfr.id

Aplikasi berbasis media sosial untuk berkomunikasi, menjalin atau membangun relasi, berbagi foto dan video, bahkan berbisnis. Tersedia pula berbagai fitur yang dapat membantu Anda membangun jaringan komunikasi yang berkesinambungan melalui gadget, smartphone, atau gadget dan mengekspresikan keinginan Anda untuk tetap eksis. Terutama bagi remaja dan remaja, hanya untuk mencapai kebutuhan relatif dan kepuasan mereka sendiri. Instagram sendiri dibangun sejak 2010 oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger sebelum Mark Zuckerberg membeli kepemilikannya. Untuk tujuan selain hobi yang akan menarik bagi pengguna nantinya<sup>11</sup>.

### C. Rumusan Masalah

Untuk memandu penelitian ini, peneliti perlu merumuskan masalah yang akan dibahas yaitu format dan analisis konten yang dibuat oleh akun Instagram @istgfr.id yang ditinjau dari desain komunikasi visual. Rumusan masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana elemen – elemen desain dakwah visual yang ada pada akun Instagram @istgfr.id?
2. Bagaimana karakter desain dakwah visual pada akun instagram @istgfr.id?

### D. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

<sup>10</sup> Agus Setiawan, *Metodologi Desain* (Yogyakarta: Arttex, 2018), 67

<sup>11</sup> Bimo Mahendra, “Eksistensi Sosial Remaja Dalam Instagram (Sebuah Prespektif Komunikasi),” *Jurnal Visi Komunikasi* 16, no. 1 (2017), 152.

- a. Untuk memperoleh data secara rinci mengenai elemen-elemen desain dakwah visual yang digunakan pada akun Instagram @istgfr.id.
- b. Untuk mengetahui konsep karakter desain dakwah visual pada akun Instagram @istgfr.id dalam menciptakan konten-konten dakwah yang menarik.

## 2. Manfaat Penelitian

### a. Secara Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam bidang Dakwah Visual, dengan pemikiran tersebut diperlukan penelitian dan penelitian tambahan yang dapat digunakan sebagai informasi dan dokumen akademik. Peneliti Dakwah-Ilmiah pengembangan adalah mahasiswa fakultas Dakwah dalam penelitian komunikasi dan penyiaran Islam.

### b. Secara Praktis

Penelitian ini bertujuan dapat memberikan pengetahuan kepada masyarakat bahwa desain komunikasi visual yang diterapkan pada konten – konten dakwah yang termuat dalam media sosial seperti Instagram sangatlah berpengaruh dalam penyebaran pesan. Selain itu peneliti juga berharap masyarakat paham bahwa suatu konten yang dibuat memiliki unsur-unsur desain komunikasi visual dan dengan menerapkan teknik-teknik tertentu sehingga dapat memuat konten dakwah yang menarik.

### c. Secara Akademis

Tujuan penelitian ini ialah menambah bahan referensi bagi peneliti lain untuk lebih memperdalam penelitian akademisnya tentang Dakwah melalui desain komunikasi visual.

## E. Kajian Pustaka

Kajian Pustaka adalah upaya penulis untuk menemukan hasil analisis yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya, dan tinjauan pustaka bertujuan untuk menghindari kesamaan judul penelitian sebelumnya. Sehubungan dengan penelitian yang akan dilakukan, peneliti menelaah beberapa jenis sumber seperti jurnal, skripsi, tesis, dan disertasi. Penelaahan tersebut berkaitan dengan desain komunikasi visual, konten dakwah di media sosial Instagram, serta teknik-teknik komunikasi visual yang digunakan dalam membuat konten dakwah. Beberapa penelitian yang dianggap relevan terkait dengan penelitian yang sedang penulis lakukan, antara lain:

Penelitian pertama dilakukan oleh Khairul Azmi. Penelitian yang dibuat oleh mahasiswa Universitas Islam Negeri ArRaniry jurusan komunikasi dan penyiaran Islam ini diberi judul Dakwah Visual Muslim Designer Community Banda Aceh. Pada penelitian tersebut, penulis menggunakan pendekatan kualitatif dan deskriptif dengan teknik analisis isi (Analisis Isi). Hasil dari penelitian ini, terdapat beberapa kandungan dakwah antara lain keyakinan, akhlak, syariat, dan pesan-pesan motivasi. Dalam desain gambar visual, MDC Banda Aceh kemudian menggunakan banyak teknik untuk menggabungkan elemen dan prinsip desain, dan sebagian besar poster yang diunggah adalah teknik tipografi dan ilustrasi yaitu fotografi dan menggambar, dan keduanya menggunakan kombinasi<sup>12</sup>.

Persamaan yang ditemukan dalam survei ini adalah keduanya sama-sama mensurvei konten yang diunggah dari Instagram melalui media sosial dan menggunakan pendekatan kualitatif. Perbedaannya terletak pada teori yang digunakan.

---

<sup>12</sup> Khairul Azmi, "Dakwahh Visual MDC Banda Aceh (Analisis Konten Dakwah Visual Pada Akun INstagram Muslim Designer Community Banda Aceh)". *Skripsi* (Banda Aceh: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, 2020), 92

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Nadya Khennis Rozana yang berjudul “Makna Karakter Desain Komunikasi Visual Website NU Online Sebagai Media Dakwah (Analisis Semiotika Ferdinand Saussure)”. Kajian ini ditulis oleh seorang mahasiswa Program Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Dalam penelitiannya, terdapat makna karakter untuk desain komunikasi visual website online NU, berupa desain homepage dan tipe karakter yang digunakan.<sup>13</sup>

Kesamaan dari penelitian yang ditulis Nadya Khennis Rozana tersebut adalah sama-sama meneliti terkait karakter desain komunikasi visual. Perbedaan yang dapat ditemukan ialah metode penelitian serta objek yang dituju berbeda.

Ketiga, penelitian yang dikaji oleh Noviarni Isnaeni Rahajeng yang berjudul “Desain komunikasi Visual Dakwah pada Poster Digital Instagram @MuslimDesignerCommunity (Studi Analisis Semiotika Charles Shandera Pierce)”. Penelitian ini ditulis langsung oleh Mahasiswi Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Purwokerto. Dalam penelitiannya menyebutkan dari poster digital yang dimuat dalam instagram @MuslimDesignerCommunity rata-rata desain merujuk pada gabungan antara ilustrasi, typografi, dan digital imagine. Lalu Noviarni menemukan sisi menarik dari konten-konten yang dibuat oleh akun @MuslimDesignerCommunity yaitu berusaha mengangkat trend isu-isu kekinian sebagai daya tarik agar mad'u terpancing untuk menangkap pesan dakwah.

Persamaan dari penelitian Noviarni adalah sama-sama melakukan penelitian pada sebuah akun dakwah pada instagram hanya saja berbeda dalam menentukan akun instagram yang akan diteliti.

---

<sup>13</sup> Nadya Khennis Rozana, “Makna Karakter Desain Komunikasi Visual Website NU Online Sebagai Media Dakwah (Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure)”. *Skripsi* (Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2019), 91

Keempat, skripsi yang ditulis oleh Nofita Solihatin berjudul Analisis Desain Komunikasi Visual Akun Instagram @arielsyafrin Berdasar Semiotika Ferdinand De Saussure. Penelitian ini ditulis pada tahun 2021 yang menganalisis beberapa konten dakwah yang ada di instagram @arielsyafrin dengan menggunakan metode kualitatif dan teori Semiotika Ferdinand De Saussure.

Letak persamaan penelitian Nofita dan penulis ialah pada penggunaan teori yang digunakan yaitu teori semiotika Ferdinand De Saussure. Selain itu sama-sama meneliti akun instagram yang muatannya berupa pesan dakwah. Sedangkan perbedaan yang dapat dilihat ialah objek atau akun instagram sebagai objek penelitian. Nofita menggunakan akun Instagram @arielsyafrin sedangkan penulis menggunakan akun Instagram @istgfr.id. penulis juga menambah kajian mengenai analisis karakter yang digunakan pada @istgfr.id serta interpretasi sesuai perspektif islam.

Kelima, skripsi berjudul Karakter Desain Dakwah Visual Pada Akun Instagram @lemonmove oleh mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya bernama Ilyunal Iqbal Kahfi. Penelitian ini ditulis pada tahun 2021 dengan menggunakan metode kualitatif.

Persamaan penelitian dengan penulis ialah sama-sama menggunakan analisis kualitatif serta teknik pengolahan data Miles dan Huberman. Selain itu sama-sama menggunakan akun instagram dalam penelitiannya. Sedangkan perbedaannya adalah penggunaan teori dalam menganalisis objek penelitian. Penulis memfokuskan pada analisis penanda (signifier) dan petanda (signified) dalam beberapa konten dakwah pada @istgfr.id.

Keenam, selain mengambil referensi yang terdapat di dalam skripsi, peneliti juga menggunakan jurnal sebagai kajian pustaka pada skripsi ini. Jurnal berjudul Dakwah Visual: Ekspresi Keimanan Seorang Muslim Dalam Bentuk Poster Digital yang ditulis oleh Ahmad Faiz

Muntazori ini berisi mengenai pengungkapan makna dari poster dakwah tersebut. Lalu menemukan kaitan antara seni dengan agama.

Terkait kesamaan anatar jurnal tersebut dengan skripsi yang peneliti buat ialah sama-sama menggunakan penelitian kualitatif dengan menyajikan data menggunakan bentuk narasi dan gambar, bukan dalam bentuk angka. Selain itu kajian dalam jurnal tersebut sama-sama memaknai sebuah pesan di dalam sebuah poster yang akan peneliti bahas pada *signification*. Menggunakan objek konten dakwah di suatu akun instragram. Sedangkan letak perbedaan yang dapat dilihat adalah teori yang digunakan. Pada jurnal tersebut, penelitiannya menggunakan teori Sanders Pierce sedangkan pada skripsi ini penulis memfokuskan analisisnya menggunakan teori Ferdinand De Saussure.

**Tabel 1. 1 Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti	Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Khairul Azmi (2020)	Dakwah Visual Muslim Designer Community Banda Aceh	Melakukan riset dengan menggunakan objek akun Instagram dengan menggunakan metode penelitian kualitatif	Menggunakan akun Instagram yang berbeda serta menggunakan teknik pengolahan data yang berbeda.
2	Nadya Khenniss	Makna Karakter Desain Komunikasi Visual Website NU Online sebagai	Melakukan penelitian menggunakan metode penelitian	Objek penelitian yang berbeda

	Rozana (2019)	Media Dakwah (Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure)	kualitatif, serta teori yang sama	
3	Noviarni Isnaeni Rahajeng (2021)	Desain Komunikasi Visual Dakwah pada Poster Digital Instagram @MuslimDesignerC ommunity (Studi Analisis Semiotika Charles Shanders Pierce)	Menggunakan metode penelitian kualitatif	Teori yang digunakan Objek Penelitian
4.	Nofitan Solihatin (2021)	Analisis Desain Komunikasi Visual Akun Instagram @arielsyafrin Berdasar Semiotika Ferdinand De Saussure	Menggunakan metode penelitian kualitatif serta teori Semiotika Ferdinand De Saussure	Objek penelitian
5.	Ilyunal Iqbal Kahfi (2021)	Karakter Desain Dakwah Visual Pada Akun Instagram @istgfr.id	Menggunakan metode penelitian Kualitatif serta teknik pengolahan data Miles dan Huberman	Objek penelitian, teori yang digunakan

## **F. Sitematika Penulisan**

Untuk menyusun kalimat secara sistematis dan untuk memudahkan pemahaman isi penelitian ini, peneliti telah menyusun 5 bab dan topiknya.

### **BAB I. Pendahuluan**

Pada bab ini memuat latar belakang masalah, penegasan istilah, pembatas dan rumusn maslah, tujuan dan manfaat penelitian, penelitian literatur, kerangka teori dan sistem pembahasan

### **BAB II. Kajian Teori**

Pada bab ini dijelaskan mengenai pokok bahasan serta teori yang terkait dengan dakwah visual khususnya pada desain komunikasi visual. Kemudian pembahasan tentang akun instgram yang penulis teliti meliputi: konten-konten pada akun, admin serta pengelola akun tersebut untuk dimintai data dalam bentuk wawancara, observasi (berselancar di instgram), dokumentasi, dll.

### **BAB III. Metode Penelitian**

Ini terdiri oleh sifat dan pendekatn penelitian yang dilakukan oleh penulis, variabel penelitian, data dan sumber data, dan metode pengumpulan dan analisis data.

### **BAB IV. Pembahasan**

Yang didalamnya membahas serta menjelaskan gambaran-gambaran umum dari akun Instagram @istgfr.id. Selain itu juga menyajikan hasil analisis data yang menggambarkan serta penjelasan bagaimana isi konten dakwah visual serta Teknik desain komunikasi visual yang digunakan oleh akun tersebut.

### **BAB V. Penutup**

Terdiri dari Kesimpulan, Saran-saran, kata penutup, Lampiran-lampiran yang dilakukan saat penelitian serta Daftar Pustaka yang akan tercantum pada halaman halaman terakhir dalam skripsi ini

## BAB II KAJIAN TEORI

### A. Konsep Kajian Ilmu Dakwah

#### 1. Pengertian Dakwah

Secara etimologi, dakwah berasal dari kata kerja *da'a yad'u da'watan* yang artinya mengajak, menyeru, memanggil, mengundang. Sedangkan secara istilah, dakwah diartikan dengan berbagai macam pengertian yang diungkapkan oleh beberapa ahli seperti salah satunya Muhammad Natsir, mendefinisikan dakwah sebagai usaha-usaha dalam menyerukan dan menyampaikan pada perorangan manusia dan seluruh konsepsi Islam tentang pantangan dan tujuan hidup manusia di dunia ini, yang meliputi amar ma'ruf nahi munkar, dengan berbagai macam media dan dengan cara yang diperbolehkan akhlak dan membimbing pengalamannya dalam kehidupan bermasyarakat dan bernegara<sup>14</sup>.

Sedangkan Wahyu Ilaihi dalam bukunya berjudul Manajemen Dakwah, menyebutkan bahwa dakwah ialah sebuah kegiatan menyeru atau mengajak kepada orang lain untuk mengamalkan ajaran Islam, pelaksanaannya dapat dilakukan dengan berbagai cara atau metode. Sementara dalam buku berjudul Ilmu Dakwah yang disampaikan oleh M. Arifin menyebutkan bahwa dakwah merupakan suatu kegiatan ajakan dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku dan sebagainya, yang dilakukan secara sadar dan terencana dalam usaha mempengaruhi orang lain secara individu maupun kelompok agar timbul dalam dirinya suatu pengertian, kesadaran, sikap, penghayatan, serta pengalaman terhadap ajaran agama<sup>15</sup>.

---

<sup>14</sup> Samsul Munir Amin, *Rekonstruksi Pemikiran Dakwah Islam* (Jakarta: Amzah, 2008), 8

<sup>15</sup> Ni'mah, "Dakwah Komunikasi Visual.", 106

Berdakwah untuk kehidupan yang nyata pada masyarakat menyangkut tiga pengertian pokok, sebagaimana yang disampaikan oleh Nasruddin Harahap pengertian tersebut ialah pertama, *yad'uuna ila al-khoir wa ya'muruuna bil ma'ruf* yang artinya mengajak kepada kebaikan. Kedua, nahi munkar yang berarti dakwah sebagai benteng untuk melindungi dari kejahatan di masyarakat walaupun kejahatan kecil. Ketiga, Ishlah yakni dakwah bertindak sebagai upaya mengurangi keadaan yang tidak baik serta mengupayakan kepedulian sosial. Dari pengertian pengertian pokok tersebut diantara satu sama lain memiliki keterkaitan<sup>16</sup>.

## 2. Media Dakwah

Kata media berasal dari Bahasa Latin yaitu *median* yang merupakan bentuk jamak dari *medium*. Secara etimologi media berarti alat perantara. Menurut Wilbur Schramm secara spesifik media dapat diartikan sebagai alat-alat fisik yang dapat menjelaskan isi dari sebuah pesan seperti buku, film, video, slide, dan sebagainya<sup>17</sup>.

Media dakwah menurut Jurnal yang ditulis oleh Adi Wibowo ialah sarana yang digunakan oleh para *da'i* (pendakwah) dalam penyampaian pesan-pesannya<sup>18</sup>. Seiring berkembangnya zaman terutama perkembangan teknologi, media dakwah yang digunakan kini tidak hanya melalui mimbar-mimbar, para pendakwah semakin kreatif dalam melakukan dakwahnya melalui akun-akun media sosial yang sangat mudah diakses.

Berangkat dari pengertian media dakwah yang dapat dipahami sebagai segala sesuatu yang menjadi perantara maka

<sup>16</sup> M. Rosyid Ridla, Afif Rifa'i, and Suisyanto, *Pengantar Ilmu Dakwah: Sejarah, Perspektif, Dan Ruang Lingkup*, ed. Ihsan Rahmat, *Metode Dakwah* (Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru, 2017), 16-17.

<sup>17</sup> Aminuddin, "Media Dakwah," *Jurnal Al-Munzir* vol 9, no. 2 (2016), 346

<sup>18</sup> Wibowo Adi, "Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam Di Era Digital," *Jurnal Islam Nusantara* 03, no. 02 (2019), 345.

terdapat media-media yang dapat digunakan sebagai media dakwah yang terdiri dari :

a. Media Visual

Media visual ialah alat atau bahan yang dapat digunakan untuk kepentingan dakwah melalui indra penglihatan seperti film slide, *overhead proyektor (OHP)*, gambar dan foto

b. Media Audio

Media audio ialah alat yang dapat dioperasikan sebagai sarana kegiatan dakwah yang ditangkap oleh indra pendengaran seperti radio, tape recorder

c. Media Audio Visual

Media audio visual adalah media yang menyampaikan informasi melalui tampilan unsur gambar dan suara secara bersamaan seperti televisi, film, internet

d. Media Cetak

Media cetak adalah media penyampai informasi melalui tulisan yang tercetak seperti buku, surat kabar, dan majalah.<sup>19</sup>

### 3. Metode Dakwah

Dalam buku pengantar ilmu dakwah karya Wahidin Saputra. Metode dakwah adalah tata cara tertentu yang dilakukan seorang *da'i* atau komunikator kepada mad'u agar tercapai tujuan yang berdasarkan pada hikmah serta kasih sayang<sup>20</sup>.

Tujuan dari metode dakwah adalah memberikan kenyamanan serta keharmonisan baik untuk pendakwah maupun untuk mitra dakwah. Metode yang tidak tepat sering kali dapat mengakibatkan kegagalan dalam aktivitas berdakwah<sup>21</sup>

<sup>19</sup> Aminuddin, "Media Dakwah.", 350 - 354

<sup>20</sup> Rini Fitria and Rafinita Aditia, "Prospek Dan Tantangan Dakwah Bil Qalam Sebagai Metode Komunikasi Dakwah," *Jurnal Ilmiah Syi'ar* 19, no. 2 (2019), 231.

<sup>21</sup> Fatur Bahri an-Nabiry, *Meniti Jalan Dakwah* (Jakarta: Amzah, 2008), 238

Berdasarkan Al-Qur'an surat An-Nahl ayat 125, mengandung pesan mengenai kewajiban serta metode dakwah. Berikut surat An-Nahl ayat 125:

أُدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ  
إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Terjemah Kemenag 2019

*“Serulah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah<sup>424</sup> dan pengajaran yang baik serta debatlah mereka dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang paling tahu siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia (pula) yang paling tahu siapa yang mendapat petunjuk.”*

Penafsiran yang dapat diambil dari surat An-Nahl ayat 125 di atas adalah ayat yang berisi tentang perintah untuk berdakwah yang ditujukan kepada Rasulullah SAW sebagai pemimpin umat Islam yang nantinya kewajiban tersebut diteruskan kepada umatnya. Metode-metode dakwah yang terkutip dalam surat An-Nahl yaitu:

a. Metode bi-al Hikmah

...أُدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ

Terjemah Kemenag 2019

*“Serulah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah”*

Dalam penafsiran yang dilakukan Hamka, kata hikmah (kebijaksanaan) yaitu dengan cara bijaksana, akal budi yang mulia, dada yang lapang dan hati yang bersih untuk menarik perhatian orang kepada agama atau kepercayaan kepada Allah SWT<sup>22</sup>

b. Metode Mau'izhatul Hasanah

... وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ...

Terjemah Kemenag 2019

<sup>22</sup> Jurnal Kajian Al-Quran, “Al-Mubarak Al-Mubarak” 6, no. 2 (2021), 165.

“Dan pengajaran yang baik...”

*Al-mau'izhatul Hasanah* berarti pelajaran yang baik, atau pesan-pesan yang baik lalu disampaikan sebagai nasihat, pendidikan dan tuntunan sejak kecil<sup>23</sup>

c. Metode Mujadalah billati hiya ahsan

...وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ...

Terjemah Kemenag 2019

“Dan bantahlah mereka dengan cara yang baik”

Penjelasan yang dapat dikutip dari penggalan ayat diatas adalah pendakwah hendaklah menghindari berdebat dengan ahli kitab melainkan dengan cara yang baik<sup>24</sup>

#### 4. Materi Dakwah

Dalam mencapai tujuan berdakwah, salah satu unsur dakwah yang harus diterapkan dengan baik ialah mengenai materi dakwah. Materi dakwah itu sendiri memiliki arti pesan, muatan atau isi yang disampaikan kepada umat dari seorang *da'i*. materi dakwah itu sendiri merupakan ajaran islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan sunnah<sup>25</sup>.

Cakupan materi dakwah yang dapat disampaikan meliputi, akidah yaitu materi yang membahas mengenai keimanan, dimana keimanan merupakan pembentuk moralitas manusia. Selanjutnya mengenai Syariah yang membahas keislaman. Lalu materi tentang akhlak (Ihsan)<sup>26</sup>.

