

**DAKWAH MELALUI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
(ANALISIS SEMIOTIKA FERDINAND DE SAUSSURE
PADA AKUN INSTAGRAM @rezaquran)**



SKRIPSI

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

Oleh:

ABIMANYU SYAH PUTRA

NIM 1917102106

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
JURUSAN MANAJEMEN DAN KOMUNIKASI ISLAM
FAKULTAS DAKWAH
UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO**

2023

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Abimanyu Syah Putra
NIM : 1917102106
Jenjang : S-1
Fakultas : Dakwah
Prodi : Komunikasi Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Dakwah Melalui Desain Komunikasi Visual (Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure Pada Akun Instagram @rezaquran)” adalah hasil penelitian saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya berhak menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh.

Purwokerto, 4 Juli 2023

Yang menyatakan



Abimanyu Syah Putra

NIM. 1917102106



**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

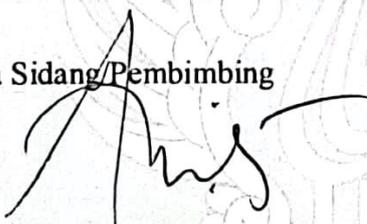
PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

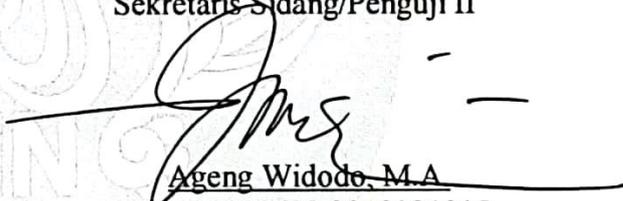
**Dakwah Melalui Desain Komunikasi Visual (Analisis Semiotika Ferdinand
De Saussure Pada Akun Instagram @rezaquran)**

Yang disusun oleh **Abimanyu Syah Putra NIM. 1917102106** Program Studi **Komunikasi Penyiaran Islam**, Jurusan Dakwah Universitas Islam Negeri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Rabu** tanggal **13 Juli 2023** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Sosial dalam Ilmu Komunikasi** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

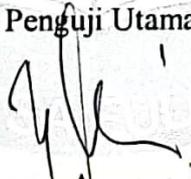
Ketua Sidang/Pembimbing


Anas Azhimi Oalban, M.Kom.
NIDN. 2012049202

Sekretaris Sidang/Penguji II


Ageng Widodo, M.A.
NIP. 19930622 2019031015

Penguji Utama


Hj. Enung Asmaya, M.A.
NIP. 19760508 200212 2 004

Mengesahkan,

Purwokerto, 21 Juli 2023

Dekan,




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

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth

Dekan Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri

Di Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melaksanakan bimbingan, koreksi dan perbaikan-perbaikan terhadap penulisan naskah dari mahasiswa:

Nama : Abimanyu Syah Putra
NIM : 1917102106
Jenjang : S-1
Fakultas/Jurusan : Dakwah/Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul : **Dakwah Melalui Desain Komunikasi Visual
(Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure Pada
Akun Instagram @rezaquran)**

Dengan ini menyatakan bahwa naskah skripsi tersebut dapat diujikan dalam analisis munaqosyah.

Wassalamu'alaikum Wr, Wb.

Purwokerto, 4 Juli 2023
Pembimbing



Anas Azhimi Qalban, M.Kom
NIDN. 2012049202

ABSTRAK

DAKWAH MELALUI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

(ANALISIS SEMIOTIKA FERDINAND DE SAUSSURE

PADA AKUN INSTAGRAM @rezaquran)

ABIMANYU SYAH PUTRA

NIM 1917102106

Perkembangan teknologi saat ini sangatlah pesat di berbagai aspek kehidupan bermasyarakat. Media sosial Instagram merupakan hasil dari perkembangan ilmu teknologi yang memiliki aspek sebagai media komunikasi massa dan dapat diterapkan dalam kegiatan berdakwah di era saat ini. Akun Instagram @rezaquran, merupakan sebuah akun yang memiliki tujuan untuk berdakwah melalui metode desain komunikasi visual yang salah satunya berupa poster digital yang menjadikannya menarik dan memiliki makna di setiap detail posternya.