Materi dakwah yang baik hendaknya materi yang benar benar tepat sasaran, dengan kata lain materi tersebut sesuai dengan kebutuhan umat. Sehingga dapat dirasakan manfaat dari pesan yang telah disampaikan. Dalam menerapkan materi dakwah yang baik,

<sup>23</sup> Al-Mubarak Al-Mubarak, 166

<sup>24</sup> Al-Mubarak Al-Mubarak, 167

<sup>25</sup> Ridla, Rifa'i, and Suisyanto, *Pengantar Ilmu Dakwah: Sejarah, Perspektif, Dan Ruang Lingkup*, 38

<sup>26</sup> *Pengantar Ilmu Dakwah: Sejarah, Perspektif, Dan Ruang Lingkup*, 39

seorang *da'i* haruslah mengerti ajaran Islam yang sesuai dengan tuntunan Al-Qur'an, Hadist dan Ijma, agar tidak menimbulkan kesalahfahaman dalam mendalami sebuah pesan yang disampaikan.

## **B. Kajian Desain Dakwah Visual**

Dalam pengkajian desain dakwah visual disini, peneliti akan membahas desain visual yang digunakan sebagai media berdakwah.. Mengingat dakwah itu sendiri merupakan kegiatan berkomunikasi atau bisa diartikan sebagai komunikasi antara *da'i* dengan mad'u, maka pada pembahasan ini akan banyak mengambil serta mengembangkan teori-teori visual salah satunya ialah mengenai ilmu Desain Komunikasi Visual (DKV). Letak perbedaan antara dakwah dengan komunikasi adalah pesan yang disampaikan, jika dakwah merupakan seruan serta ajakan yang sesuai dengan ajaran Islam, maka pesan dari komunikasi itu sendiri bersifat umum. Oleh sebab itu, perlu untuk mengetahui konsep dari DKV itu sendiri.

Desain komunikasi visual adalah seni terap yang mempelajari perancangan serta perencanaan dari bentuk informasi komunikasi visual secara digital dengan pengolahan elemen desain grafis yang terdiri dari gambar (ilustrasi), huruf dan tipografi, warna, komposisi dan lay-out untuk disampaikan secara visual, audio dan atau audio visual kepada komunikan<sup>27</sup>.

Dengan pengertian-pengertian diatas, maka dapat dimengerti dakwah visual adalah aktivitas penyampaian informasi atau pesan yang tujuannya mengajak berbuat amar ma'ruf nahi munkar sesuai dengan pedoman dalam al-Qur'an dan as-Sunnah, dengan memanfaatkan media komunikasi visual yang dituangkan kedalam simbol simbol visual seperti gambar, tipografi, lambang, ilustrasi dan warna. Fungsi daripada

---

<sup>27</sup> Ni'mah, "Dakwah Komunikasi Visual.", 108

visual itu sendiri ialah untuk menarik perhatian serta memperjelas pesan yang ada di dalamnya<sup>28</sup>.

### C. Kajian Desain Komunikasi visual

#### 1. Elemen-Elemen Desain

Dalam menciptakan sebuah konten dakwah baik itu secara visual, audio ataupun audiovisual, seorang desainer selayaknya memperhatikan elemen-elemen yang ada pada desain komunikasi visual yang tentu memiliki tujuan agar konten yang dibuat memiliki daya tarik serta komunikatif. Berikut elemen-elemen desain komunikasi visual yang perlu diperhatikan:

##### a. Garis

Garis merupakan kumpulan dari unsur titik yang tidak terputus. Dalam kajian desain komunikasi visual, garis berfungsi sebagai pembatas kolom, pembatas unsur grafis yang satu dengan yang lainnya<sup>29</sup>.

Melihat dari bentuk, garis dapat diklasifikasikan menjadi dua yaitu garis nyata (grafis) serta garis khayal (ilusi). Garis nyata merupakan garis yang diamati melalui goresan langsung. Sedangkan garis ilusi adalah garis kerangka yang pada dasarnya tidak terlihat tetapi jika ada beberapa unsur garis ilusi yang berdampingan maka akan terlihat adanya sebuah garis<sup>30</sup>.

##### b. Bentuk

Bentuk atau bisa disebut dengan form, merupakan salah satu unsur visual yang menggunakan dimensi panjang dan lebar yang dapat di kaitkan dengan benda-benda dua dimensi dan tiga dimensi. Bentuk juga terbangun atas susunan garis yang terdiri

<sup>28</sup> Nilnan Ni'mah, Dakwah Komunikasi Visual, Islamic Communication Journal, Vol. 01, No. 01, Mei – Oktober 2016, 109

<sup>29</sup> Guruh Ramdani, *Desain Grafis* (Bogor: IPB Press, 2019), 14.

<sup>30</sup> Ilyunal Iqbal Kahfi, "Karakter Desain Dakwah Visual Pada Akun Instagram @lemonmove" (UIN Sunan Ampel Surabaya, 2021), Hal 23.

atas *Fill* (isi) dan *contour* (garis tepi). Bentuk dapat dikelompokkan berdasarkan dimensi dan susunannya. Yang dimaksud dengan bentuk dalam dimensi ialah bentuk yang mempunyai kesan dua dimensi seperti contohnya bulat, segitiga, poligon, jajar genjang, dan sebagainya. Sedangkan bentuk dalam susunannya yaitu bentuk yang beraturan maupun tidak beraturan seperti, mobil, rumah, awan, batu, pegunungan, dan sebagainya<sup>31</sup>.

c. Warna

Warna adalah salah satu elemen desain yang menjadi indikator pembeda antar subjek. Warna merupakan elemen yang penting dalam pembentukan suatu desain. Warna dapat dilihat dengan indera penglihatan. Prinsip kerja dari warna ialah cahaya menimpa benda lalu dipantulkannya cahaya tersebut ke mata sehingga terlihatlah suatu warna dalam sebuah benda. Tanpa adanya sinar, maka penglihatan seseorang tidak dapat melihat warna dari sinar pantulan tersebut<sup>32</sup>.

Warna dapat dibagi menjadi dua bagian yang akan dijelaskan sebagai berikut :

1) Warna Additive

Warna yang asalnya dari cahaya itu sendiri. Apabila warna utama dari warna cahaya (merah, hijau, dan biru) yang disatukan maka akan muncul sebuah warna putih. Sedangkan apabila dua warna primer yang disatukan maka akan terbentuk warna baru seperti warna cyan, magenta, dan kuning.

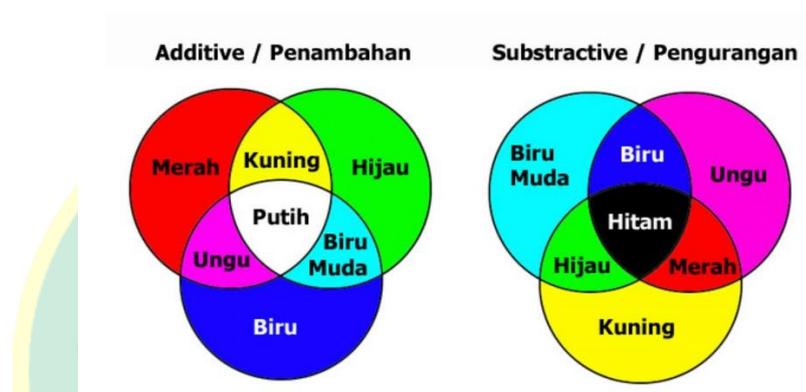
2) Warna Subtractive

---

<sup>31</sup> Ramdani, *Desain Grafis*, 15.

<sup>32</sup> Agus Setiawan, Toto Haryadi, and Auria F Yogananti, eds., *Rupa-Rupa; Komunikasi Visual Kekinian* (Yogyakarta: Suluh Media, 2017), 54.

Warna subtractive merupakan warna yang berasal dari pantulan cahaya. Warna-warna yang dihasilkan apabila dicampur, akan menghasilkan warna yang berbeda dari warna subtractive. Seperti contohnya apabila ketiga warna cahaya (magenta, cyan, dan kuning) digabungkan maka yang muncul ialah warna hitam. Dan apabila dua warna primer disatukan maka warna yang dapat muncul adalah warna merah, hijau dan biru.



Gambar 2. 1 Warna Additive dan Warna Subtractive<sup>33</sup>

Warna terbagi menjadi tiga tingkatan yaitu warna primer, sekunder dan tersier yang dapat dijelaskan sebagai berikut :

1) Warna primer (pokok)

Warna primer terdiri atas warna merah, kuning dan biru. Istilah dalam media komputer, warna primer adalah warna biru (cyan), merah (magenta), kuning (yellow), dan tambahan hitam (key) sehingga dikenal sebagai istilah CMYK. Sedangkan istilah RGB digunakan pada warna red, green dan blue. Warna primer merupakan warna utama karena warna-warna tersebut tidak dapat dibuat dengan percampuran warna lain.

2) Warna sekunder

<sup>33</sup> Hendri Hendratman, *Computer Graphyc Desain Edisi Revisi Ke-3* (Bandung: Informatika Bandung, 2017), 107.

Warna sekunder merupakan warna turunan pertama yang didapat dari penggabungan dua warna primer.

- a) Merah + Biru = ungu/ violet
- b) Merah + Kuning = oranye
- c) Kuning + Biru = hijau

### 3) Warna Tersier

Warna tersier adalah warna turunan yang didapat dari percampuran dua warna sekunder<sup>34</sup>.

#### d. Tipografi

Sebagai unsur pendukung sebuah desain visual, tipografi menjadi salah satu elemen yang penting sebab Laz Lo Moholoy mendefinisikan tipografi sebagai alat komunikasi, dimana tipografi memiliki bentuk yang paling kuat, jelas (*clarity*) dan terbaca (*legibility*)<sup>35</sup>. Tipografi adalah ilmu yang mempelajari huruf atau susunannya. Sebagaimana yang disampaikan oleh Kusrianto (2010) menyatakan bahwasannya tipografi merupakan seni dan teknik dalam merancang maupun menata aksara untuk menyusun suatu bentuk visual, baik cetak maupun non cetak<sup>36</sup>.

#### e. Ilustrasi

Ilustrasi adalah bidang seni yang mengerucut pada penggunaan gambar yang bukan dihasilkan oleh kamera atau unsur fotografi dalam memvisualisasikannya. Dengan kata lain, ilustrasi merupakan gambar yang dihasilkan secara manual<sup>37</sup>.

Menurut ungkapan Arntson, ilustrasi merupakan bidang seni yang khusus menggunakan gambar, representasi maupun ekspresi dalam membuat suatu visual statement. Ilustrasi

<sup>34</sup> Ramdani, *Desain Grafis*, 25

<sup>35</sup> Sri Wahyuningsih, *Desain Komunikasi Visual* (Bangkalan: UTM Press, 2015), 62

<sup>36</sup> Ramdani, *Desain Grafis*, 44

<sup>37</sup> Irene Hasian and Irsya Putri, "Analisis Elemen Desain Grafis Dari Visual Konten Instagram Indonesia Tanpa Pacaran Ditinjau Dari Teori Retorika," *Jurnal Magenta* 5, no. 01 (2021), 731.

merupakan cara yang efektif dalam menyajikan materi yang emosional, naratif serta fantasi<sup>38</sup>.

Bersumber langsung dari 99designs yang merupakan platform global yang menyajikan berbagai inspirasi dalam membuat suatu desain grafis menyebutkan 12 inspirasi desain grafis yang trend pada tahun 2022. Berikut beberapa desain yang trend pada tahun 2022<sup>39</sup>:

#### 1) 90s Nostalgia

Desain ini membawa kembali pada era tahun 80-an untuk menjadikan unsur utama dalam desain ilustrasinya. Desain ini juga menerapkan huruf serif gothic, warna neon, dan elemen-elemen yang mencirikan tahun 80-an.



Gambar 2. 2 Jenis Desain 90's Nostalgia

#### 2) Expressive and Experimental Lettering

Pada desain ini desainer menciptakan bentuk-bentuk yang ekspresif dengan menerapkan gaya huruf yang menantang perbedaan antara bentuk abstrak dan huruf yang dapat dibaca.

<sup>38</sup> Analisis Elemen Desain Grafis Dari Visual Konten Instagram Indonesia Tanpa Pacaran Ditinjau Dari Teori Retorika, 731.

<sup>39</sup> "12 Inspiring Graphic Design Trends for 2022," *99Designs*, last modified 2022, accessed June 12, 2022, <https://99designs.com/blog/trends/graphic-design-trends/>.



Gambar 2. 3 Jenis Desain Expressive and Experimental

### 3) Ukiyo-e *Flat* Design

Desain ini mengambil inspirasi dari seni vektor datar dan gubah kembali oleh seniman Ukiyo-e dari periode Edo Jepang.



Gambar 2. 4 Jenis Desain Ukiyo-e *Flat* Design

### 4) Daydream Doodles

Karya desain ini menerapkan kebebasan berfikir dalam menggambar sebuah ilustrasi. Bentuknya abstrak, dimana dalam karya ini dapat menggabungkan antara alat

digital dengan sentuhan manusia. Sehingga menciptakan desain yang mudah untuk didekati.



Gambar 2. 5 Jenis Desain Daydream Doodles

f. Layout (Tata Letak)

Layout adalah sebuah rancangan yang menggambarkan unsur-unsur komunikasi visual yang komunikatif, estetik, persuasif serta menarik<sup>40</sup>.

Menurut Rustan, layout dapat diartikan sebagai tata letak dari elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam suatu media, fungsi dari layout itu sendiri ialah sebagai pendukung konsep yang dibawa. Elemen layout itu sendiri terbagi menjadi elemen teks dan elemen visual<sup>41</sup>.

## 2. Karakter Elemen Desain

Karya desain merupakan satu kesatuan yang diciptakan dari beberapa elemen desain. Dari elemen-elemen desain yang membentuk suatu desain tentu memiliki sifat, karakter serta gayanya tersendiri sehingga pesan yang ada di dalam suatu desain dapat tersampaikan.

<sup>40</sup> Ramdani, *Desain Grafis*, 94

<sup>41</sup> Hasian and Putri, "Analisis Elemen Desain Grafis Dari Visual Konten Instagram Indonesia Tanpa Pacaran Ditinjau Dari Teori Retorika.", 733

Pada elemen-elemen desain dapat memperkaya imajinasi bagi yang melihatnya. Berikut beberapa uraian karakter dari setiap elemen desain visual :

a. Karakter Garis

Garis dalam suatu desain memiliki fungsi sebagai penuntun penglihatan. Garis juga dapat memperlihatkan berbagai emosi serta sifat didalamnya<sup>42</sup>. Berikut penjabaran dari karakter suatu garis yang terbentuk:

Tabel 2. 1 Jenis garis dan karakteristiknya<sup>43</sup>

No	Jenis Garis	Bentuk Garis	Karakter
1	Garis Lurus		Kesan yang diberikan adalah stabil, kuat, tenang, aspiratif, datar
2	Garis Vertikal		Memberi kesan kuat, tinggi, gagah, angkuh
3	Garis Horizontal		Kesan tenang, mengarahkan mata ke arah kanan dan kiri
4	Garis Diagonal		Memberi gambaran yang aman, semangat, gelora, perlawanan
5	Garis Lengkung	a. Lengkung ke atas 	Kesan akrab, gelora, inspirasi
		b. Lengkung ke bawah 	Kesan melemahkan, sensitif, melunakan
		c. Lingkaran 	Kesan yang sempurna

<sup>42</sup> Ernis, *Buku Ajar: Dasar Konsep Visual* (Padang: UNP, 2005), 4.

<sup>43</sup> Ramdani, *Desain Grafis*, 15

		d. S mendatar 	Kesan energik, penuh aktifitas
		e. Bergelombang 	Kesan penuh gejolak, dinamis
		f. Spiral 	Kesan tumbuh dari dalam
6	Garis Memancar		Kesan kehangatan, inspirasi, cahaya

### b. Karakter Bentuk

Dalam setiap bentuk memiliki karakteristik desain yang berbeda guna menyampaikan sebuah makna dari bentuk tersebut.

Tabel 2. 2 Jenis bentuk dan karakternya

Bentuk	Karakter
 Lingkaran	Memiliki makna koneksi, ketahanan, dinamis, sensual, cinta, komunitas
 Kotak	Memiliki makna teratur, aman, logis, berat, padat
 Segitiga	Memiliki makna berenergi, seimbang, hukum, ilmu pasti, dinamis, kuat, maskulin, agama
Non-Geometris	Memiliki makna terbaca, berkesan, sederhana, istimewa

### c. Karakter Tipografi

Mengingat pendapat dari Laz Lo Moholoy yang mendefinisikan tipografi memiliki bentuk yang paling kuat, jelas dan terbaca, maka tipografi pastilah memiliki karakter dari

setiap jenis hurufnya sehingga dapat mewakili dari desain yang terdapat unsur tipografi tersebut. Terdapat lima jenis huruf yang dapat dijabarkan sebagai berikut<sup>44</sup> :

**Tabel 2. 3 Karakter jenis tipografi**

1. Serif	
ABCabc 	<p><b>Pengertian:</b> Jenis huruf serif adalah mempunyai kaki (serif) yang bentuknya lancip pada ujung hurufnya. Ketebalan dan ketipisannya kontras pada garis-garis huruf. Fungsinya agar mudah dalam membacanya.</p> <p><b>Contoh jenis huruf:</b> Times New Roman, Garamond, Bodoni</p> <p><b>Karakter:</b> Menciptakan kesan klasik, elegan, resmi</p> <p><b>Penggunaan:</b> Dipergunakan untuk surat-surat resmi, buku-buku, surat kabar, dan lain-lain</p>
2. Sans Serif	
ABCabc 	<p><b>Pengertian:</b> Sans Serif diartikan sebagai tanpa sirip/ serif, dengan kata lain jenis huruf ini tidak memiliki sirip pada ujung hurufnya serta memiliki ketebalan huruf yang sama</p> <p>Contoh jenis huruf: Arial, Switzerland, Vaground, dan lain-lain</p> <p><b>Karakter:</b> Melambangkan lugas, sederhana, masa kini serta futuristik</p> <p><b>Penggunaan:</b> Biasa digunakan pada layar komputer</p>
3. Script	
<i>ABCabc</i> 	<p><b>Pengertian:</b> Huruf jenis ini menyerupai goresan tangan dengan media pena, kuas ataupun pencil tajam dan biasanya miring ke kanan. Terdapat dua jenis huruf <i>Script</i>, yaitu <i>Formal Script</i> dan <i>Casual Script</i></p> <p><b>Contoh jenis huruf:</b> <i>Kunstler Script</i> dan <i>Snell Roundhand</i></p> <p><b>Karakter:</b> Kesan yang timbul ialah sifat pribadi, akrab</p> <p><b>Penggunaan:</b> Menu, iklan, undangan, dan lain-lain</p>

<sup>44</sup> Lia Anggraini S and Kirana Nathalia, *Desain Komunikasi Visual: Dasar-Dasar Panduan Untuk Pemula*, ed. Ika Fibrianti (Bandung: Penerbit Nuansa Cendekia, 2018), 58-63.

4. Dekoratif	
	<p><b>Pengertian:</b> Jenis huruf dekoratif ini merupakan pengembangan dari bentuk-bentuk huruf yang sudah ada sebelumnya, hanya saja diberi tambahan hiasan dan ornamen ataupun garis-garis dekoratif</p>
	<p><b>Karakter:</b> Memiliki karakter yang bebas, kompleks, rumit, dekoratif serta ornamental</p>
	<p><b>Penggunaan:</b> Digunakan untuk judul atau heading</p>

#### d. Karakter Warna

Warna merupakan pencerminan sebuah citra serta kepribadian yang hendak disampaikan. Maka dari itu di dalam warna memiliki sifat serta karakter yang bermacam-macam<sup>45</sup>. Dalam penggunaan sebuah warna, seharusnya para desainer memperhatikan kesan apa yang ingin disampaikan, untuk itulah warna merupakan salah satu bentuk untuk menyampaikan pesan yang ingin disampaikan melalui karakter yang ada di dalam warna itu sendiri. Berikut adalah makna dari suatu warna<sup>46</sup>:

Tabel 2. 4 Warna dan karakteristiknya

Warna	Karakter
Merah	Menggambarkan agresifitas, berani, semangat, percaya diri, gairah, kuat, vitalitas
Merah Muda (Pink)	Menggambarkan kelembutan, menenangkan, feminin, cinta, kasih sayang
Biru	Menggambarkan harmonis, lapang, setia, tenang, sensitif, kepercayaan
Kuning	Menggambarkan persahabatan, optimis, senang, gembira, santai, penuh harapan, toleran, menonjol

<sup>45</sup> *Desain Komunikasi Visual: Dasar-Dasar Panduan Untuk Pemula*, 37.

<sup>46</sup> *Desain Komunikasi Visual: Dasar-Dasar Panduan Untuk Pemula*, 38.

Hijau	Menggambarkan natural, sehat, fertilitas, subur, beruntung
Orange	Melambangkan ceria, hangat, segar, semangat, keseimbangan, berenerjik, sosialisasi
Ungu	Melambangkan spiritual yang mistis, magis, misterius. Selain itu juga dapat melambangkan kekayaan, bangsawan
Coklat	Melambangkan kenyamanan, sejahtera, anggun dan elegan
Abu-Abu	Menggambarkan sederhana, futuristik, millenium serta intelek
Hitam	Menggambarkan kuat, percaya diri, penuh perlindungan, maskulin, elegan, isterius serta dramatis

Selain itu, warna juga telah menjadi bagian dari budaya, hubungan tersebut erat kaitannya dengan persepsi masyarakat itu tersendiri. Sebab, warna memberikan pengalaman tersendiri pada setiap budaya yang ada. Berikut tabel mengenai hubungan anatara warna dengan budaya yang disampaikan oleh Terry Lee Stone<sup>47</sup>:

**Tabel 2. 5 Simbol karakter dengan budaya masyarakat**

<b>Warna</b>	<b>Simbol Karakter</b>	<b>Kaitan dengan Budaya pada Masyarakat</b>
Merah	Melambangkan: Matahari, Api Karakter: Kehangatan, cinta, energi, kekuatan, semangat, amarah, peperangan, kekejaman	Kebudayaan di Ivory Coast, Afrika: Merah Gelap melambangkan kematian
Kuning	Melambangkan: Matahari, Cahaya Matahari Karakter: cerdas, bijaksana, optimis, gembira, cemburu, pengecut tipu daya, kewaspadaan	Di India: Warna kuning menyimbolkan pedagang atau petani

<sup>47</sup> Setiawan, *Rupa-Rupa; Komunikasi Visual Kekinian*, 57

		Di Jepang: Kuning melambangkan keberanian
Biru	Melambangkan: Laut, langit Karakter: Ilmu pengetahuan, damai, maskulin, loyalitas, setia, adil, dingin, depresi, ketidakacuhan	Di Eropa: biru melambangkan cinta Di China: Biru menggambarkan warna untuk anak perempuan
Hijau	Melambangkan: Tanaman, alam dan lingkungan Karakter: Kesuburan, uang, pertumbuhan, penyembuhan, alami, selaras, muda, jujur, racun, keserakahan, korosi	Hijau menjadi simbol budaya kaum muslim
Ungu	Melambangkan: Royalti, spiritualitas Karakter: kemewahan, imajinasi, bijaksana, kebangsawanan, mistik, kegilaan	Di Amerika Latin: Ungu melambangkan kematian
Orange	Melambangkan: Musim gugur, buah orange Karakter: kreatif, unik, energik, aktif, kesehatan, kasar, kebisingan	Warna orange menjadi simbol negara Belanda
Hitam	Melambangkan: Malam, Gelap, kematian Karakter: kekuasaan, kuat, elegan, formal, serius, harkat dan martabat, sunyi, misteri, ketakutan, kerahasiaan, kekosongan	Di Amerika, Eropa, Jepang: Warna hitam melambangkan pemberontakan
Putih	Melambangkan: Cahaya, Kesucian Karakter: sempurna, kebersihan, kebijakan, kepolosan, lembut, sederhana, kebenaran, rapuh, isolasi	Di India: warna putih menggambarkan tidak bahagianya wanita yang sudah menikah
Abu-Abu	Karakter: netral, seimbang, keamanan, kehandalan, kerendahan hati, klasik, kedewasaan, kecerdasan, mendung, keruh, kebosanan, sedih, ragu-ragu	Di Amerika: Abu-abu melambangkan persahabatan

### 3. Struktur Visual Konten Dakwah Pada Instagram

Pada umumnya Elemen desain yang dapat ditemukan dalam postingan dakwah visual pada instagram ialah berupa Visual, teks serta mandatori. Berikut perincian dari unsur Visual teks dan mandatori<sup>48</sup>:

Tabel 2. 6 Struktur visual konten pada instagram

No	Elemen Desain	Elemen Desain Poster Dakwah
Visual		
1.	Imaji	Elemen utama yang menggambarkan keseluruhan desain dan pesan yang ingin disampaikan yakni berupa foto (gambar) alam, manusia atau lingkungan
2.	Rupa dan Bentuk	Berupa bangunan, objek pendukung, tekstur, garis dan lain sebagainya
3.	Warna	Merupakan elemen pendukung untuk menjadikan karya lebih menarik
Teks		
1.	Tajuk	Tajuk merupakan teks utama atau inti sari yang mempresentasikan pesan pada sebuah desain. Taju dapat berupa ayat al-Qur'an, hadist maupun dawah dari seorang guru atau ulama
2.	Anak Tajuk	Anak tajuk merupakan kalimat untuk menambahkan penjelasan dari tajuk
3.	Bodycopy	Bodycopy merupakan kalimat utuh dari sebuah tajuk atau bisa dikatakan

<sup>48</sup> Muntazori, "Dakwah Visual: Ekspresi Keimanan Seorang Muslim Dalam Poster Digital.", 94

		sebagai kalimat penjelas dari sebuah kalimat utama
Mandatori		
1.	Logo	Merupakan sebuah identitas dari sebuah akun Instagram. Akun instagram tersebut berupa akun sebuah instansi islam, organisasi, dan lain lain
2.	Akun Instagram	Berupa nama akun pribadi sang kreator, desain, ataupun pendakwah tersebut.

#### **D. Instagram Sebagai Media Berdakwah**

Dengan melihat perkembangan teknologi, media sosial membukakan pintunya sebagai moda utama dalam berkomunikasi. Peran media sosial tidak hanya sebagai tempat antar manusia mengirim pesan melalui teks, melainkan kini peran media sosial menjadi lebih kompleks. Peran media sosial khususnya instagram menawarkan berbagai macam fiturnya yang mendukung bagi para penggunanya untuk mengirim pesan berupa audio, audio visual ataupun visual, sehingga hal tersebut merupakan kesempatan penggunanya untuk memasang iklan, berbisnis online bahkan berdakwah.

Terlebih Nabi Muhammad SAW menegaskan kepada para umatnya bahwasannya sebagai umat islam untuk mengupayakan diri dalam berdakwah meskipun hanya satu ayat serta berbagi ilmu pengetahuan bagi semua. Hal tersebut merupakan tanggungjawab moril yang harus dilaksanakan umat islam.

Dengan kewajiban diri untuk mengupayakan memberi suatu pesan dakwah yang baik kepada mad'u, dirasa pemanfaatan Instagram untuk berdakwah cukup efektif, sebab dengan fleksibel mad'u dapat menerima pesan dakwah tidak harus dengan bertatap muka. Selain itu, para

desainer atau dengan kata lain dapat juga disebut sebagai pendakwah ini dapat membuat konten dakwah yang lebih menarik dengan menggunakan unsur-unsur pada audio, audio visual maupun visual. Sehingga konten dakwah yang diberikan tidak jenuh untuk dilihat dan didengarkan.

#### E. Dakwah Bil Qalam Melalui Desain Dakwah Visual

Bil Qalam berasal dari Bahasa Arab. Jika Dakwah Bil Qalam ditulis dengan gramatikal Bahasa Arab ialah *ad-da'wah bi al-qalam* yang disitu terdapat dua kata yakni da'wah dan Qalam. Dakwah bil Qalam yaitu suatu upaya menyeru manusia dengan memakai cara yang bijaksana untuk menuju jalan yang benar sesuai dengan perintah Allah SWT melalui seni tulisan<sup>49</sup>. Sebagaimana penggunaan nama Qalam merujuk kepada firman Allah SWT Surah Al-Qalam ayat 1 yang berbunyi

ن وَالْقَلَمِ وَمَا يَسْطُرُونَ

Terjemah Kemenag 2019

Artinya:

“ *Nūn. Demi pena dan apa yang mereka tuliskan,* ”

Sebelum adanya internet, metode Dakwah Bil Qalam ini diterapkan pada sebuah buku, majalah, surat kabar, jurnal dan lain sebagainya. Seiring dengan perkembangan teknologi, metode Dakwah Bil Qalam semakin banyak ragam media untuk menyebarkan pesan dakwah. Kini para pegiat dakwah semakin kreatif serta inovatif dalam melakukan kegiatan dakwahnya. Penggunaan media sosial menjadi salah satu pokok media penyebarluasan pesan dakwah yang lebih efisien, melihat kini banyak dari masyarakat yang telah merubah pola komunikasinya dengan memanfaatkan media sosial. Media sosial digunakan para pegiat dakwah untuk menyampaikan pesan dakwahnya baik itu secara visual maupun audiovisual.

<sup>49</sup> Fitria dan Aditia, “Prospek Dan Tantangan Dakwah Bil Qalam Sebagai Metode Komunikasi Dakwah.”, 226

Terkait dengan pengertian Metode Dakwah Bil Qalam, desain komunikasi visual dirasa tepat dalam menerapkan metode dakwah Bil Qalam. Dimana media visual ini menerapkan elemen-elemen desain. Elemen-elemen tersebut dapat berupa titik, garis, bentuk, bidang, serta tulisan. Sebagaimana yang telah disebut tadi, salah satu elemen yang penting adalah tulisan atau dalam bahasan desain visual biasa disebut tipografi. Maka dari pernyataan tersebut, Metode Dakwah Bil Qalam berkaitan erat dengan desain komunikasi visual. Metode Dakwah Bil Qalam ini juga merupakan penyempurna dari kelemahan-kelemahan yang ada pada metode dakwah yang hanya dilakukan dengan lisan.

Konten dakwah yang diimplementasikan ke dalam sebuah karya desain visual ini menjadi jalan yang baik serta lebih efektif sebab dakwah bil qalam itu sendiri pada dasarnya berdakwah melalui tulisan sedangkan jika hanya melalui tulisan ini akan sangat membosankan, maka dari itu mengimplementasikan sebuah dakwah tulisan ke dalam sebuah karya visual ini akan lebih menarik perhatian mad'u sehingga pesan dakwah akan lebih tercerna oleh para pembacanya.

## **F. Semiotika Ferdinand de Saussure**

### **1. Pengertian Semiotik**

Semiotik sendiri adalah ilmu tentang tanda-tanda. Menurut Preminger semiotik berarti fenomena sosial atau masyarakat serta kebudayaan yang merupakan tanda-tanda. Di dalam semiotik mempelajari mengenai sistem-sistem, aturan-aturan, konvensi-konvensi yang dapat memungkinkan dalam tanda tersebut terdapat sebuah arti<sup>50</sup>.

Menganalisis dengan menggunakan semiotika berupaya menemukan makna dari sebyah tanda serta hal yang tersembunyi dibalik sebuah tanda (teks, iklan, berita). Sebab sistem tanda sangatlah kontekstual dan bergantung pada penggunaan tanda

---

<sup>50</sup> Kriyantono Rachmat, *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif Dan Kualitatif* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2020), 223.

tersebut. Pemikiran makna dari sebuah tanda dapat berangkat dari berbagai konstruksi sosial dari masyarakat sebagai tempat dimana penggunaan tanda tersebut berada<sup>51</sup>.

Arti dari kata “tanda” itu sendiri memiliki arti yang luas. Menurut Peirce membedakan tanda sebagai lambang (symbol), ikon (*icon*), dan indeks (*index*). Lambang adalah tanda yang menggambarkan hubungan tanda yang sudah terbentuk secara konvensional. Contoh yang dapat diambil ialah warna merah jika di Indonesia berarti berani, tetapi jika di negara lain belum tentu warna merah dapat berarti berani. Lalu ikon ialah suatu tanda yang menggambarkan hubungan tanda yang mengandung unsur kemiripan, contohnya foto yang ada di dalam KTP merupakan ikon dari orang pemilik KTP tersebut bukan orang tersebut yang sebenarnya, contoh lain patung kuda merupakan ikon dari seekor kuda bukan kuda yang sebenarnya. Sedangkan indeks adalah sebuah tanda yang menggambarkan hubungan tanda yang acuannya adalah adanya kedekatan eksistensi. Contohnya asap merupakan tanda adanya sebuah api<sup>52</sup>.

## 2. Model Analisis Semiotik Ferdinand Saussure

Menurut Saussure tanda terdiri dari<sup>53</sup>.

- a. Keberadaan fisik suatu tanda seperti bunyi serta gambar yang memiliki makna, disebut *signifier*
- b. Konsep-konsep yang ada di dalam bunyi-bunyi maupun gambar, dapat disebut *signified*
- c. Signifier dan *signified* yang merupakan kultural yaitu relasi diantara keduanya yang bersifat manasuka (arbitrer)

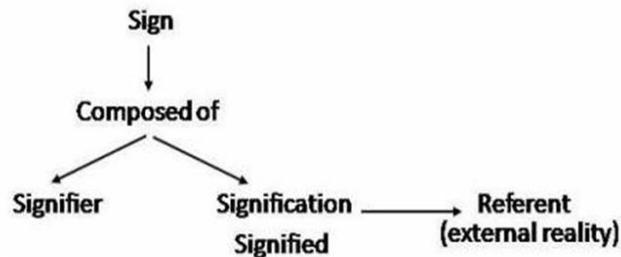
---

<sup>51</sup> *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif Dan Kualitatif*, 223

<sup>52</sup> *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif Dan Kualitatif*, 224

<sup>53</sup> *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif Dan Kualitatif*, 226

Berikut penggambaran analisis data Ferdinand De Saussure:



Gambar 2. 6 Model Semiotika Ferdinand De Saussure

Tanda (*sign*) adalah sesuatu yang bentuknya fisik yang dapat dilihat dan didengar yang biasanya merujuk pada sebuah objek yang ingin dikomunikasikan. Objek tersebut dapat disebut dengan referent. Contoh yang dapat kita ambil dapat digambarkan sebagai berikut <sup>54</sup>:

Tabel 2. 7 Contoh Analisis Metode Ferdinand De Saussure

Signifier	Signified
Kata “pohon”	Tanaman besar
Bunga mawar	Tanda Cinta

<sup>54</sup> Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif Dan Kualitatif, 227

### BAB III

## METODE PENELITIAN

### A. Jenis Penelitian

Metode penelitian digunakan untuk memperoleh hasil penelitian yang lebih terarah. Penulis menggunakan analisis deskriptif kualitatif, suatu strategi untuk mendeskripsikan data secara sistematis, faktual, dan akurat.<sup>55</sup> dengan menekankan pada isinya baik itu berupa teks, gambar atau symbol. Metode ini dipakai untuk memperoleh data yang detail dan data yang bermakna<sup>56</sup>. Tambahan dari Moleong yaitu dengan menggunakan metode ini berarti peneliti menganalisa kata, gambar bukan angka yang diperoleh dari berkas wawancara, catatan observasi, foto, video bahkan dokumen pribadi, memo, atau dokumen lainnya yang mendukung penguatan data yang diteliti<sup>57</sup>.

Dalam penelitian ini, model Miles dan Huberman dipilih untuk proses analisis data. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui serta menjelaskan elemen-elemen serta konsep karakter desain apa saja yang terdapat pada isi konten dakwah yang dimuat oleh akun Instagram @istgfr.id.

### B. Subjek dan Objek Penelitian

#### 1. Subjek Penelitian

Untuk memperoleh informasi yang cukup tentang pertanyaan penelitian, peneliti memerlukan beberapa sumber yang relevan. Dalam penelitian ini peneliti meliputi subjek yakni *founder* sekaligus *desainer* dari konten-konten yang ada pada @istgfr.id

---

<sup>55</sup> Kriyantono Rachmatt, *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif Dan Kualitatif* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2020), 62

<sup>56</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2012), 8 - 9

<sup>57</sup> Khabib Alia Akhmad, "Pemanfaatan Media Sosial Bagi Pengembangan Pemasaran UMKM," *Jurnal Data.com* 09, no. 01 (2015), 47

bernama Akbar Ditya Ridhani. Wawancara online tersebut dilaksanakan melalui chat media sosial Whatsapp.

## 2. Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan suatu sasaran dalam sebuah penelitian yang segera harus dicapai untuk mendapatkan jalan maupun solusi atas terkait apa yang penulis atau peneliti dari permasalahan yang sedang terjadi<sup>58</sup>.

Subjek penelitian ini mengambil beberapa postingan dari akun Instagram @istgfr.id, yang nantinya akan dikaji dengan analisis semiotika oleh Ferdinand De Saussure

## C. Sumber Data

Dasar sumber data yang penulis peroleh sendiri adalah informasi yang diperoleh dari beberapa informan dengan menggunakan dua jenis sumber data yang diuraikan sebagai berikut:

### 1. Sumber Primer

Sumber data primer ialah data yang didapat langsung dari sumber penelitian dengan memanfaatkan alat pengumpulan data yang tertuju pada topik yang dicari. Sumber data primer adalah konten dakwah visual untuk akun Instagram @istgfr.id. Konten-konten yang dipilih sebagai sumber data ialah konten yang diposting pada rentang bulan Februari sampai bulan Juli 2021 dan nantinya akan difilter kembali berdasarkan like terbanyak serta memiliki fokus terhadap tiga tema yaitu akidah, akhlaq serta syariah.

Berikut data postingan akun @istgfr.id pada bulan Februari samapi bulan Juli 2021:

---

<sup>58</sup> Muhammad Ferdiansyah, "Asesmen Terhadap Keterampilan Mahasiswa Bimbingan Dan Konseling Dalam Menyusun Skripsi Penelitian Kualitatif," *Jurnal Fokus Konseling* 2, no. 2 (2016), 128

Tabel 2. 8 Postingan Konten Dakwah Instagram @istgr.id

No	Tanggal Posting	Judul Konten	Jumlah Like	Jumlah Komen-tar	Link Konten
1	6 Februari	Protokol Ketaatan	1368	10	<a href="https://www.instagram.com/p/CK82TmqhsRG/?igshid=MDJmNzVkMjY=">https://www.instagram.com/p/CK82TmqhsRG/?igshid=MDJmNzVkMjY=</a>
2	7 Februari	Valentine No Akhi/ Ukhti	884	11	<a href="https://www.instagram.com/p/CKbpvph1UO/?igshid=MDJmNzVkMjY=">https://www.instagram.com/p/CKbpvph1UO/?igshid=MDJmNzVkMjY=</a>
3	22 Februari	Akibat Sekulerisme: Pegang Anjing Najis, Gandeng Pacar Halal	1347	19	<a href="https://www.instagram.com/p/CLmDb3hBkeH/?igshid=MDJmNzVkMjY=">https://www.instagram.com/p/CLmDb3hBkeH/?igshid=MDJmNzVkMjY=</a>
4	26 Februari	Allah Menginginkan Kebaikan Buat Kita	938	6	<a href="https://www.instagram.com/p/CLwWkg1hq6G/?igshid=MDJmNzVkMjY=">https://www.instagram.com/p/CLwWkg1hq6G/?igshid=MDJmNzVkMjY=</a>
5	7 Maret	Peringatan Untuk Diri Sendiri	922	3	<a href="https://www.instagram.com/p/CMHkJfuBBjf/?igshid=MDJmNzVkMjY=">https://www.instagram.com/p/CMHkJfuBBjf/?igshid=MDJmNzVkMjY=</a>
6	15 Maret	<i>Shalawat</i>	907	2	<a href="https://www.instagram.com/p/CMcNnDphXZi/?igshid=MDJmNzVkMjY=">https://www.instagram.com/p/CMcNnDphXZi/?igshid=MDJmNzVkMjY=</a>
7	27 Maret	<i>Good looking</i>	806	6	<a href="https://www.instagram.com/p/.C">https://www.instagram.com/p/.C</a>

					<a href="https://www.instagram.com/p/C2M2Y=M65XrqhDpk/?igshid=YmMTA2M2Y=">M65XrqhDpk/?igshid=YmMTA2M2Y=</a>
8	23 Mei	Syawal: Kalo Gak Nikah Ya Paling Gak Puasa Sunnah	710	2	<a href="https://www.instagram.com/p/C2M2Y=PNzz2fB9EH/?igshid=YmMyMTA2M2Y=">https://www.instagram.com/p/C2M2Y=PNzz2fB9EH/?igshid=YmMyMTA2M2Y=</a>
9	11 Juni	Cinta Yang Berlebih	1195	20	<a href="https://www.instagram.com/p/C2M2Y=tP_RBfBz/?igshid=MDJmNzVkMjY=">https://www.instagram.com/p/C2M2Y=tP_RBfBz/?igshid=MDJmNzVkMjY=</a>
10	19 Juni	Manajemen Waktu Dalam Islam	1328	9	<a href="https://www.instagram.com/p/C2M2Y=QTNR4mhgZg/?igshid=MDJmNzVkMjY=">https://www.instagram.com/p/C2M2Y=QTNR4mhgZg/?igshid=MDJmNzVkMjY=</a>

Setelah memperoleh data primer berupa konten-konten yang ada di dalam instagram @istgfr.id, penulis meneliti 10 Postingan dengan kategori like terbanyak serta berdasarkan pesan aqidah, akhlakdan syariah. Alasan memilih konten yang memiliki like terbanyak sebab artinya dalam konten tersebut diterima dengan baik oleh followersnya, dan aspek lain yang dapat dilihat, bisa jadi pemilihan elemen-elemen desain yang menarik serta *related* dengan kehidupan si pembaca, sehingga konten tersebut memiliki like serta komentar yang cukup banyak.

## 2. Sumber Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber yang diambil dari sumber lain atau referensi untuk memberikan masukan yang dapat mendukung dan mendukung data yang dibuat oleh peneliti.

Penelitian ini, penulis memperoleh data dari buku, artikel, jurnal, penelitian sebelumnya, dokumen yang berkaitan dengan masalah dalam penelitian, serta hasil wawancara dengan admin

akun instagram @istgfr.id, dengan kata lain admin tersebut sebagai pengelola instagram dan sekaligus sebagai desainer dari konten-konten yang telah diposting.

#### **D. Metode Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan teknik yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data. Peneliti soyogianya memperoleh data yang relevan sehingga data yang diperoleh berkaitan langsung dengan masalah yang diriset. Maka dari itu peneliti melakukan beberapa metode teknik dalam mengumpulkan dan memperoleh berbagai informasi yang diperlukan untuk pencapaian tujuan penelitian. Dalam riset kualitatif, Teknik pengumpulan data meliputi 3 metode yakni:

1. Observasi

Observasi dilaksanakan dengan mengamati subjek. Proses melakukan observasi dilakukan dengan mengkaji subjek penelitian dan karakteristik desain dakwah visual pada subjek.

2. Wawancara

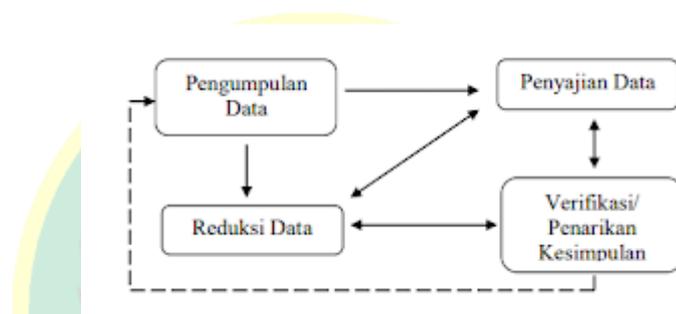
Wawancara dilakukan secara online melalui direct message Instagram atau chat dengan pengelola akun Instagram @istgfr.id melalui Whatsapp. Tujuan wawancara adalah untuk memperdalam dan menciptakan informasi yang akurat sehingga Anda dapat dengan mudah menjelaskan informasi terkait konten yang nantinya diunggah ke akun Instagram @istgfr.id

3. Dokumentasi

Metode dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan semua informasi yang dapat digali dari akun Instagram @istgfr.id. Data-data yang telah diperoleh diambil secara *online* melalui akun tersebut lalu didokumentasikan dengan cara *screenshot*.

### E. Analisis Data

Proses analisis data ialah proses secara sistematis mengambil dan menyusun data wawancara, catatan lapangan, dan dokumen. Lalu data dimasukkan kedalam kategori, jelaskan dalam unit, sintesis, lalu disusun dengan pola, mengurutkan, dan pilih. Proses tersebut penting untuk mempelajari dan menarik kesimpulan agar mudah dipahami<sup>59</sup>. Pada intinya, analisis data ialah cara penyederhanaan data ke sebuah format yang gampang untuk dibaca dan diinterpretasikan. Komponen analisis data tersebut tertuang dalam model interaktif sebagai berikut :



Gambar 3. 1 Analisis Data Model Interaktif

Berdasarkan gambar diatas maka dapat diketahui tahapan dalam melakukan proses analisis data kualitatif. Data kondensasi mengacu pada proses pemilihan, fokus, menyederhanakan serta mengubah data lapangan mejadi sebuah paragraf yang utuh yang diambil dari transkrip wawancara, dokumentasi, serta materi-materi empiris<sup>60</sup>

<sup>59</sup> Sugiyonoo, *Metode Kualitatif*, 3rd ed. (Bandung: Alfabeta, 2020), 131

<sup>60</sup> Kriyantono Rachmat, *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif Dan Kualitatif*, 359

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Akun Instagram @istgfr.id

##### 1. Tentang Istgfr.id



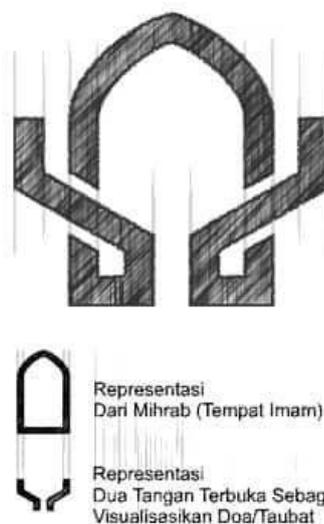
Gambar 4.2 Logo Profil Akun Instagram  
@istgfr.id



Gambar 4.1 Logo Official  
Instagram @istgfr.id

Jika membaca dari username akun @istgfr.id, sekilas akan terbaca menjadi istighfar.id. Bukan tanpa sebab, penggunaan username @istgfr.id memang bertujuan agar pembaca dapat menyebutnya sebagai kata istighfar hanya saja dipersingkat dari setiap huruf vokalnya menjadi istgfr. Kata istghfar merupakan kalimat yang memiliki arti memohon ampunan dalam bahasa arab.

Foto profil Istgfr.id menggunakan logo dengan visual yang mendominasi pada penggunaan beberapa unsur garis yang membentuk sebuah bidang dengan memilih warna putih sebagai logo utama dan warna merah sebagai *backgroundnya*. Dalam menentukan sebuah logo untuk kepentingan sebuah branding baik itu sebuah produk sampai akun sosial media, tentu harus memiliki filosofinya tersendiri. Tidak lain pembuatan logo bertujuan agar menjadi pembeda serta ciri khas sebuah akun media sosial. Berikut filosofi dari logo akun Instagram @istgfr.id:



**Gambar 4.3 Filosofi Logo Instagram**

@istgfr.id

Makna yang dapat ditangkap dari logo tersebut ialah sebuah representasi dari Mihrab (tempat imam) serta tangan yang sedang menengadahkan memvisualisasikan sebagai bentuk memohon ampunan. Tentu representasi tersebut sangat berkaitan dengan username Istgfr.id sebab tujuan dari adanya akun dakwah ini ialah sebagai imam (contoh) bagi para mad'u untuk mengambil manfaat dari setiap postingannya dengan tujuan agar senantiasa dekat dengan Allah dan menjadi penggugur dosa-dosa<sup>61</sup>.

Terhitung sejak bulan Juni tahun 2022, Istgfr.id memiliki pengikut sebanyak 14,9 ribu serta jumlah unggahan sebanyak 391 postingan. Akun tersebut pertama kali didirikan pada bulan September 2018 oleh Akbar Ditya Ridhani, *founder* sekaligus desainer pada konten-konten yang diposting pada akun instagram @istgfr.id. Ketertarikan serta kemampuannya pada seni terutama seni visual serta lingkungan yang mendukung untuk berdakwah sehingga mendapatkan wasilah untuk membuat akun sosial media yang memuat konten-konten dakwah yang

<sup>61</sup> Wawancara online pada 23 Juni 2022 melalui Whatsapp

di tuangkan dalam desain visual. Menggunakan bahasa yang sederhana serta dikemas ke dalam desain visual yang menarik, merupakan tujuan dari desainer (*founder*) agar pembaca dapat tertarik sehingga pembaca dapat pesan dakwah di dalamnya dapat tersampaikan secara gamblang. Selain itu pemilihan kalimat yang sederhana membuat pembaca tidak bosan dalam memaknai sebuah kalimat.

## 2. Dakwah Istgfr.id

Dalam membangun sebuah karya visual untuk kepentingan dakwah pada akun tersebut, founder sekaligus desainer Istgfr.id tidak memiliki jadwal khusus untuk mengunggah postingan dakwahnya. Selain itu penentuan tema dakwah yang dibuat disesuaikan oleh kondisi saat itu serta diambil secara random sebab konsep dakwah dari istgfr.id ini ialah dakwah kaffah (menyeluruh) baik akhlaq, aqidah, muamalah, pergaulan, sampai sistem pemerintahan kemudian dikaji serta dipilih yang baik dan pas untuk di unggah

Pesan dakwah yang disampaikan melalui akun Instagram @istgfr.id disampaikan melalui visual dengan menerapkan warna yang solid, ilustrasi yang minimalis dengan elemen-elemen yang sederhana serta konsisten menggunakan satu ciri khas animasi yang dibuatnya. Hal tersebut menjadi nilai lebih dibandingkan dengan karya visual dakwah pada akun lain.

Gaya penyampaian dakwah pada akun @istgfr.id disajikan dengan menyesuaikan gaya bahasa anak muda, menggunakan bahasa yang sederhana dan kekinian. Hal tersebut dibuat agar mudah untuk dipahami dan dimengerti oleh pembacanya. Dalam setiap karya visualnya, setiap unggahan memiliki kalimat penjelas dari topik yang diangkat baik itu melalui slide lanjutan maupun melalui caption dibawah sebuah postingan nya sehingga para pembaca tidak keliru dalam memaknai sebuah topik atau judul yang tertera pada *headline*. Pesan dakwah yang ada pada akun tersebut mendapatkan respon yang baik, hal tersebut

dapat dilihat dari jumlah *followers* dan *like* dalam setiap postingan yang diunggahnya.

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

Desain komunikasi visual hakikatnya merupakan penyampaian suatu informasi dengan menerapkan elemen-elemen visual diantaranya tipografi, ilustrasi serta warna. Desain visual tersebut diambil dari salah satu akun dakwah Instagram @istgfr.id. Konten-konten tersebut diambil sejumlah 10 postingan yang dijadikan objek penelitian. Objek penelitian tersebut dikumpulkan lalu dianalisis menggunakan teori Semiotika Ferdinand De Saussure.

Teori Semiotika Ferdinand De Saussure sendiri merupakan prinsip dimana penanda (*Signifier*) yang diartikan sebagai hal yang ditangkap oleh pikiran seperti gambar visual, bunyi. Lalu petanda (*signified*) merupakan makna atau pesan yang ditangkap oleh pikiran. Hubungan antara penanda dan petanda disebut *Signification* yang artinya upaya memberi suatu makna.

Berikut adalah 10 judul konten dakwah yang akan dianalisis dari akun Instagram @istgfr.id:

### 1. Protokol Ketaatan

Konten berjudul Protokol Ketaatan ini diunggah pada tanggal 6 Februari 2021 dengan jumlah like sebanyak 1368 serta 10 komentar dari para followers-nya. Pesan dakwah pada konten tersebut bertema aqidah.

Berikut analisis elemen-elemen visual yang ada pada konten tersebut berdasarkan analisis semiotika Ferdinand De Saussure:



Gambar 4.4 Postingan Protokol Ketaatan

Elemen	Penanda ( <i>signifier</i> )	Petanda ( <i>signified</i> )
Tipografi	Swab Hatimu dengan Al-Qur'an	Swab dapat diartikan sebagai mengusap. Konotasi kata mengusap ialah membersihkan. Jadi arti dari kalimat tersebut adalah membersihkan hati dengan membaca Al-Qur'an.
	Cuci tanganmu dengan sedekah	Sedekah merupakan perbuatan memberi, memberi identik dilakukan dengan uluran tangan. Cuci tangan merupakan perbuatan membersihkan. Kaitannya ialah tangan yang digunakan untuk berbuat dosa digantikan dengan pahala bersedekah.
	Vaksin Jiwamu dengan Dzikir	Vaksin merupakan suatu zat yang dimasukan ke dalam tubuh manusia. Vaksin juga baik untuk kesehatan agar terhindar dari penyakit. Lalu Dzikir merupakan amal ibadah yang baik. Maka hubungannya adalah memasukan suatu yang baik dengan melakukan dzikir
	Jaga Jarak dengan Maksiat	Jaga jarak merupakan kata kerja dari menjauhi. Maksiat merupakan perbuatan yang buruk. Kaitan antara

		keduanya adalah menjauhi dari maksiat
Ilustrasi	Gambar setengah badan seseorang sedang membaca kitab suci Al-Qur'an	Ilustrasi mendukung kalimat <i>headline</i> yang bertajuk membersihkan hati dengan membaca Al-Qur'an
	Gambar seorang pengemis dan pemberi	Menggambarkan seorang mengulurkan tangannya memberikan sedekah kepada seorang pengemis. Uluran tangan menandakan sebuah kegiatan bersedekah
	Gambar seorang sedang menengadah kedua tangannya dan memegang tasbih	ilustrasi menengadahkan tangan artinya sedang berdoa. Sedangkan tasbih merupakan alat yang digunakan untuk berdzikir.
	Gambar seseorang sedang duduk disamping tanda X	Gambar X memiliki arti dilarang. Larangan tersebut terletak di kursi. Menandakan larangan untuk tidak duduk pada tanda itu. Artinya adanya jarak antara kursi satu dengan lainnya.
Warna	<i>Background</i> warna putih dan abu-abu	Warna putih mempresentasikan bersih, bijaksana, sederhana. Sedangkan abu-abu melambangkan sederhana, millenium, futuristik

*Signification:*

**Pertama**, elemen tipografi yang ada di dalamnya terdiri dari empat *headline* yang masing-masing memiliki topik yang berbeda tetapi menunjukkan satu tema yang sama yaitu membahas mengenai protokol hanya saja dihubungkan dengan ketaatan dalam beragama. Elemen-elemen tipografi tersebut terdiri dari kata “Swab Hatimu dengan Al-Qur'an”, “Cuci Tanganmu dengan Sedekah”, “Vaksin Jiwamu dengan Dzikir”, “Jaga Jarak dari Maksiat”. Keempat *headline* tersebut menggunakan jenis huruf Sans Serif dengan tipe *Montserrat*. Font *Montserrat* dipakai sebab font jenis ini masuk ke dalam jenis Sans serif dimana memiliki makna yang lugas, sederhana serta futuristik.

Dalam postingan tersebut pesan dakwah yang dapat di pelajari adalah mematuhi perintah Allah SWT dengan mengamalkan perbuatan baik seperti membaca al-qur'an, berdzikir, bersedekah, serta menjauhi dari perbuatan maksiat.

Sebagai seorang muslim, bertaqwa serta menjalani segala amal perbuatan yang baik merupakan suatu kewajiban. Sebab Allah SWT berfirman pada surat Al Lail yang berbunyi:

فَأَمَّا مَنْ أَعْطَىٰ وَاتَّقَىٰ  
وَصَدَّقَ بِالْحُسْنَىٰ  
فَسَنُيَسِّرُهُ لِلْيُسْرَىٰ

Terjemah Kemenag 2019

Artinya:

*“Siapa yang memberikan (hartanya di jalan Allah) dan bertakwa, serta membenarkan adanya (balasan) yang terbaik (surga), Kami akan melapangkan baginya jalan kemudahan (kebahagiaan).”*

Ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah Swt bersumpah akan memberikan balasan yang terbaik berupa pahala dan surga diakhirat kelak bagi hamba yang gemar bersedekah dan bertaqwa kepada-Nya, serta meyakini akan adanya pahala baginya<sup>62</sup>.

**Kedua**, aspek Ilustrasi. Ilustrasi yang ada pada konten dakwah berjudul Protokol Ketaatan tersebut menggunakan empat animasi yakni seorang sedang membaca Al-Qur'an, seorang sedang bersedekah kepada seorang pengemis, seorang sedang berdzikir serta seorang sedang duduk di kursi yang terdapat tanda jaga jarak. Ilustrasi-ilustrasi tersebut mendukung topik pada konten tersebut.

**Ketiga**, mengenai elemen warna. *Background* pada konten tersebut menggunakan warna putih dan abu-abu. Sedangkan ilustrasi didominasi menggunakan warna merah dan ungu. Warna putih mempresentasikan bentuk kesucian, bersih, bijaksana sedangkan abu-abu menampilkan kesan yang futuristik. Elemen warna merah juga memiliki karakteristik kasih sayang, cinta, kuat, percaya diri. Urgensi dari pemilihan warna

---

<sup>62</sup> Moh. Abdul Hafidz, *Al-Qur'an Hadis MTS Kelas VII*, ed. Abdullah Aniq Nawawi (Jakarta: Direktorat KSKK Madrasah, 2020), 43-44.

terhadap sebuah konten tersebut ialah pesan dakwah yang dibawakan dengan sederhana, futuristik. Ilustrasi dan tipografi menggunakan warna yang kontras dengan *background*.

## 2. Valentine No Akhi / Ukhti

Konten dakwah yang berisi mengenai larangan merayakan hari valentine ini mendapat perhatian para followers sehingga jumlah like dalam postingan tersebut mencapai 884 dengan 11 komentar. Konten tersebut masuk ke dalam pesan akhlak.

Berikut adalah analisis mengenai elemen-elemen yang ada pada konten dakwah berjudul Valentine No Akhi / Ukhti dengan analisis semiotika Ferdinand De Saussure:



Gambar 4.5 Postingan VAlentine No Akhi/ Ukhti

Elemen	Penanda ( <i>signifier</i> )	Petanda ( <i>signified</i> )
Tipografi	Rosi Aja Valentine No! bukan Valentine Yes!	Rosi merupakan nama dari seorang pembalap motor GP. Nama lengkap dari Rosi ialah

		Valentino Rosi. Lalu Valentine merupakan suatu peringatan hari kasih sayang yang identik dengan kemaksiatan sebab hari valentine perbuatan kasih sayang diantara orang yang belum muhrim. Kaitannya ialah menggunakan nama Valentino Rosi yang sekilas terbaca dengan kata Valentine.
Ilustrasi	Gambar seorang pembalap dengan gambar hati diatasnya	Valentino Rosi merupakan seorang pembalap jadi dikaitkan dengan gambar seorang pembalap. Valentine digambarkan dengan bentuk hati
Warna	Merah Muda, Merah	Merah muda menggambarkan kasih sayang dan cinta. Merah menggambarkan semangat, gairah, berani.

*Signification:*

**Pertama**, elemen tipografi. Pada *headline* tertulis “Rosi Aja Valentine No Bukan Valentine Yes” yang menggunakan font *Montserrat* dan termasuk ke dalam jenis Sans Serif. Sans Serif ini digunakan sebab memiliki karakteristik yang futuristik serta lugas. Penggunaan font ini fungsinya agar pembaca dapat melihat dengan jelas makna dari kalimat yang menghubungkan antara nama orang ke dalam suatu pemaknaan kata benda yaitu Valentine (peringatan hari kasih sayang) sehingga mengurangi resiko salah tangkap oleh pembaca.

Pesan dakwah yang ditampilkan ialah mengenai larangan merayakan hari valentine, dimana hari valentine ini dirayakan sebagai bentuk keromantisan sepasang kekasih. Konten tersebut ditujukan kepada pasangan yang belum memiliki ikatan pernikahan. Sebab budaya Valentine day merupakan salah satu bentuk tasyabbuh dimana tasyabbuh itu sendiri merupakan praktek tradisi-tradisi non-muslim

yang sejatinya menghindari atsyabuh merupakan suatu bentuk perlindungan atas identitas ke-Islaman umat muslim<sup>63</sup>.

**Kedua**, ilustrasi. Penggunaan sosok pembalap motor GP merupakan implementasi dari tipografi yang merujuk kepada nama Valentino Rosi. Valentino Rosi merupakan pembalap Motor GP.

**Ketiga**, warna yang digunakan. Warna yang mendominasi pada postingan berjudul Valentine No AKhi/ Ukhti ini adalah warna merah serta *background* berwarna putih. Merah itu sendiri memiliki makna kasih sayang dan cinta. Kaitannya dengan kajian pesan dakwah didalamnya ialah, pemaknaan kasih sayang dan cinta pada kalimat valentine yang memiliki arti secara bahasa adalah kasih sayang. Warna merah dan pink dipadu padankan agar serasi dengan pemaknaan kata valentine.

### 3. Akibat Sekulerisme, Pegang Anjing Najis, Gandeng Pacar Halal

Postingan ini diunggah pada tanggal 22 Februari tahun 2021. Terhitung sampai bulan Juni 2022 postingan tersebut memiliki likes sebanyak 938. Poster ini bertema pesan akhlak yang digambarkan dengan perbuatan maksiat.

Berikut ini penjabaran analisis elemen-elemen desain visual pada postingan berjudul Akibat Sekulerisme, Pegang Anjing Najis, Gandeng Pacar Halal dengan menggunakan analisis Semiotika Derdinand De Saussure:

---

<sup>63</sup> Nablur Rahman Annibras, "Larangan Tasyabuh Dalam Perspektif Hadis," *Jurnal Pemikiran Keislaman dan Kemanusiaan* Vol.1, No. 1 (2017), 94.



Gambar 4.6 Postingan Akibat Sekulerisme

Elemen	Penanda ( <i>signifier</i> )	Petanda ( <i>signified</i> )
Tipografi	Kalimat “Lu bilang pegang anjing itu najis!, tapi...”	Menandakan suatu kaidah bahwasannya haram untuk memegang anjing.
	Kalimat “Pegangan sama yang bukan mahrom Lu bilang Romantis?”	Menandakan adanya suatu fenomena sosial dimana mengang tangan merupakan bentuk romantis dari sebuah pasangan.
Ilustrasi	Seorang lelaki yang sedang memegang bagian tubuh seekor anjing	Mengilustrasikan kalimat “pegang anjing...”
Warna	Warna putih, abu-abu, coklat, merah	Warna putih digunakan sebagai <i>background</i> dengan ilustrasi seorang memegang anjing, karakteristik didalamnya ialah kesucian, bersih. Warna abu-abu sebagai <i>background</i> sepasang kekasih yang sedang berpegangan tangan.

		Makna dari warna abu-abu ialah futuristik.
--	--	--

*Signification:*

**Pertama**, tipografi. Pada konten dakwah di atas, menampilkan dua *headline* yaitu “Lu bilang pegang anjing itu najis! Tapi..” dan “Pegangan sama yang bukan mahrom lu bilang romantis?”. Kedua kalimat tersebut menggunakan font *Montserrat* yang masuk ke dalam jenis Sans Serif. Penggunaan font tersebut digunakan untuk menggambarkan topik yang sederhana dan tulisan yang mudah dibaca. Kedua *headline* tersebut berbeda posisi dan ditempatkan pada ilustrasi yang berbeda tetapi kedua kalimat tersebut saling berhubungan.

Membahas mengenai sekulerisme, pada konten tersebut dicontohkan dengan dua perbandingan antara hukum memegang hewan yang haram dipegang dengan sebuah ilustrasi memegang tangan kekasih yang belum mempunyai ikatan menikah. Faktanya banyak orang islam yang paham bahwa memegang anjing adalah haram. Tetapi tak sedikit pula orang yang belum sadar bahwa bersentuhan antara kulit lelaki dan perempuan yang bukan mahromnya termasuk kedalam perkara yang haram dilakukan. Sebagaimana firman Allah Swt dalam surah Al-Israa ayat 32 yang berbunyi :

وَلَا تَقْرَبُوا الزَّوْجَىٰ إِنَّهُ كَانَ فَاحِشَةً وَسَاءَ سَبِيلًا

*Terjemah Kemenag 2019*

*“Janganlah kamu mendekati zina. Sesungguhnya (zina) itu adalah perbuatan keji dan jalan terburuk.”*

Ayat di atas menjelaskan mengenai sesuatu yang diperbolehkan dan yang dilarang oleh Allah Swt. Bukan tanpa sebab Allah Swt melarang hamba-Nya untuk menghindari pacaran bagi sepasang kekasih yang belum memiliki ikatan pernikahan. Sebagaimana hadist Rasulullah SAW yang artinya:

*“Dari Ibu Abbas Ra. Ia berkata: Aku mendengar Rasulullah SAW berkhotbah, ia berkata: jangan sekali-kali seorang laki-laki berkhawat dengan seorang perempuan kecuali beserta ada mahramnya, dan janganlah seorang perempuan melakukan musafir kecuali dengan mahramnya”*

Hadist tersebut menjelaskan mengenai tindakan yang dapat mendekatkan diri kepada perzinahan. Pacaran merupakan jalan menuju perzinahan apabila pacaran tersebut bermula dari situasi berduaan. Jika yang dimaksud pacaran adalah pergaulan bebas yang dilakukan antara seorang laki-laki dan perempuan, bersuka cita mencapai hasrat berdua, maka hukumnya adalah haram<sup>64</sup>.

**Kedua**, elemen ilustrasi pada konten tersebut terfokus pada dua topik. Topik pertama mengenai haramnya memegang anjing yang digambarkan melalui ilustrasi seorang lelaki yang sedang memegang anjing. Lalu yang kedua topik yang membahas mengenai haramnya bersentuhan antara lelaki dan perempuan yang bukan mahramnya, ilustrasi yang dibuat berupa tangan lelaki yang memegang tangan perempuan. Kedua hal tersebut sangat berkaitan, memiliki satu tema yang sama menggunakan kalimat “memegang” dengan menyamakan dua hal yang berbeda.

**Ketiga**, mengenai elemen warna. Warna yang terdapat pada konten dakwah tersebut didominasi warna yang bervariasi. Warna putih sebagai *background* lalu warna biru dan merah muda. Warna putih melambangkan kesucian, kesederhanaan, kebijaksanaan. *Background* digambarkan sebagai latar belakang dari pesandakwah yang mengandung pesan yang sederhana namun bijaksana. Lalu warna biru digambarkan sebagai seorang lelaki sebab biru memiliki karakteristik maskulin. Sedangkan merah muda dilambangkan sebagai seorang wanita. Warna merah muda memiliki karakteristik yang feminin dan

---

<sup>64</sup> NU Online, “Hukum Dan Etika Pacaran Dalam Islam,” last modified 2014, accessed June 25, 2022, <https://islam.nu.or.id/syariah/hukum-dan-etika-pacaran-dalam-islam-xLfvb>.

kasih sayang. Maka warna biru dan merah muda sangat cocok untuk menggambarkan suatu jenis gender sebab warna tersebut memiliki sifatnya masing-masing.

#### 4. Allah Menginginkan Kebaikan Buat Kita

Konten dakwah yang diunggah pada tanggal 26 Februari 2021 ini memiliki likes sebanyak 938 serta terdapat 6 komentar dipostingannya. Konten tersebut masuk ke dalam tema aqidah. Dimana pada konten dakwah tersebut berusaha untuk membawa pembacanya untuk memahami hukum yang diterapkan melalui kasus memegang hewan yang haram dengan bersentuhan kulit wanita dengan lelaki.

Di dalam konten dakwah tersebut memiliki elemen-elemen desain yang lumayan kompleks. Berikut adalah penjabaran elemen-elemen desain visual berdasarkan teori Semiotika Ferdinand De Saussure:

DAKWAH VISUAL ISLAM KAFFAH

@muslimdesignercommunity

**Ketika Allah Menginginkan Kebaikannya Kepada Kita**

Allah **gak ngasih** jabatan, gak ngasih kekayaan, apalagi ngasih popularitas. Tapi ...

Barangsiapa yang Allah inginkan kebaikannya padanya, Allah akan faqihkan (pahamkan) ia dalam agama. (HR. Bukhari & Muslim)

IST GFR

تَلْعَوَاعِي وَ لَوْ آيَةً share

**Gambar 4.7 Postingan Kebaikan Allah untuk Kita**

Elemen	Penanda ( <i>signifier</i> )	Petanda ( <i>signified</i> )
--------	------------------------------	------------------------------

Tipografi	Kalimat “Ketika Allah Menginginkan Kebaikan Kepada Kita”	Menjadi <i>headline</i> konten tersebut yang akan menjelaskan mengenai kebaikan Allah untuk kita
	Kalimat “Allah gak ngasih..”	Kalimat tersebut menggunakan <i>text highlight</i> , menunjukkan kejelasan suatu topik
	Kalimat “..jabatan, gak ngasih kekayaan, apalagi ngasih popularitas, tapi..”	Sebagai kalimat penjelas dari sebuah <i>headline</i>
	Hadist Riwayat Bukhari dan Muslim	Sebagai kalimat penjelas yang bersumber dari hadist yang berkaitan dengan topik.
Ilustrasi	Kaligrafi “Allahuakbar”	Menunjukkan gambaran dari kalimat “Ketika Allah Menginginkan Kebaikan kepada kita”
	Animasi seorang lelaki sedang swafoto	Menggambarkan kalimat “...apalagi ngasih popularitas”
	Animasi seorang lelaki dan seorang perempuan sedang membaca buku/ Al-Qur’an bersama	ilustrasi dari kegiatan membaca Al-Qur’an diinisiasikan kepada Hadist yang perlu untuk dibaca dan dipahami bersama
Warna	Warna putih, abu-abu, merah, emas, kuning, ungu	Putih dan abu-abu digunakan sebagai <i>background</i> yang menggambarkan kesucian, kebijaksanaan dan futuristik Emas pada kaligrafi menyimbolkan kedudukan, kekayaan dan bercahaya.

*Signification:*

**Pertama**, mengenai elemen tipografi. *Headline* “Ketika Allah Menginginkan Kebaikan Kepada Kita” memiliki dua jenis huruf didalamnya, yaitu *Montserrat* yang masuk ke dalam jenis Sans Serif dan

*Haropath* yang masuk ke dalam jenis huruf *Script*. Karakter yang dimiliki oleh font berjenis huruf *script* ini menimbulkan kesan yang akrab dimana jenis huruf ini menggunakan ciri khas seperti tulisan tangan. Lalu kalimat “Allah gak ngasih...” diberi *text highlighter* agar menjadi *point of interest* dalam postingan tersebut. Lalu teks tersebut dijelaskan melalui body text berupa hadist riwayat Bukhari dan Muslim yang menjelaskan mengenai kebaikan Allah SWT tidak ditampakkan melalui pangkat jabatan, kekayaan maupun popularitas namun Allah SWT berjanji akan faqihkan (pahamkan) hamba-Nya dalam agama.

Bentuk dari Allah SWT menginginkan kebaikan untuk kita dapat melalui apa saja. Yang dapat dicontohkan berdasarkan caption pada postingan tersebut ialah berupa video kajian islam yang tiba-tiba lewat di sosial media kita, lalu ada juga teman yang menegur kesalahan kita, kita dianjurkan untuk ke majlis ta’lim itu semua adalah tanda kebaikan dari Allah SWT.

**Kedua**, elemen ilustrasi. Ilustrasi yang digambarkan pada konten dakwah tersebut ialah berupa kaligrafi bertuliskan “Allahuakbar” dimana kaligrafi tersebut menggambarkan kalimat “Ketika Allah Menginginkan Kebaikan kepada kita”. Kalimat “Allahuakbar” memiliki arti Allah Maha Besar, yang dikaitkan dengan kemampuan-Nya untuk memberika kebaikan kepada kita. Lalu terdapat ilustrasi seorang lelaki sedang berswafoto. Berswafoto identik dengan popularitas. Lalu penggunaan ilustrasi dua orang yang sedang membaca buku atau Al-Qur’an dikaitkan dengan hadist yang tertera untuk dibaca dan dipahami.

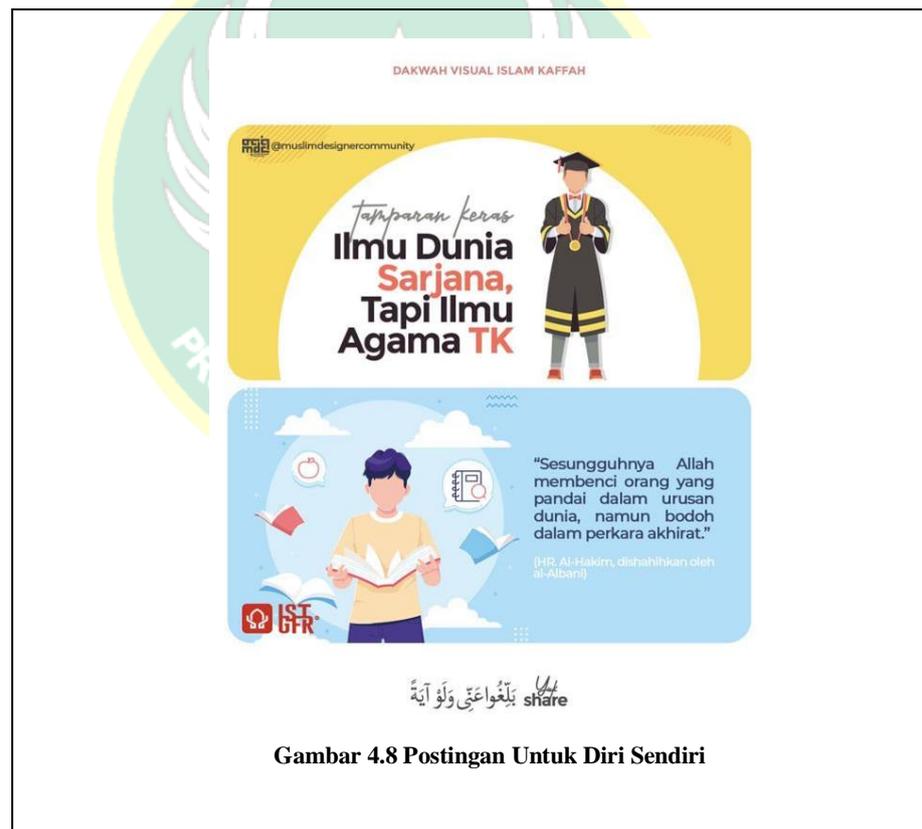
**Ketiga**, mengenai warna yang dipakai. *Background* dari kontek dakwah tersebut menggunakan warna putih dan abu-abu. Penggunaan warna tersebut menyimbolkan kesucian, kebijaksanaan serta abu-abu yang futuristik. Warna tersebut cocok untuk penggunaan konten pesan dakwah yang isinya berupa hal-hal yang bijaksana serta pesan yang disampaikan dikemas dengan sederhana namun kekinian. Warna emas

pada kalimat “Allahuakbar” menandakan sifat kekayaan, kedudukan, bercahaya yang dimiliki oleh Allah SWT.

#### 5. Peringatan Untuk Diri Sendiri

Konten dakwah berjudul Peringatan Untuk Diri Sendiri menarik pembacanya sehingga memiliki likes sebanyak 922 dengan 2 komentar di bawahnya. Konten yang diunggah pada tanggal 7 Maret 2021 tersebut menjelaskan perbandingan yang tidak adil diantara mencari ilmu dunia dan ilmu akhirat.

Berikut penjelasan mengenai elemen-elemen visual yang ada pada konten dakwah tersebut dengan menggunakan analisis Semiotika Ferdinand De Saussure:



Gambar 4.8 Postingan Untuk Diri Sendiri

Elemen	Penanda ( <i>signifier</i> )	Petanda ( <i>signified</i> )
Tipografi	Tamparan Keras	Menjadi tema pesan dakwah yang akan disampaikan

	Ilmu Dunia Sarjana, Tapi Ilmu Agama TK	Menunjukkan strata pendidikan
	“Sesungguhnya Allah membenci orang yang pandai dalam urusan dunia, namun bodoh dalam perkara akhirat”	Hadist yang menjadi bahan acuan topik pesan dakwah pada konten tersebut.
Ilustrasi	Seorang lelaki memakai jubah dan topi sarjana	Menunjukkan seorang yang sudah sarjana, menempuh pendidikan yang tinggi.
	Seorang sedang memegang dan membaca sebuah buku	Buku menjadi simbol ilmu
Warna	<i>Background</i> kuning, putih dan biru	Kuning memiliki arti menonjol, penuh harapan, gembira. Pada konten tersebut warna kuning untuk menonjolkan topik tersebut. Biru menggambarkan ketenangan, harmonis

*Signification:*

**Pertama**, dari tipografi pada headline yang bertuliskan “tampan keras” menggunakan font *Haropath* yang masuk kedalam jenis huruf *Script*. *Headline* tersebut sebagai kalimat pengantar menuju topik yang akan dibahas. Headline tersebut juga menjadi poin of interest agar pembaca tertarik melihat pesan dakwah apa yang akan disampaikan. Lalu kalimat “Ilmu Dunia Sarjana, Tapi Ilmu Agama TK” yang menggunakan font *Montserrat*. Kalimat tersebut menjelaskan adanya strata pendidikan, dimana sarjana memiliki strata yang lebih tinggi daripada tingkatan Taman Kanak-kanak (TK). Tingkatan pendidikan tersebut di kolerasikan pada wawasan ilmu dunia dan ilmu agama. Pada konten dakwah tersebut memperlihatkan realita pada masyarakat umumnya bahwa dalam menguasai ilmu dunia bagaikan sarjana yang sudah memiliki banyak pengetahuan. Sedangkan ilmu agama yang kalah pentingnya justru tidak diperhatikan sehingga ilmu agama yang

dimiliki masih sangat minim. Padahal dalam hadist yang diriwayatkan oleh Al-Hakim serta disahihkan oleh Al-Albani bahwasannya Allah SWT membenci orang yang pandai dalam urusan dunia, namun bodoh dalam perkara akhirat.

Menurut Musthafa al-Maraghi di dalam surah At-Taubah ayat 122, merupakan tanda mengenai wajibnya mempelajari ilmu agama sehingga bersedia mengajarkan ilmunya di tempat-tempat pemukiman dan memberikan suatu pembelajaran kepada khalayak sehingga mereka dapat mengetahui mengenai hukum-hukum agama secara umum yang wajib diketahui oleh setiap mukmin. Selain itu orang-orang yang beruntung adalah orang yang memperoleh kesempatan untuk belajar ilmu agama<sup>65</sup>.

**Kedua**, dari aspek Ilustrasi. Penggambaran yang digunakan ialah seorang dengan menggunakan jubah dan topi sarjana yang menyajikan ilustrasi berdasarkan tipografi yang dibuat yakni bersumber dari kalimat “Ilmu dunia sarjana,...”. Lalu terdapat animasi berupa seseorang lelaki sedang membuka buku yang menggambarkan seorang yang senantiasa mencari ilmu dan ilustrasi tersebut merupakan penggambaran dari hadist “Sesungguhnya Allah membenci orang yang pandai dalam urusan dunia, namun bodoh dalam perkara akhirat”.

**Ketiga**, pada konten dakwah tersebut menggunakan dua warna *background* yang saling tumpang tindih. Yang pertama menggunakan perpaduan warna kuning dan putih. Kuning sendiri memiliki arti menonjol, senang, penuh harapan. Fungsi dari warna kuning itu sendiri ialah sebagai warna yang menonjolkan topi yang dibahas sehingga menjadi perhatian pembaca. Lalu *background* kedua ialah berwarna biru. Biru di dalam konten tersebut memberikan efek lapang, luas. Sebab penggambaran ilustrasi seorang yang sedang membaca buku, sedangkan buku memiliki arti ilmu yang sangat luas. Selanjutnya ilustrasi seorang

---

<sup>65</sup> Rustina N, *Hadis Kewajiban Menuntut Ilmu Dan Menyampaikannya Dalam Buku Siswa Al-Qur'an Hadis Madrasah Aliyah Di Kota Ambon* (Ambon: LP2M IAIN Ambon, 2019), 86.

sarjana menggunakan jubah dan topi sarjana berwarna hitam, penggunaan warna hitam bertujuan agar ilustrasi akan lebih realistis.

## 6. *Shalawat*

Unggahan konten dakwah berjudul *Shalawat* ini diluncurkan pada tanggal 15 Maret 2021 dengan jumlah likes sebanyak 907 dengan 2 komentar. Tema dalam postingan tersebut merupakan pesan aqidah yang membahas mengenai anjuran ber*Shalawat*.

Berikut ini dijabarkan elemen-elemen visual pada konten dakwah berjudul *Shalawat* dengan menggunakan analisis Semiotika Ferdinand De Saussure :



Gambar 4.9 Postingan *Shalawat*

Elemen	Penanda ( <i>signifier</i> )	Petanda ( <i>signified</i> )
Tipografi	Kalimat “Itu mulut nganggur kan?”	Menjadi <i>headline</i> yang merujuk kepada suruhan membaca <i>Shalawat</i>
	Kalimat ” coba baca kalimat di bawah ini!”	Merupakan kalimat pengantar kepada sebuah body text

	Kalimat <i>Shalawat</i> “Allahumma sholli’ala Muhammad wa’ala ali Muhammad” yang menggunakan huruf arab	Menunjukkan body text yakni berupa bacaan sholawat
Ilustrasi	Seorang lelaki sedang menunjuk ke arah mulut	Ilustrasi yang mengimplementasikan kalimat “itu mulut nganggur kan”
	Seorang sedang menunjuk ke arah samping	Mengandung arti ajakan.
Warna	Ungu, Merah muda	<i>Background</i> didominasi warna ungu muda dan merah muda. Makna dari warna ungu ialah spiritual, kekayaan. Merah muda melambangkan kasih sayang, kelembutan

*Signification:*

**Pertama**, membahas tipografi. Tipografi pada konten dakwah di atas ialah terdapat kalimat “itu mulut nganggur kan”, kalimat tersebut menjadi *headline* dan sebagai penghantar kepada suatu topik. *Montserrat* menjadi font utama dalam postingan tersebut. Lalu kalimat *Shalawat* dengan huruf arab dengan diikuti kalimat “Allahmdulillah setidaknya kita sudah ber*Shalawat* hari ini” menunjukkan suatu ajakan untuk ber*Shalawat* dengan cara yang halus, dengan kata lain kalimat tersebut menuntun pembaca untuk membaca *Shalawat* tanpa adanya paksaan. Kalimat *Shalawat* pada konten tersebut merupakan sebuah topik utama yakni sebagai bahan untuk para pembaca ber*Shalawat*.

**Kedua**, mengenai ilustrasi. Ilustrasi yang digunakan ialah seseorang sedang menunjuk ke arah mulutnya, ilustrasi tersebut menggambarkan sebuah kalimat “itu mulut nganggur kan?”. Lalu ilustrasi seseorang menunjuk dengan ibu jari yang dimaknai sebagai ajakan untuk ber*Shalawat*.

**Ketiga**, elemen warna yang digunakan. Pada konten tersebut di dominasi oleh warna ungu dan merah muda. Dimana ungu memiliki makna spiritual yang menggambarkan anjuran untuk ber*Shalawat*. Serta merah muda yang dilambangkan kasih sayang dan kelembutan

#### 7. *Good looking*

Postingan berjudul *Good looking* merupakan postingan yang berisi tentang pesan aqidah berupa bentuk kecintaan kepada Baginda Rasulullah SAW. Postingan initerdiri atas 2 slide yang membahas mengenai cinta karena *good looking* dan memiliki likes sebanyak 806 dengan 6 komentar di dalamnya.

Berikut ini adalah analisis elemen-elemen yang ada pada postingan tersebut dan di buktikan dengan menggunakan analisis Semiotika Ferdinand De Saussure:



Gambar 4.10 Postingan *Good looking*

Elemen	Penanda ( <i>signifier</i> )	Petanda ( <i>signified</i> )
Tipografi	Kalimat “Cinta Karena <i>Good looking</i> ”	Merupakan sebuah <i>headline</i> berupa pertanyaan.
	“Jika Wajah yang membuatmu jatuh cinta, bagaimana caramu	<i>Subheadline</i> berupa kalimat pertanyaan yang dikolerasikan dengan

	mencintai Nabi yang tak pernah kau lihat sebelumnya?”	fakta yang ada pada masyarakat umum
	Hadist Riwayat Bukhari dan Muslim	Sebagai penjelasan dari topik konten dengan hadist
	Kalimat “Cinta Perlu Bukti”	<i>Headline</i> kedua yang akan merujuk pada body text atau kalimat penjelas
	“Diantara bentuk cinta...”	Menjelaskan mengenai bentuk dari cinta kepada Nabi
Ilustrasi	Seorang lelaki sedang berswafoto dengan mengacungkan jempol	Mengacungkan jempol menandakan suatu yang bagus. Serta kegiatan berswafoto merupakan bentuk kepercayaan diri.
	Layar gadget yang menampilkan identitas seseorang	Menandakan <i>Good looking</i> merupakan salah satu aspek dari identitas diri
	Kaligrafi bertuliskan Muhammad Shalallahu alaihi wassalam Ornamen kubah masjid	Mengilustrasikan sebuah kalimat cinta kepada Nabi Muhammad SAW
Warna	Putih, abu-abu, merah, kuning	Putih dan abu-abu digunakan sebagai <i>background</i> konten dakwah tersebut. Merah digunakan sebagai warna <i>headline</i> dan <i>subheadline</i> yang menjadi pokok dalam topik dakwah tersebut

*Signification:*

**Pertama**, elemen tipografi. Makna yang terkandung di dalam kalimat “Cinta karena *Good looking*” adalah bahasa yang menunjukkan suatu ketampanan atau kecantikan seseorang. Kalimat tersebut masuk ke dalam *headline* dengan menggunakan font *Montserrat* agar mudah untuk dibaca. Lalu *subheadline* bertuliskan “Jika wajah yang membuatmu jatuh cinta, bagaimana caramu mencintai Nabi yang tak

pernah kau lihat sebelumnya?” kalimat tersebut merupakan sebuah pertanyaan yang menunjukkan fakta yang ada pada masyarakat. Pertanyaan yang mungkin pembaca jarang mengetahui jawabannya, sehingga pertanyaan tersebut menjadi *point of interest*. Hadist Riwayat Bukhari dan Muslim yang bertuliskan “Salah seorang di antara kalian tidak beriman sampai aku lebih dia cintai daripada anaknya, orangtuanya bahkan seluruh manusia” merupakan hadist yang menjadi sumber rujukan dalam topik dakwah tersebut. *Subheadline* yang terdapat pada postingan slide kedua adalah “Cinta perlu bukti” bermakna sebagai pernyataan bahwa cinta harus dibuktikan dengan suatu tindakan atau perbuatan. Pernyataan tersebut menghantarkan kepada sebuah jawaban yaitu “Diantara bentuk cinta kepada Nabi Shalallahu’alaihi wa sallam adalah ittiba’ (mengikuti), taat, dan berpegang teguh pada petunjuknya”

Diantara bentuk cinta kepada Nabi, bahwa sesungguhnya Rasulullah SAW tidak membutuhkan cinta dari kita. Kecintaan yang kita berikan tidaklah memberinya atau mengurangi kedudukan dan kemuliannya. Tetapi Rasulullah SAW merupakan kekasih Allah SWT dimana kalau kita mencintai Rasulullah SAW maka Allah SWT akan mengampuni dosanya. Sebagaimana Allah berfirman dalam surat Ali Imran ayat 31 yang berbunyi:

قُلْ إِنْ كُنْتُمْ تُحِبُّونَ اللَّهَ فَاتَّبِعُونِي يُحْبِبْكُمُ اللَّهُ وَيَغْفِرْ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ  
وَاللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ

Artinya :

*Katakanlah (Nabi Muhammad), “Jika kamu mencintai Allah, ikutilah aku, niscaya Allah akan mencintaimu dan mengampuni dosa-dosamu.” Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.*

Hal yang bisa diambil dari ayat tersebut adalah seseorang tidak akan mendapatkan manfaat jika ia mencintai Rasulullah SAW kecuali menjadikan beliau orang yang ia cintai<sup>66</sup>.

**Kedua**, elemen ilustrasi. Ilustrasi yang terdapat pada postingan tersebut berupa penggambaran seseorang yang sedang berswafoto. Berswafoto sendiri bermakna sebagai bentuk pencitraan diri, dan bentuk dari kepercayaan diri. Hal tersebut dikaitkan dengan eksistensi diri karena memiliki paras yang tampan atau cantik, makna tersebut dapat di alih bahasakan menjadi “*Good looking*”. Terdapat juga elemen sebuah kaligrafi bertuliskan Muhammad SAW yang memaknai sebuah kalimat pernyataan bukti cinta kepada Rasulullah SAW. Ilustrasi ornamen kubah masjid menjadi ilustrasi tambahan.

**Ketiga**, elemen warna yang ada pada postingan tersebut adalah warna putih sebagai *background* konten tersebut yang menyimbolkan kesucian kebijaksanaan. Warna putih menggambarkan pesan dakwah di dalamnya merupakan pesan yang bijaksana. Kuning sebagai *background* dari ilustrasi seseorang yang sedang berswafoto. Fungsi dari warna kuning adalah menonjolkan ilustrasi utama yang menggambarkan sebuah kepopuleritasan seseorang dengan wajah yang tampan atau cantik.

#### 8. #SelfReminder Cinta Yang Berlebihan

Postingan yang berjudul Cinta yang berlebihan ini merupakan postingan yang diunggah pada tanggal 11 Juni 2021 mengangkat tema aqidah/akhlak yang membahas mengenai cinta yang berlebihan kepada makhluk-Nya. Postingan yang menampilkan 7 slide untuk membahas topik-topik mengenai cinta yang berlebihan tersebut mendapatkan likes sebanyak 1195 dengan 20 komentar di dalamnya.

---

<sup>66</sup> Fadhl Illahi, *Cinta Nabi SAW Dan Tanda-Tandanya*, ed. Ummu Rosda and Abu Rumaisha (Divisi Percetakan dan Riset Ilmiah Departemen Agama Kerajaan Arab Saudi, 2013), 15.

Berikut analisis elemen-elemen visual yang dapat di teliti melalui teori Semiotika Ferdinand De Saussure:

The image displays five social media posts from the account @muslimdesignercommunity @istgfr.id, each with a unique illustration and text. The posts are arranged in a grid-like fashion, with two in the top row, two in the middle row, and one centered in the bottom row. Each post includes a small red icon with the letters 'RSB' and a share symbol, along with the text 'yuk share dakwah inyaallah jadi amal jariah'.

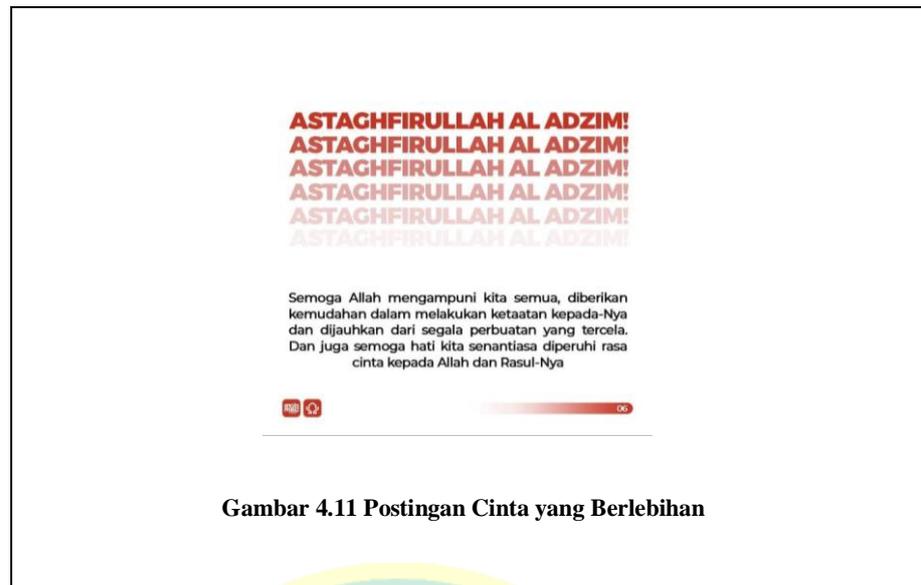
**Post 01 (Top Right):** Features the word 'DISCLAIMER!' in large red letters. Below it, text reads: 'Konten ini dibuat tidak untuk menyindir apalagi menghina pihak manapun. Ini adalah self reminder dan semoga ada kebaikan yang bisa di ambil dari konten ini baca sampai habis >>>'. The illustration shows five diverse people standing and gesturing.

**Post 02 (Middle Left):** Features a quote: '“Tidak sempurna iman salah seorang dari kalian sehingga menjadikan aku lebih ia cintai dari orang tuanya, anaknya dan seluruh manusia” (HR. Al- Bukhari dalam kitab al Iman, Bab Hubbur Rasul minal Imaan, no. 14)'. The illustration shows hands holding hearts.

**Post 03 (Middle Right):** Features an illustration of headphones with musical notes. Text reads: 'Jika kita dengan mudah menghafal lirik lagu dari musisi yang kita suka, lantas apa yang menghalangi kita untuk menghafal kata-kata mulia (hadist) dari Rasul kita tercinta?'. The number '03' is in the bottom right corner.

**Post 04 (Bottom Left):** Features an illustration of a mosque with a flag. Text reads: 'Jika ada info terbaru dari idola yang kita damba dengan cepat kita mengetahuinya, lantas kenapa kita diam saja ketika mendengar kabar duka dari saudara-saudara kita di Palestina?'. The number '04' is in the bottom right corner.

**Post 05 (Bottom Right):** Features an illustration of a woman in a hijab covering her face. Text reads: 'Jika kita gemar mengikuti style fashion dari artis ternama, lantas apa yang membuat kita enggan untuk menutup aurat dengan sempurna yang sesuai dengan syariat-Nya?'. The number '05' is in the bottom right corner.



Gambar 4.11 Postingan Cinta yang Berlebihan

Elemen	Penanda ( <i>signifier</i> )	Petanda ( <i>signified</i> )
Tipografi	Kalimat “Hype BTS Meal Cinta yang Berlebihan?” pada slide 1	Sebagai <i>headline</i> slide 1. Menggambarkan sebuah fenomena yang mencerminkan tema cinta yang berlebihan
	Kata “ <i>Disclaimer</i> ” pada slide 2	Sebagai <i>headline</i> slide 2. <i>Disclaimer</i> dalam bahasa Indonesia adalah sebuah kalimat peringatan berupa penyangkalan terhadap sesuatu yang disampaikan
	Kalimat “konten ini dibuat tidak untuk menyindir apalagi menghina pihak manapun, ini adalah self reminder dan semoga ada	Merupakan <i>subheadline</i> . Menjelaskan bahwa konten tersebut tidak dibuat untuk menyindir atau menghina pihak manapun

	kebaikan yang bisa diambil dari konten ini” pada slide 2	
	Kalimat “baca sampai habis”	Kalimat perintah untuk melihat konten berikutnya
	Hadist Riwayat Al-Bukhari dalam kitab Al-Iman pada slide 3	Sebagai kutipan hadist yang mendasari topik pembahasan
	Kalimat “Jika kita dengan mudah menghafal sebuah lirik lagu dari musisi yang kita suka, lantas apa yang menghalangi kita menghafal kata-kata mulia (hadist) dari Rasul yang kita cinta.”	Merupakan kalimat pertanyaan yang mengkaitkan dengan fenomena pada masyarakat pada umumnya.
	Kalimat “Jika ada info terbaru dari idola yang kita damba dengan cepat kita mengetahuinya, lantas kenapa kita diam saja ketika mendengar kabar duka dari saudara-saudara kita di Palestina?”	Merupakan kalimat pertanyaan yang mengkaitkan dengan fenomena pada masyarakat pada umumnya.
	Kalimat “Jika kita gemar mengikuti style fashion dari artis ternama, lantas apa yang membuat kita	Merupakan kalimat pertanyaan yang mengkaitkan dengan fenomena pada

	enggan untuk menutup aurat dengan sempurna yang sesuai dengan syariat-Nya?”	masyarakat pada umumnya.
	Kalimat “Astaghfirullah Al Adzim”	Kalimat memohon ampunan kepada Allah SWT
	Kalimat “Semoga Allah mengampuni kita semua, diberikan kemudahan dalam melakukan ketaatan kepada-Nya dan dijauhkan dari segala perbuatan yang tercela. Dan juga semoga hati kita senantiasa dipenuhi rasa cinta kepada Allah dan Rasul-Nya”	Kalimat ini merupakan kalimat doa bagi pembaca
Ilustrasi	Foto produk BTS Meal dari Mc Donald	Ilustrasi utama yang membahas mengenai cinta yang berlebihan kepada makhluk-Nya. Yang menjadi salah satu contohnya adalah member Boyband Korea BTS
	Terdapat ilustrasi 5 orang lelaki dengan model	Menggambarkan kelompok boyband

	rambut dan pakaian yang berbeda	
	Gambar <i>finger love</i>	Berupa jari yang dibentuk seperti simbol love, menandakan love language yang biasa digunakan oleh orang korea dalam mempraktikan bentuk cinta
	Ilustrasi headphone	Menggambarkan sebuah kalimat pertanyaan seputar lagu
	Ilustrasi kubah masjid dan bendera Palestina	Menggambarkan sebuah gambaran dari kalimat "...mendengar kabar duka dari saudara-saudara kita di Palestina?"
	Seorang wanita berhijab yang sedang menutupi wajahnya	Mengilustrasikan sebuah kalimat "lantas apa yang membuat kita enggan untuk menutup aurat dengan sempurna sesuai dengan syariat-Nya"
Warna	Putih, abu-abu, merah, merah muda, biru, kuning	Putih dan abu-abu digunakan sebagai keseluruhan <i>background</i> disetiap slide-nya.

		<p>Warna merah mencitrakan sebuah produk dari Mc Donald yang ciri khasnya menggunakan warna merah</p> <p>Biru diaplikasikan untuk ilustrasi lelaki pada slide kedua, biru sendiri memiliki karakter yang maskulin.</p> <p>Warna merah muda diaplikasikan untuk ilustrasi <i>finger love</i>, <i>finger love</i>. Warna merah muda memiliki makna kasih sayang</p>
--	--	---

*Signification:*

**Pertama**, mengenai elemen tipografi. Kalimat “Hype BTS Meal Cinta Yang Berlebihan” merupakan *headline* utama dengan mengaplikasikan font *Bebas Neue* yang masuk ke dalam tipe huruf Sans Serif. Penggunaan tipe huruf tersebut membuat tulisan terbaca dengan jelas. Kalimat tersebut menggambarkan fenomena yang ada pada masyarakat pada periode Juni hingga Juli 2021 yaitu kolaborasi antara Mc Donald dengan BTS. BTS sendiri merupakan boyband Kpop kenamaan asal Korea Selatan yang terkenal hingga manca negara. Tak heran penggemarnya ada di setiap penjuru dunia. Hype sendiri secara bahasa memiliki arti promosi sensasional. Mc Donald (brand makanan cepat saji asal California) mengeluarkan menu spesial yaitu BTS Meal di seluruh gerai McD di Indonesia bahkan seluruh dunia pada tanggal 9

Juni 2021. Kolaborasi tersebut sangat heboh sampai menjadi rebutan seluruh lapisan masyarakat terutama kaum muda yang menyukai BTS. Rasa kecintaannya tersebut sampai rela melakukan apapun demi mendapatkan BTS Meal. Hal tersebut diklaim berlebihan dalam mencintai makhluk-Nya. Pernyataan tersebut dikukuhkan oleh hadist riwayat Al-Bukhari dalam kitab Al-Iman pada bab Hubbur Rasul Minal Imaan, No.14 yang berbunyi “Tidak sempurna iman salah seorang dari kalian sehingga menjadikan aku lebih ia cintai dari orang tuanya, anaknya dan seluruh manusia”. Hadist tersebut terkandung dalam konten tersebut.

**Kedua**, mengenai ilustrasi yang dipakai. Ilustrasi-ilustrasi yang dipakai pada konten tersebut sesuai dengan apa yang disampaikan. Seperti penggunaan ilustrasi produk BTS Meal yang menggambarkan fenomena mencintai makhluk Allah dengan cara membeli produk tersebut bersusah payah. Lalu ilustrasi *finger love*. *Finger love* itu sendiri merupakan sebuah isyarat jari telunjuk dan jempol membentuk sebuah bentuk hati. Isyarat tersebut biasanya dipakai oleh boyband korea selatan untuk memberi makna kasih sayang kepada para penggemarnya. *Finger love* sendiri digunakan untuk mengilustrasikan sebuah hadist di dalam konten tersebut.

Lalu ilustrasi headphone dengan ornamen tangga nada di sekelilingnya, mengilustrasikan sebuah kalimat pertanyaan antara kecintaan pada musisi favorit dengan kata-kata mulia (hadist) dari Rasul. Kaitannya ialah musisi melekat erat dengan penggunaan headphone untuk aktifitas bermusiknya. Berikutnya ilustrasi bendera Palestina dengan masjid. Ilustrasi tersebut menggambarkan sebuah kalimat pertanyaan yang mengandung perbandingan antara perhatian manusia dengan idolanya dan perhatian mereka terhadap orang-orang Palestina yang sedang berduka.

**Ketiga**, mengenai pengaplikasian warna pada konten. Warna-warna yang digunakan pada konten dakwah tersebut antara lain adalah warna

putih, abu-abu, merah, biru, merah muda dan kuning. Untuk *background* secara keseluruhan menggunakan warna putih dan abu-abu, warna tersebut memiliki kesan yang lembut, bijaksana, suci serta futuristik. Kaitannya adalah penggunaan warna tersebut cocok untuk konten dakwah yang sifatnya up to date serta pesan dakwah tersebut memiliki pesan yang bijaksana. Selanjutnya warna merah, warna merah itu sendiri menginisiasikan sebagai bentuk ketegasan, keberanian, kekuatan, semangat, cinta. Kaitannya dengan ilustrasi yang ada pada konten tersebut ialah, bentuk pesan yang disampaikan merupakan bentuk ketegasan terhadap fenomena yang nyata ada pada masyarakat yaitu mencintai makhluk Allah secara berlebihan. Lalu warna biru. Warna biru melambangkan maskulinitas, sehingga warna tersebut tepat untuk menggambarkan laki-laki yang ada dalam konten tersebut. Lalu warna merah muda yang mendominasi ilustrasi *finger love*. Warna ini selaras dengan ilustrasi yang ada sebab warna merah muda melambangkan kasih sayang, cinta dan kelembutan. Selanjutnya warna kuning. Warna kuning dapat menimbulkan efek menonjol.

#### 9. Manajemen Waktu Dalam Islam

Konten dakwah berjudul Manajemen waktu dalam islam ini menarik perhatian hingga memiliki likes sebanyak 1328 dengan 9 komentar di dalamnya. Konten yang diunggah pada tanggal 19 Juni 2021 ini mengandung pesan dakwah bertema Syariah dengan memberikan ilustrasi menarik mengenai hal-hal yang baik dilakukan oleh seorang muslim dalam mengatur waktu kesehariannya.

Berikut ini akan dijabarkan elemen-elemen visual yang ada pada konten tersebut berdasarkan teori Semiotika erdinand De Saussure:



Gambar 4.12 Postingan Manajemen Waktu Dalam Islam

Elemen	Penanda ( <i>signifier</i> )	Petanda ( <i>signified</i> )
--------	------------------------------	------------------------------

Tipografi	Kalimat “Tips Manajemen Waktu Dalam Islam”	Sebagai <i>headline</i> utama. Penghantar kepada topik-topik mengenai mengatur waktu secara Islam
	Kalimat “Kerjakan Yang Wajib”	Sebagai <i>hedaline</i> slide 2. Menjelaskan secara tersirat melalui ilustrasi
	Kalimat “Usahakan Yang Sunnah”	Sebagai <i>headline</i> slide 3. Menjelaskan secara tersirat melalui ilustrasi
	Kalimat “Hindari Yang Mubah”	Sebagai <i>headline</i> slide 4. Menjelaskan secara tersirat melalui ilustrasi
	Kalimat “Hati-Hati dengan yang makruh”	Sebagai <i>headline</i> slide 5. Menjelaskan secara tersirat melalui ilustrasi
	Kalimat “Jauhi yang haram”	Sebagai <i>headline</i> slide 6. Menjelaskan secara tersirat melalui ilustrasi
Ilustrasi	Seorang lelaki sedang membuka laptop dengan disandingi handphone dan makanan	Menggambarkan seseorang sedang bekerja, belajar, atau mencari hiburan
	Seorang lelaki sedang sujud diatas sajadah	Menggambarkan seorang sedang melaksanakan sholat. sholat merupakan perkara wajib
	Seorang lelaki sedang wudhu	Menggambarkan seorang sedang melaksanakan wudhu. Wudhu selain

		untuk sholat merupakan sunnah
	Seorang lelaki sedang menonton pertandingan sepakbola	Menonton sepakbola merupakan hal yang mubah
	Dua orang laki-laki. Salah satunya memiliki tubuh yang gemuk dan yang satunya kurus dengan keterangan <i>before</i> dan <i>after</i>	Mengilustrasikan hal yang makruh adalah makan tidak sesuai dengan porsi merupakan perkara yang makruh
	Seorang lelaki sedang berteduh di bawah dahan pohon	Berteduh dibawah pohon artinya melindungi diri dari sengatan cahaya matahari yang panas. Hubungannya adalah hal yang sama-sama untuk dihindari yaitu hal yang haram
Warna	Putih, abu-abu, hijau, merah, kuning, coklat	Putih dan abu-abu digunakan sebagai keseluruhan <i>background</i> konten. Warna hijau memberikan efek realistis pada sebuah tanaman. Warna merah melambangkan ketegasan, keberanian. Konteks dalam gambar

		ialah merah digunakan untuk menegaskan warna baju di dalam ilustrasi manusia.
--	--	---

*Siginification:*

**Pertama**, elemen tipografi. Elemen-elemen tipografi pada konten berjudul Manajemen Waktu Dalam Islman ini mewakili ilustrasi-ilustrasi yang ada di dalamnya. Seperti kalimat “Kerjakan yang wajib”, digambarkan orang yang sedang sholat. Selain itu hal utama yang dapat kita pelajari dalam konten tersebut adalah:

a. Kerjakan yang wajib

Wajib disini dimaknai dengan kewajiban untuk melaksanakan perkara yang hukumnya harus dilaksanakan seperti sholat, puasa ramadhan dan perkara wajib lainnya<sup>67</sup>

b. Usahakan yang sunnah

Artinya adalah mengupayakan pelaksanaan perkara yang sunnah setelah perkara yang wajib telah dilaksanakan, seperti puasa sunnah, sholat sunnah tahajud, shalat taubat, wudhu dan perkara sunnah lainnya.

c. Hindari yang mubah

Mubah merupakan perkara yang tidak memiliki ketentuan *syar'i* artinya apakah sebuah perintah tersebut dilarang atau tidak<sup>68</sup>. Kalimat tersebut digambarkan pada seseorang yang sedang menonton pertandingan sepak bola. Menonton adalah perkara yang mubah apabila bukan tontonan yang tidak baik.

d. Hati-hati dengan yang makruh

<sup>67</sup> Ansari, *Hukum Syara' Dan Sumber-Sumbernya*, ed. Ali Murthado (Jakarta: Menara Buku, 2013), 55.

<sup>68</sup> Ansari, *Hukum Syara' Dan Sumber-Sumbernya*, 69.

Makruh adalah sesuatu yang sebaiknya untuk dihindari menurut *syar'i*. dengan kata lain apabila perkara makruh tersebut tidak dilakukan makan akan mendapatkan pahala sedangkan apabila perkara makruh tersebut tidak dilakukan tidak mendapat dosa pula<sup>69</sup>. hal yang dapat diambil dari perkara yang makruh adalah, apabila sesuatu hal yang dihukumi makruh maka sebaiknya tinggalkan, seperti pada contoh pada konten tersebut adalah untuk makan secukupnya, hindari makan yang berlebihan.

e. Jauhi yang haram

Haram merupakan perkara yang dilarang untuk dilaksanakan.

**Kedua**, elemen ilustrasi yang ada di dalamnya. Ilustrasi yang ada di dalam konten tersebut sangat kompleks dan menggambarkan dari setiap topik yang ada. Pertama ilustrasi seorang sedang memainkan laptop dengan handphone di sebelahnya. Ilustrasi tersebut menggambarkan seorang sedang sibuk bekerja, belajar atau sekedar mencari hiburan. Disela aktifitasnya tersebut tentu memiliki hal lain yang perlu dikerjakan. Maka konten tersebut membahas mengenai mengatur waktu berdasarkan perspektif islam. Lalu gambar pada slide kedua ialah penggambaran seorang lelaki sedang bersujud menandakan sedang sholat. Sholat sendiri merupakan perkara yang wajib. Selanjutnya pada slide ketiga, seorang lelaki sedang wudhu. Menggambar kan bahwasannya wudhu merupakan salah satu perkara sunnah apabila dilakukan selain untuk sholat. Pada slide keempat seorang lelaki sedang menonton bola sambil mengkonsumsi mie instan, perilaku menonton dan makan mie instan merupakan perkara mubah kecuali menonton hal yang buruk dan makan yang haram. Lalu pada slide kelima digambarkan dengan dua orang lelaki yang memiliki bentuk tubuh yang berbeda. Satu diantaranya memiliki tubuh yang gemuk dan diberi

---

<sup>69</sup> Ansari, *Hukum Syara' Dan Sumber-Sumbernya*, 68.

keterangan kata *after*. Hal yang bisa dipahami adalah apabila seseorang makan secara berlebihan maka akan menimbulkan efek yang kurang baik seperti obesitas. Perkara makan berlebihan yang tidak sesuai tuntunan Rasulullah SAW merupakan perkara yang makruh untuk dilaksanakan.

**Ketiga**, elemen warna yang diterapkan pada ilustrasi-ilustrasi yang ada pada konten berjudul Manajemen waktu dalam islam. Penggunaan warna putih dan abu-abu digunakan sebagai keseluruhan *background* konten. Penggunaan warna putih dan abu-abu menimbulkan kesan yang bijaksana, suci namun futuristik sebagaimana karakteristik dari warna tersebut. Lalu warna hijau pada konten tersebut untuk memberikan efek yang realistis, menggambarkan dedaunan, pepohonan dalam arti lain warna hijau memberikan kesan alami, subur, tumbuh. Selanjutnya warna merah. Warna merah pada postingan tersebut sebagai warna yang menegaskan dari bentuk ilustrasi manusia melalui busananya. Warna merah sendiri memiliki karakter yang tegas, berani.

#### 10. Kalo Gak Nikah Ya Paling Gak Puasa Sunnah

Postingan bertema pesan Syariah yang membahas mengenai puasa sunnah pada bulan syawal ini diunggah pada tanggal 23 Mei 2021 dengan jumlah likes sebanyak 710 dengan 2 komentar.

Berikut ini analisis mengenai elemen-elemen visual yang ada di dalamnya menggunakan teori Semiotika Ferdinand De Saussure:

		
Elemen	Penanda ( <i>signifier</i> )	Petanda ( <i>signified</i> )
Tipografi	“Syawal: kalo belum mampu menjalankan...”	Merupakan subhedline yang letaknya sebelum <i>headline</i>
	“Sunah Menikah, Ya Paling Gak Puasa Sunnah.. Wkwk”	Merupakan <i>headline</i> dari slide 1
	“Kesempatan dapat Pahala Puasa Sunah Combo!”	Merupakan <i>headline</i> dari slide 2

	Jadwal puasa sunnah pada bulan syawal	Menampilkan jadwal puasa sunnah syawal beserta keterangannya
Ilustrasi	Dua orang perempuan dan laki-laki berboncengan.	Menandakan dua orang tersebut merupakan pasangan suami istri yang baru menikah. Ditandakan dengan wanita yang memegang karangan bunga dengan membonceng seorang lelaki dan terdapat ornamen bentuk hati.
	Seorang lelaki sedang menunjuk ke arah elemen tipografi	Menggambarkan seseorang sedang menuntun para pembacanya untuk melihat dan membaca tulisan yang ada pada slide kedua.
	Seorang lelaki sedang memegang sendok dan garpu dengan ornamen bentuk jam analog serta icon penunjuk waktu siang dan malam	Menggambarkan seseorang sedang menunggu waktu makan atau lebih tepatnya menunggu waktu buka puasa
Warna	Putih, abu-abu, merah, hijau, kuning	Putih untuk warna <i>background</i> slide ke 1 dan 3.

		<p>Warna abu-abu diaplikasikan untuk busana yang dikenakan oleh pengantin pria dan wanita</p> <p>Warna merah diilustrasikan pada bentuk hati yang menandakan arti cinta.</p> <p>Warna kuning bersifat menonjolkan topik “Kesempatan dapat Pahala Puasa Sunnah Combo!”</p>
--	--	---

*Signification:*

**Pertama**, membahas mengenai elemen tipografi yang ada di dalamnya. Kalimat “Syawal: kalo belum mampu menjalankan...” merupakan *subheadline* yang terletak sebelum *headline* “Sunah Menikah, Ya Paling Gak Puasa Sunnah”. Pada *subheadline* editor menerapkan font *Montserrat*. Sedangkan *headline* menggunakan font *Bebas Neue*. Kedua font tersebut merupakan salah satu contoh huruf San Serif dimana tipe huruf ini merupakan huruf yang mudah untuk dibaca. Kalimat tersebut berusaha memberi pengertian bahwasannya menjalankan sunnah pada bulan Syawal tidak harus dengan menikah, tetapi minimal dapat melaksanakan puasa sunnah bulan syawal. Selain pada *headline*, pada slide terakhir juga di jabarkan jadwal puasa sunnah bulan syawal secara ringkas dan mudah dimengerti.

Membahas mengenai puasa sunnah pada bulan syawal, berdasarkan Hadist Riwayat Iman Ahmad: 22412; Ibnu Majah: 1715 dan Ibnu

Khuzaimah : 2115. Disahihkan oleh al-Albani yang berbunyi “Barangsiapa yang berpuasa sebulan (penuh) di bulan Ramadhan, seperti berpuasa selama 10 bulan. Dan berpuasa 6 hari di bulan Syawal setelah Iedul Fithri, maka dengan demikian ia seperti telah berpuasa selama setahun penuh. Barangsiapa yang melakukan kebaikan, maka baginya dilipatgandakan balasannya sepuluh kali lipat.”, hadist tersebut menjelaskan begitu besar pahala yang diperoleh apabila seorang muslim dapat melaksanakan puasa sunnah syawal<sup>70</sup>.

**Kedua**, mengenai elemen ilustrasi yang ada pada konten di atas. Ilustrasi yang digunakan adalah ilustrasi dua orang perempuan dan laki-laki yang sedang berboncengan dengan memegang rangkaian bunga serta ornamen-ornamen berbentuk hati. Ornamen-ornamen pendukung ini mendukung sebuah gambar sehingga pembaca dapat menyimpulkan bahwa ilustrasi tersebut merupakan sepasang kekasih yang baru menikah. Sebab kalimat pada ilustrasi tersebut terdapat kata menikah yakni pada kalimat “...sudah menikah, ya paling gak puasa sunnah...”. Lalu ilustrasi seorang lelaki sedang mengarahkan tangannya kepada sebuah tipografi bertuliskan “Kesempatan dapat Pahala Puasa Sunnah Combo!”, ilustrasi tersebut berusaha mengarahkan pembaca untuk melihat tulisan yang ada konten tersebut. Selanjutnya pada slide terakhir, terdapat ilustrasi seorang lelaki sedang memegang sedok dan garpu serta piring dan gelas dihadapannya, selain itu terdapat pula karakter berbentuk jam analog berjumlah 2 dengan jam yang berbeda serta terdapat indikasi waktu malam dan siang dengan karakter berbentuk bulan dan matahari. Ilustrasi tersebut menggambarkan seorang sedang menunggu waktu puasa atau waktu puasa itu sendiri. Ilustrasi tersebut mendukung pada sebuah kalimat berupa jadwal puasa

---

<sup>70</sup> Syaikh Muhammad Shalih Al-Munajjid, *21 Faidah Seputar Puasa Syawal* (Maktabah, 2018), [alwasathiyah.com/ebooks](http://alwasathiyah.com/ebooks).

yang dapat dilakukan oleh para pembaca. Sehingga dapat menggambarkan bahwasannya jadwal tersebut adalah jadwal puasa.

**Ketiga**, elemen warna yang ada pada konten. Pada ketiga slide konten tersebut desainer memilih warna putih dan kuning sebagai *background*nya. Pada slide 1 dan 3 *background* berwarna putih ini menimbulkan kesan yang bijaksana, kesucian. Lalu pada slide kedua menggunakan *background* warna kuning, selain untuk variasi, warna kuning juga memberi efek menonjol dan tentunya kontras dari konten di slide lainnya. Selanjutnya penggunaan warna merah pada ilustrasi berbentuk hati, bunga, serta busana. Merah menunjukkan arti tegas, berani, semangat dan cinta kasih sayang. Bentuk hati menggunakan warna merah berarti mengindikasikan sebuah ilustrasi yang diperankan melalui 2 orang berlawanan jenis sehingga dapat disimpulkan bahwa 2 orang tersebut merupakan sepasang kekasih. Lalu warna merah untuk busana karakter manusia dalam konten tersebut ditujukan untuk memberi efek kontras.

### C. Analisis Elemen Desain

Pada sebuah konten dakwah yang menggunakan elemen desain visual sebagai media dalam berdakwah seorang *da'i*, tentunya *da'i* atau desainer ini menerapkan elemen-elemen desain visual di dalamnya agar pembaca atau dengan kata lain mad'u dapat memberikan kesan pertama yang baik dalam melihat suatu konten dakwah yang telah dibuat sehingga pembaca tersebut dapat tertarik untuk melihatnya. Penerapan elemen-elemen visual yang baik tentu dapat mempengaruhi minat baca seseorang.

Pada pembahasan ini, penulis akan sedikit menjabarkan elemen-elemen visual seperti elemen garis, bentuk, tipografi, ilustrasi, warna dan layout yang ada di dalam sebuah konten dakwah pada akun Instagram @istgfr.id. Objek yang akan diteliti berdasarkan objek yang dipilih untuk diteliti berdasarkan teori Semiotika Ferdinand De Saussure seperti pada pembahasan sebelumnya.

Berikut ini penjabaran elemen-elemen yang ada pada konten-konten berikut ini:

### 1. Elemen Garis

Garis merupakan elemen yang memiliki fungsi dalam mengungkapkan suasana dalam bentuk-bentuk yang sederhana yang diwakili oleh garis tersebut<sup>71</sup>.

Tabel 4. 1 Analisis Elemen Garis

Konten Ke-1	Konten Ke-2
<p>Konten Ke-3</p> 	<p>Konten Ke-4</p> 

<sup>71</sup> Iqbal Kahfi, "Karakter Desain Dakwah Visual Pada Akun Instagram @lemonmove.", 64

<p style="text-align: center;"><b>Konten Ke-5</b></p> <p style="text-align: center;">DAKWAH VISUAL ISLAM KAFFAH</p> <p style="text-align: center;">@muslimdesignercommunity @istgfr</p> <p style="text-align: center;">بَلِّغُوا عَنِّي وَلَوْ آيَةً share</p>	<p style="text-align: center;"><b>Konten Ke-6</b></p> <p style="text-align: center;">DAKWAH VISUAL ISLAM KAFFAH</p> <p style="text-align: center;">@muslimdesignercommunity @istgfr</p> <p style="text-align: center;">بَلِّغُوا عَنِّي وَلَوْ آيَةً share</p>
<p style="text-align: center;"><b>Konten Ke-7</b></p> <p style="text-align: center;">DAKWAH VISUAL ISLAM KAFFAH</p> <p style="text-align: center;">@muslimdesignercommunity @istgfr.id</p> <p style="text-align: center;">بَلِّغُوا عَنِّي وَلَوْ آيَةً share</p>	<p style="text-align: center;"><b>Konten Ke-8</b></p> <p style="text-align: center;">@muslimdesignercommunity @istgfr.id</p> <p style="text-align: center;">@muslimdesignercommunity @istgfr.id</p>
<p style="text-align: center;"><b>Konten Ke-9</b></p> <p style="text-align: center;">@muslimdesignercommunity @istgfr.id</p> <p style="text-align: center;">@muslimdesignercommunity @istgfr.id</p> <p style="text-align: center;">jika share dalawah Pjwallah jadi amat berjaya</p>	<p style="text-align: center;"><b>Konten Ke-10</b></p> <p style="text-align: center;">@muslimdesignercommunity @istgfr.id</p> <p style="text-align: center;">@muslimdesignercommunity @istgfr.id</p> <p style="text-align: center;">jika share dalawah Pjwallah jadi amat berjaya</p>

Pada hasil analisis di atas, garis difungsikan sebagai pembentuk susunan kerangka tipografi serta pembentukan sebuah ilustrasi. Garis yang di aplikasikan didominasi oleh garis horizontal dan vertikal. Garis tersebut memberikan kesan yang stabil, kuat, tenang, aspratif, kuat, tinggi, gagah. Sehingga garis tersebut dapat menggambarkan ilustrasi yang sesuai dengan kesan yang diberikan.

## 2. Elemen Bentuk

Bentuk merupakan salah satu elemen desain visual yang mempertemukan hasil goresan berupa titik maupun garis sehingga membentuk suatu kepadatan tertentu yang memiliki diameter, tinggi serta lebar.

Bentuk yang dapat dianalisis dari konten-konten yang ada pada akun Instagram @istgfr.id adalah berupa bentuk yang geometris dan ada pula yang non geometris. Selain itu ilustrasi yang dibuat untuk menyederhanakan bentuk asli dari objek atau dengan kata lain bentuk yang minimalis.

Selain unsur bentuk, di dalam suatu desain konten juga memiliki satu sisi ruang kosong (*blankspace/whitespace*). *Blankspace* itu sendiri bertujuan untuk memisahkan antara satu elemen dengan elemen yang lainnya sehingga dapat membantu penglihatan untuk mengorganisasikan serta mencerna suatu informasi yang ada pada konten tersebut.

Di dalam konten-konten @istgfr.id, ruang kosong dapat ditemukan di berbagai sisi. Berikut ini ruang kosong yang terdapat pada konten-konten @istgfr.id dengan ditandai dengan warna merah<sup>72</sup>:

**Tabel 4. 2 Analisis Elemen Bentuk**

---

<sup>72</sup> Dzikri Hasanudin and Oki Adityawan, "Perkembangan *Flat Design* Dalam Web Design Dan User Interface," *Pantun Jurnal Ilmiah Seni Budaya* 5, no. 2 (2020), 139.

<p style="text-align: center;"><b>Konten Ke-1</b></p> <p>@muslimdesignercommunity @istgfr.id</p> <p><b>Swab Hatimu dengan Al-Qur'an</b></p> <p><b>Cuci Tanganmu dengan Sedekah</b></p> <p><b>Vaksin Jiwamu dengan Dzikir</b></p> <p><b>Jaga Jarak dari Maksiat</b></p> <p><small>yuk share dakwah menyualah jadi amal jariah</small></p>	<p style="text-align: center;"><b>Konten Ke-2</b></p> <p>@muslimdesignercommunity @istgfr.id</p> <p><b>ROSSI AJA VALENTINE NO! BUKAN VALENTINE YES!</b></p> <p><small>dingatin jauh-jauh hari, biar gak terpurus nanti</small></p> <p><small>yuk share dakwah menyualah jadi amal jariah</small></p>
<p style="text-align: center;"><b>Konten Ke-3</b></p> <p>DAKWAH VISUAL ISLAM KAFFAH</p> <p>@muslimdesignercommunity</p> <p><b>Lu bilang pegang anjing itu najis! tapi ...</b></p> <p><b>pegangan sama yang bukan mahrom Lu bilang romantis? situ sehat?</b></p> <p><small>share</small></p>	<p style="text-align: center;"><b>Konten Ke-4</b></p> <p>DAKWAH VISUAL ISLAM KAFFAH</p> <p>@muslimdesignercommunity</p> <p><b>Ketika Allah Menginginkan Kebaikan Kepada Kita</b></p> <p><b>Allah gak ngasih jabatan, gak ngasih kekayaan, apalagi ngasih popularitas. Tapi ...</b></p> <p>Barangsiapa yang Allah inginkan kebaikan padanya, Allah akan faqihkan (pahamkan) ia dalam agama. (HR. Bukhari &amp; Muslim)</p> <p><small>share</small></p>

Konten Ke-5

DAKWAH VISUAL ISLAM KAFFAH

@muslimdesignercommunity

*Tataparan keras*  
**Ilmu Dunia Sarjana, Tapi Ilmu Agama TK**



"Sesungguhnya Allah membenci orang yang pandai dalam urusan dunia, namun bodoh dalam perkara akhirat."  
(HR. Al-Hakim, dishahihkan oleh Al-Azhar)

share بِلِّغُوا عَنِّي وَلَوْ آيَةً

Konten Ke-6

DAKWAH VISUAL ISLAM KAFFAH

@muslimdesignercommunity

itu mulut nganggur kan?  
 coba baca kalimat di bawah ini!



اللَّهُمَّ صَلِّ عَلَى مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِ مُحَمَّدٍ  
"Muhumma sholli 'ala Muhammad wa 'ala 'ali Muhammad"  
**Alhamdulillah, setidaknya kita sudah bershalawat untuk hari ini!**

share بِلِّغُوا عَنِّي وَلَوْ آيَةً

Konten Ke-7

DAKWAH VISUAL ISLAM KAFFAH

@muslimdesignercommunity

**Cinta Karena Good Looking?**

"Jika wajah yang membuatmu jatuh cinta, bagaimana caramu mencintai Nabi yang tak pernah kau lihat sebelumnya?"



share بِلِّغُوا عَنِّي وَلَوْ آيَةً

Konten Ke-8

@muslimdesignercommunity @istgfr.id

Jika ada info terbaru dari idola yang kita damba dengan cepat kita mengetahuinya, lantas kenapa kita diam saja ketika mendengar kabar duka dari saudara-saudara kita di Palestina?



share بِلِّغُوا عَنِّي وَلَوْ آيَةً

Konten Ke-9

@muslimdesignercommunity @istgfr.id

**TIPS MANAJEMEN WAKTU DALAM ISLAM**



share بِلِّغُوا عَنِّي وَلَوْ آيَةً

Konten Ke-10

@muslimdesignercommunity @istgfr.id

Syawal: kalo belum mampu menjalankan

**SUNAH MENIKAH, YA PALING GAK PUASA SUNAH IKWK**

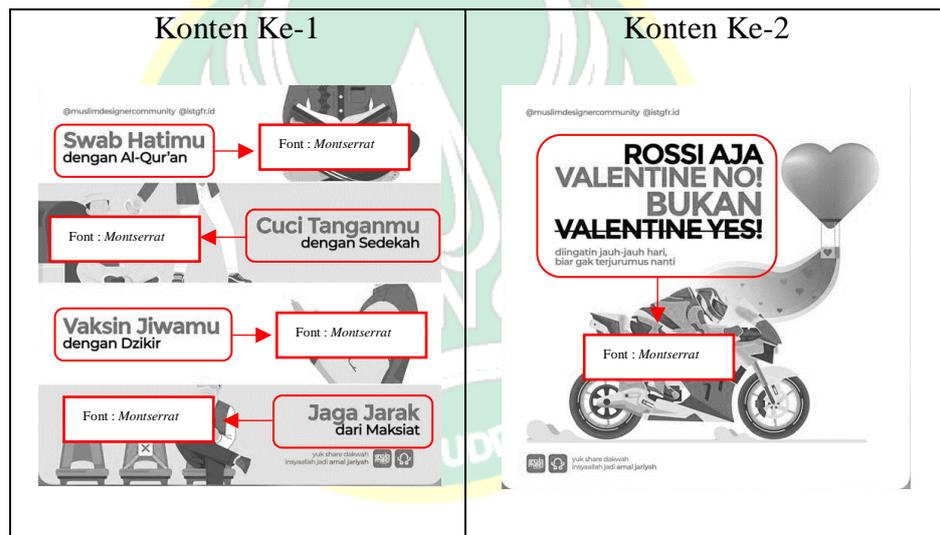


share بِلِّغُوا عَنِّي وَلَوْ آيَةً

Dengan penerapan *blank space* pada konten-konten dakwah di atas, dapat mempermudah pembacanya dalam menerima pesan visual di dalamnya. Sesuai dengan fungsi *blankspace* tersebut, antara ilustrasi dengan tipografi memiliki jarak yang seimbang sehingga terciptanya keteraturan dalam penerapan layout yang baik dan benar.

### 3. Elemen Tipografi

Tipografi yang digunakan pada konten-konten Istgfr.id ini terkesan jelas, bersih dan tidak terdapat ornamen-ornamen lainnya. Tipe yang digunakan pada konten-kontennya yaitu sans-serif dan *script*. Dimana jenis huruf tersebut memiliki karakter yang lugas, sederhana, futuristik serta akrab. Dengan penggunaan huruf tersebut maka konten-konten yang diunggah memiliki tampilan yang nyaman untuk dibaca.







Melihat dari analisis tipografi yang diterapkan pada konten-konten di atas, konten-konten tersebut didominasi oleh penggunaan huruf San-Serif serta script yang menciptakan kesan yang lugas, sederhana, futuristik serta akrab. Hal tersebut juga didukung oleh penggunaan bahasa yang mudah untuk dimengerti, sederhana namun penuh makna.

#### 4. Elemen Ilustrasi

Ilustrasi adalah bentuk dari suatu gambar, lukisan, tabel, maupun foto yang fungsinya memberi penjelasan suatu media komunikasi visual. Selain itu ilustrasi juga sebagai pengisi whitespace pada sebuah konten<sup>73</sup>.

“... akhir-akhir postingan yang mendapat banyak respon positif itu Flat desain. Dipilih karena simpel namun kesannya tetap keren, dan di tahun 2019-2020 memang trend desain vector yang sedang booming memang bercirikan Flat desain.”<sup>74</sup>

Dalam akun Istgfr.id, desainer memilih ilustrasi *Flat desain* dalam membuat animasi didalam kontennya. Penggunaan animasi *Flat desain* untuk memperkuat daya tarik pembaca. Dalam menentukan ilustrasi yang akan digunakan, *creator* akan menyesuaikan dengan topik yang akan dibahas sehingga dapat mewakili peristiwa atau keadaan yang ada.

Tabel 4.3 Analisis Elemen Ilustrasi

Konten Ke-1	Konten Ke-2
	

<sup>73</sup> Ramdani, *Desain Grafis*, 78.

<sup>74</sup> Akbar Ditya Ridhani, Wawancara Daring, admin @istgfr.id, 16 Januari 2022 pukul 07.48

Konten Ke-3



Konten Ke-4



Konten Ke-5



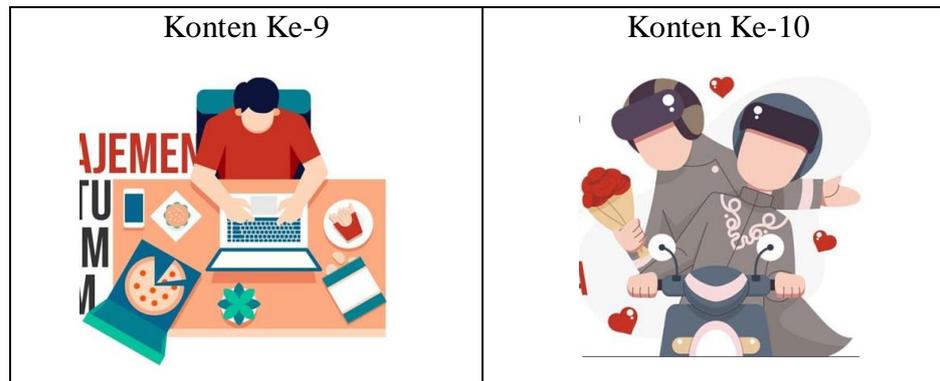
Konten Ke-6

Konten Ke-7



Konten Ke-8





Konten-konten dakwah di atas memiliki ciri yang dominan yakni penggunaan ilustrasi grafis *Flat Desain*, dimana bentuk yang asli di aplikasikan dengan bentuk-bentuk geometris yang sederhana. Sehingga terlihat *simple* namun menarik untuk dilihat. Selain itu penerapan ilustrasi yang sesuai dengan topik pembahasan membuat pembacanya dapat dengan mudah menangkap isi dari topik tersebut.

#### 5. Elemen Warna

Elemen warna memiliki peran yang sangat penting dalam sebuah karya visual. Warna sendiri dapat memberikan karakteristik pada sebuah objek yang ditampainya. Untuk menghasilkan karya yang indah dan nyaman untuk dilihat tentu pemilihan warna yang tepat menjadi aspek penting. Oleh karena itu, pemilihan dan pengaplikasian warna yang solid, kuat dan tajam untuk ilustrasi dan tipografi di didalamnya, sedangkan untuk *background* menggunakan warna yang *light* (terang) dan lembut. Pemilihan warna antara *background* dengan isi yang kontras ditujukan agar pembaca lebih mudah untuk memahami teks dan ilustrasi. Berikut ini elemen-elemen warna yang terdapat pada konten-konten Istgfr.id:

**Tabel 4. 4 Analisis Elemen Warna**

### Konten Ke-1

@muslimdesignercommunity @istgfr.id

**Swab Hatimu**  
dengan Al-Qur'an



**Cuci Tanganmu**  
dengan Sedekah



**Vaksin Jiwamu**  
dengan Dzikir



**Jaga Jarak**  
dari Maksiat



yuk share dakwah  
nyawallah jadi amal jariah

Elemen warna :

### Konten Ke-2

@muslimdesignercommunity @istgfr.id

**ROSSI AJA**  
**VALENTINE NO!**  
**BUKAN**  
**VALENTINE YES!**

dingatin jauh-jauh hari,  
biar gak terburum nanti



Elemen warna :

### Konten Ke-3

DAKWAH VISUAL ISLAM KAFFAH

@muslimdesignercommunity

**Lu bilang**  
pegang anjing  
itu najis!  
tapi ...



**pegangan**  
sama yang  
bukan mahrom  
Lu bilang  
romantis?

situ  
sehat?



@ISTGFR

بَلِّغُوا عَنِّي وَلَوْ آيَةً share

Elemen Warna:

### Konten Ke-4

DAKWAH VISUAL ISLAM KAFFAH

@muslimdesignercommunity

**Ketika Allah**  
*Menginginkan*  
Kebaikannya Kepada Kita



**Allah**  
**gak ngasih**  
jabatan, gak ngasih kekayaan,  
apalagi ngasih popularitas.  
Tapi ...



Barangsiapa yang Allah inginkan ke-  
baikannya padanya, Allah akan faqihkan  
(pahamkan) ia dalam agama.  
(HR. Bukhari & Muslim)

@ISTGFR

بَلِّغُوا عَنِّي وَلَوْ آيَةً share

Elemen warna:

### Konten Ke-5

DAKWAH VISUAL ISLAM KAFFAH

بَلِّغُوا عَنِّي وَلَوْ آيَةً share

Elemen warna:

### Konten Ke-6

DAKWAH VISUAL ISLAM KAFFAH

بَلِّغُوا عَنِّي وَلَوْ آيَةً share

Elemen warna:

### Konten Ke-7

DAKWAH VISUAL ISLAM KAFFAH

بَلِّغُوا عَنِّي وَلَوْ آيَةً share

Elemen warna:

### Konten Ke-8

@muslimdesignercommunity @istgfr.id

بَلِّغُوا عَنِّي وَلَوْ آيَةً share

Elemen warna:



Berdasarkan hasil analisis di atas, dapat disimpulkan bahwa, warna-warna yang digunakan didominasi oleh warna yang solid namun bukan warna-warna yang mencolok. Serta penggunaan background light seperti warna putih dan abu-abu yang memberikan kesan yang bersih, bijaksana, kelembutan, serta futuristik yang mendukung materi dakwah yang dibawakan.

#### 6. Elemen Layout

Layout atau dalam bahasa Indonesia disebut dengan tata letak ialah pengaturan beberapa tulisan serta gambar-gambar. Untuk mendapatkan layout yang baik, tentu terdapat kriteria yang dapat digunakan yaitu layout dapat mudah untuk dipahami oleh pembaca, lalu layout harus mempunyai pemetaan tata letak agar pembaca dapat mengerti perpindahan topik secara runtut. Selain itu layout juga harus menarik perhatian dari pembaca<sup>75</sup>.

<sup>75</sup> Ricky W Putra, *Pengantar Desain Komunikasi Visual Dalam Penerapan*, ed. Erang Risanto (Yogyakarta: Andi Offset, 2021), Hal 95.



<p style="text-align: center;"><b>Konten Ke-5</b></p> <p style="text-align: center;">DAKWAH VISUAL ISLAM KAFFAH</p> <p style="text-align: center;">﴿﴾ @muslimdesignercommunity @istgfr</p> <p style="text-align: center;">بَلِّغُوا عَنِّي وَلَوْ آيَةً share</p>	<p style="text-align: center;"><b>Konten Ke-6</b></p> <p style="text-align: center;">DAKWAH VISUAL ISLAM KAFFAH</p> <p style="text-align: center;">﴿﴾ @muslimdesignercommunity @istgfr</p> <p style="text-align: center;">بَلِّغُوا عَنِّي وَلَوْ آيَةً share</p>
<p style="text-align: center;"><b>Konten Ke-7</b></p> <p style="text-align: center;">DAKWAH VISUAL ISLAM KAFFAH</p> <p style="text-align: center;">﴿﴾ @muslimdesignercommunity @istgfr</p> <p style="text-align: center;">بَلِّغُوا عَنِّي وَلَوْ آيَةً share</p>	<p style="text-align: center;"><b>Konten Ke-8</b></p> <p style="text-align: center;">@muslimdesignercommunity @istgfr</p> <p style="text-align: center;">﴿﴾ @muslimdesignercommunity @istgfr</p> <p style="text-align: center;">Jika share dakwah ini masalah jadi amal jariah</p>
<p style="text-align: center;"><b>Konten Ke-9</b></p> <p style="text-align: center;">@muslimdesignercommunity @istgfr</p> <p style="text-align: center;">﴿﴾ @muslimdesignercommunity @istgfr</p> <p style="text-align: center;">Jika share dakwah ini masalah jadi amal jariah</p>	<p style="text-align: center;"><b>Konten Ke-10</b></p> <p style="text-align: center;">@muslimdesignercommunity @istgfr</p> <p style="text-align: center;">﴿﴾ @muslimdesignercommunity @istgfr</p> <p style="text-align: center;">Jika share dakwah ini masalah jadi amal jariah</p>

Penerapan layout yang digunakan pada konten-konten di atas yaitu didominasi oleh penggunaan layout yang sejajar dan teratur. Sehingga penerapan layout tersebut dapat membawa pembacanya untuk melihat secara teratur sesuai dengan topik pembicaraan secara runtut.

Setelah melihat hasil analisa berdasarkan elemen-elemen desain visual, maka dapat ditarik kesimpulan pada tabel berikut ini:

Elemen Visual	Jenis
Tipografi	Sans-serif : <i>Montserrat, Bebas Neue</i> Script : <i>Haropath</i>
Ilustrasi	<i>Flat desain</i>
Warna	

#### D. Analisis Karakter Desain

Setelah adanya uraian analisis yang sudah dijelaskan di atas, peneliti menemukan beberapa penemuan yang dapat diambil. Penemuan yang didapat

menggambarkan elemen desain dakwah visual serta karakter desain yang diperoleh dari hasil observasi dan wawancara. Elemen-elemen garis, bentuk, tipografi, ilustrasi, warna dan layout menunjukkan karakteristiknya masing-masing.

Mengenai elemen garis yang ada pada konten-konten dakwah di atas, garis-garis tersebut tercipta karena adanya bidang geometris yang membentuk ilustrasi dengan teknik *Flat desain*. Garis-garis tersebut membentuk bidang serta merapihkan sisi tipografi dan layout.

Selanjutnya, klasifikasi tipografi yang terkandung pada konten-konten dakwah di atas adalah font dari Sans-serif dan *Script*, dimana karakter dari jenis font tersebut ialah lugas, sederhana, futuristik serta terkesan akrab dengan ciri khas *script* yang merupakan tulisan tangan. Penggunaan font tersebut dapat memberikan rasa nyaman untuk dibaca sehingga dapat memaksimalkan daya serap penerimaan pesan dakwah tersebut.

Dalam aspek pemilihan warna, konten-konten dakwah Istgfr.id berhasil membawakan ilustrasinya dengan warna-warna yang nyaman dipandang mata. Warna-warna tersebut memiliki ciri yang solid tetapi memiliki tipe warna yang *soft*. Warna dominan yang ada pada setiap konten adalah warna merah. Sebab, warna merah merupakan warna utama pada lambang Istgfr.id itu sendiri, sehingga warna tersebut dapat tertanam dalam otak pembaca sebagai warna ciri khas dari Istgfr.id.

Lalu mengenai layout, Istgfr.id menerapkan tata letak yang bervariasi. Walaupun tidak memiliki tata letak yang konsisten tetapi konten-konten dakwah yang dibawakannya sangat mudah untuk dibaca. Sebab penerapan tata letak yang berdampingan serta ilustrasi dengan tipografi yang mendukung sehingga pembaca tetap bisa membaca pemetaan dari tata letak tersebut.

Membahas mengenai *Flat desain* itu sendiri, *Flat desain* merupakan teknik utama yang digunakan oleh *creator* dalam menuangkan pesan-pesan dakwahnya berdasarkan hasil analisis serta wawancara yang dilakukan. *Flat*

*desain* sendiri memiliki arti seni yang mendesain suatu bentuk secara sederhana yang tersusun atas warna-warna yang solid dan memiliki dimensi yang datar atau *flat*<sup>76</sup>. *Flat desain* populer di industri desain mulai tahun 2013. Trens tersebut telah mempengaruhi banyak karya para desainer. Salah satu pendongkrak populernya *Flat desain* ini adalah pada saat Microsoft menerapkan teknik vektor *Flat desain* pada *User Interface (UI)* di Windows 8. Dimana windows ini menampilkan ikon secara sederhana dan memiliki efek menyerupai benda aslinya. Hal tersebut tidak terlepas dari prinsip *Flat desain* yang bersih sebab dalam *Flat desain* itu sendiri menerapkan *white space* atau ruang kosong sehingga desain yang dibuat dapat mudah untuk dibaca dan tentu lebih menarik, sederhana serta mudah untuk dipahami.



---

<sup>76</sup> Beranda Agency, *How To Make Flat Design With CorelDraw* (Jakarta: PT Elex edia Komputindo, 2015), 10.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 10 konten dakwah yang ada pada akun Instagram @istgfr.id periode Februari-Juli 2021 dengan menggunakan Teori Semiotika Ferdinand De Saussure serta analisis elemen dan karakter visual ditemukan bahwasannya tanda-tanda visual yang ada pada konten-konten dakwah tersebut diperlihatkan melalui gambar, ilustrasi, tipografi serta warna yang ada dengan mengkaitkan anatara elemen-elemen visual yang ada dengan karakter yang ditimbulkan dari setiap elemen tersebut. Sehingga desain konten dakwah yang diunggah pada akun Instagram @istgfr.id memiliki karya visual yang baik. Hal tersebut dilihat dari kejelasan pesan dakwah, keterbacaan teks, serta ilustrasi yang sesuai untuk menggambarkan suatu topik yang akan di bahas. Kesimpulan dari keseluruhan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Melihat dari elemen-elemen desain yang digunakan, desainer dominan menggunakan tipe ilustrasi *Flat Design* pada setiap kontennya. Menggunakan *background* berwarna *light* (terang). Serta ilustrasi yang digunakan menggunakan warna yang solid dengan tipografi yang mudah dibaca. Selain itu topik yang disampaikan sangat *related* dengan kehidupan masyarakat saat ini dengan bahasa yang mudah dicerna oleh pembaca pada umumnya.
2. Berdasarkan kajian dan analisis pada konten-konten dakwah yang ada pada akun Instagram @istgfr.id dengan menggunakan teori Semiotika Ferdinand De Saussure, secara keseluruhan memiliki karakter yang lugas, tegas namun sederhana dan memiliki makna yang dalam disetiap ilustrasi yang dibuatnya untuk menggambarkan suatu pesan dakwah di dalamnya. Selain memenuhi aspek desain yang menarik, konten-konten dakwah @istgfr.id

dapat mengemas pesan dakwahnya dengan baik sesuai dengan prinsip-prinsip dakwah.

## B. Saran

Dengan melihat hasil penelitian dan analisis mengenai “karakter desain dakwah visual pada akun Instagram @istgfr.id”, peneliti ingin memberikan beberapa saran kepada pembaca, antara lain:

1. Untuk para pengguna instagram agar mengikuti dan mempelajari konten-konten yang ada pada setiap unggahan-unggahan @istgfr.id dengan cara mengikuti (follow) untuk langkah awal menambah wawasan keislaman.
2. Kepada peneliti selanjutnya, alangkah baiknya penelitian ini dapat dikembangkan dengan kajian-kajian yang lebih luas, seperti mengkolerasikan anatar desain visual dakwah dengan psikologi mad'u, sosiologi dan sebagainya. Sebab di dalam ilmu desain visual itu sendiri memiliki ruang lingkup yang luas.
3. Untuk para desainer maupun *da'i* yang menggunakan media instagram sebagai media berdakwah, alangkah baiknya dapat menjadikan akun Instagram @istgfr.id menjadi *rule mode* dalam menyampaikan dakwah secara menarik dan baik dan tentu mencontoh dengan ciri khasnya masing-masing.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Wibowo. "Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam Di Era Digital." *Jurnal Islam Nusantara* 03, no. 02 (2019): 18.
- Agency, Beranda. *How To Make Flat Design With CorelDraw*. Jakarta: PT Elex edia Komputindo, 2015.
- Al-Munajjid, Syaikh Muhammad Shalih. *21 Faidah Seputar Puasa Syawal*. Maktabah, 2018. [alwasathiyah.com/ebooks](http://alwasathiyah.com/ebooks).
- Al-quran, Jurnal Kajian. "Al-MUBARAK Al-MUBARAK" 6, no. 2 (2021): 159–171.
- Aminuddin. "Media Dakwah." *Jurnal Al-Munzir* 9, no. 2 (2016).
- Amrullah, Amril. "Pengaruh Tayangan Upin Dan Ipin Terhadap Penggunaan Bahasa Melayu Murid SDN 01 Sambutan Samarinda." *eJournal Ilmu Komunikasi* 5, no. 3 (2017): 129–138. [ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id](http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id).
- Anggraini S, Lia, and Kirana Nathalia. *Desain Komunikasi Visual: Dasar-Dasar Panduan Untuk Pemula*. Edited by Ika Fibrianti. Bandung: Penerbit Nuansa Cendekia, 2018.
- Annibras, Nablur Rahman. "Larangan Tasyabuh Dalam Perspektif Hadis." *Jurnal Pemikiran Keislaman dan Kemanusiaan* 01, no. 01 (2017).
- Ansari. *Hukum Syara' Dan Sumber-Sumbernya*. Edited by Ali Murthado. Jakarta: Menara Buku, 2013.
- Bimo Mahendra. "Eksistensi Sosial Remaja Dalam Instagram (Sebuah Prespektif Komunikasi)." *Jurnal Visi KOMunikasi* 16, no. 1 (2017): 152.
- DataReportal. "Digital 2022 : Indonesia." Last modified 2022. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>.
- Effendy, Onong U. *Ilmu Komunikasi: Teori Dan Praktek*. 22nd ed. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2009.
- Ernis. *Buku Ajar: Dasar Konsep Visual*. Padang: UNP, 2005.
- Fatur Bahri an-Nabiry. *Meniti Jalan Dakwah*. Jakarta: Amzah, 2008.
- Fitria, Rini, and Rafinita Aditia. "Prospek Dan Tantangan Dakwah Bil Qalam Sebagai Metode Komunikasi Dakwah." *Jurnal Ilmiah Syi'ar* 19, no. 2 (2019): 224.
- Hafidz, Moh. Abdul. *Al-Qur'an Hadis MTS Kelas VII*. Edited by Abdullah Aniq Nawawi. Jakarta: Direktorat KSKK Madrasah, 2020.

- Hasanudin, Dzikri, and Oki Adityawan. "Perkembangan Flat Design Dalam Web Design Dan User Interface." *Pantun Jurnal Ilmiah Seni Budaya* 5, no. 2 (2020).
- Hasian, Irene, and Irsya Putri. "Analisis Elemen Desain Grafis Dari Visual Konten Instagram Indonesia Tanpa Pacaran Ditinjau Dari Teori Retorika." *Jurnal Magenta* 5, no. 01 (2021): 633–646.
- Hendratman, Hendri. *Computer Graphyc Desain Edisi Revisi Ke-3*. Bandung: Informatika Bandung, 2017.
- Illahi, Fadhl. *Cinta Nabi SAW Dan Tanda-Tandanya*. Edited by Ummu Rosda and Abu Rumaisha. Divisi Percetakan dan Riset Ilmiah Departemen Agama Kerajaan Arab Saudi, 2013.
- Iqbal Kahfi, Ilyunal. "Karakter Desain Dakwah Visual Pada Akun Instagram @lemonmove." UIN Sunan Ampel Surabaya, 2021.
- Kemendikbud. "KBBI Daring." Accessed May 22, 2022. <https://kbbi.kemendikbud.go.id/entri/elemen>.
- . "KBBI Daring." Accessed April 15, 2022. <https://kbbi.kemendikbud.go.id/entri/karakter>.
- Khabib Alia Akhmad. "Pemanfaatan Media Sosial Bagi Pengembangan Pemasaran UMKM." *Jurnal Data.com* 09, no. 01 (2015).
- Khairul Azmi. "Dakwah Visual Muslim Designer Community Banda Aceh (Analisis Konten Dakwah Visual Pada Akun Instagram Muslim Designer Community Banda Aceh)." Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, 2020.
- Kriyantono Rachmat. *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif Dan Kualitatif*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2020.
- Kusrianto, Adi. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi, 2009.
- Muhammad Ferdiansyah. "Asesmen Terhadap Keterampilan Mahasiswa Bimbingan Dan Konseling Dalam Menyusun Skripsi Penelitian Kualitatif." *Jurnal Fokus Konseling* 2, no. 2 (2016).
- Muntazori, Ahmad Faiz. "Dakwah Visual: Ekspresi Keimanan Seorang Muslim Dalam Poster Digital." *Human Narratives* 1, no. 2 (2020): 88–102.
- N, Rustina. *Hadis Kewajiban Menuntut Ilmu Dan Menyampaikannya Dalam Buku Siswa Al-Qur'an Hadis Madrasah Aliyah Di Kota Ambon*. Ambon: LP2M IAIN Ambon, 2019.
- Nadya Khennis Rozana. "Makna Karakter Desain Komunikasi Visual Website NU Online Sebagai Media Dakwah (Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure)." Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2019.
- Ni'mah, Nilnan. "Dakwah Komunikasi Visual." *Islamic Communication Journal*

01, no. 01 (2016): 104–120.

Ni Nyoman Sriwitari. *Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014.

NU Online. “Hukum Dan Etika Pacaran Dalam Islam.” Last modified 2014. Accessed June 25, 2022. <https://islam.nu.or.id/syariah/hukum-dan-etika-pacaran-dalam-islam-xLfvb>.

Putra, Ricky W. *Pengantar Desain Komunikasi Visual Dalam Penerapan*. Edited by Erang Risanto. Yogyakarta: Andi Offset, 2021.

Ramdani, Guruh. *Desain Grafis*. Bogor: IPB Press, 2019.

Ridla, M. Rosyid, Afif Rifa’i, and Suisyanto. *Pengantar Ilmu Dakwah: Sejarah, Perspektif, Dan Ruang Lingkup*. Edited by Ihsan Rahmat. *Metode Dakwah*. Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru, 2017. <http://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/29320>.

Samsul Munir Amin. *Rekontruksi Pemikiran Dakwah Islam*. Jakarta: Amzah, 2008.

Setiawan, Agus. *Metodologi Desain*. Yogyakarta: Arttex, 2018.

Setiawan, Agus, Toto Haryadi, and Auria F Yogananti, eds. *Rupa-Rupa; Komunikasi Visual Kekinian*. Yogyakarta: Suluh Media, 2017.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif*. 3rd ed. Bandung: Alfabeta, 2020.

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

Wahyuningsih, Sri. *Desain Komunikasi Visual*. Bangkalan: UTM Press, 2015.

“12 Inspiring Graphic Design Trends for 2022.” *99Designs*. Last modified 2022. Accessed June 12, 2022. <https://99designs.com/blog/trends/graphic-design-trends/>.



# LAMPIRAN

## Screenshoot Hasil Wawancara Online dengan Founder Akun Instagram @istgfr.id