Penelitian ini ditujukan untuk memperdalam pengetahuan tentang makna pada desain komunikasi visual yang digunakan akun Instagram @rezaquran sebagai media dakwah dengan menggunakan pendekatan kualitatif metode analisis semiotika Ferdinand de Saussure untuk mengkaji tanda secara mendalam baik mengenai isi dan maknanya melalui tiga elemen yaitu tipografi, ilustrasi dan warna.

Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa dakwah melalui desain komunikasi visual dengan analisis semiotika Ferdinand de Saussure pada akun Instagram @rezaquran terdapat pemaknaan terhadap tanda di setiap poster yang diteliti. Tanda tersebut memiliki makna himbauan dan ajakan sesama muslim untuk melakukan *amar ana'ruf nahi munkar*, yang berarti melakukan kebaikan dan menjauhkan dari kemungkaran.

Kata Kunci: Desain Komunikasi Visual, Semiotika, @rezaquran

MOTTO

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

“Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang ma’ruf, dan mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung.”

(QS. Ali Imran: 104)



PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT, rasa hormat kepada kedua orang tua, penulis mempersembahkan sebuah karya sederhana ini kepada:

1. Kedua orang tua penulis, Bapak Jatmiko Nurharyanto dan Ibu Rini Hartanti yang telah melahirkan, merawat, mendidik, dan membiayai penulis dengan penuh pengorbanan dan selalu mengiringi langkah penulis dengan kasih sayang dan untaian doa yang tidak pernah putus. Kasih sayang, didikan akan selalu melekat erat di hati penulis sepanjang masa. Panjang umur Bapak dan Ibu, semoga Bapak dan Ibu selalu dalam limpahan rahmat Allah Subhanahu Wa Ta'ala.
2. Segenap sanak saudara dan sahabat yang telah memberikan dukungan dan motivasi untuk menyelesaikan studi dengan tepat waktu, dan memberikan dukungan baik dalam lisan maupun perbuatan.
3. Segenap Bapak dan Ibu Dosen UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah menuntun penulis dalam setiap perkuliahan baik dalam bentuk teoritis maupun dalam bentuk praktis.
4. Almamater Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur atas kehadiran Allah Subhanahu wa an'ala yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini yang bertajuk "Dakwah Melalui Desain Komunikasi Visual (Analisis Semiotika Ferdinand de Saussure pada Akun Instagram @rezaquran). Sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Agung Muhammad Shalallahu'alaihi wa salam. Semoga kita tergolong ke dalam umat yang mendapatkan syafa'at di yaumul akhir kelak, Aamiin Allahuma Aamiin.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini membutuhkan waktu yang cukup lama. Sehingga dalam penulisannya tidak terlepas dari banyaknya bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

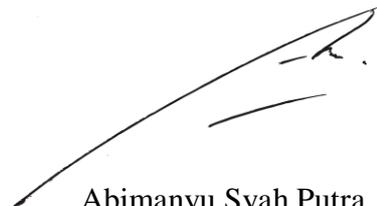
1. Prof. Dr. K.H. Moh. Roqib, M.Ag. Rektor UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. H. Abdul Basit, M. Ag. Dekan Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Dr. Muskinul Fuad, M.Ag. Wakil Dekan I Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Prof. Dr. Hj. Khusnul Khotimah, M.Ag. Wakil Dekan II Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. Musta'in, M. Si. Wakil Dekan III Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Uus Uswatusolihah, M.A. Ketua Jurusan Manajemen dan Komunikasi Islam. Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Dedi Riyadin, M.I.Kom. Koordinator Prodi Komunikasi Penyiaran Islam.
8. Anas Azhimi Qalban, M.Kom selaku Pembimbing Skripsi yang telah membimbing dan membantu proses penyelesaian skripsi ini dengan sabar dan ikhlas.

9. Segenap Dosen Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah memberikan ilmu kepada penulis saat perkuliahan.
10. Segenap civitas akademik Fakultas Dakwah yang telah melayani sepenuh hati dalam segala urusan akademik
11. Muhammad Reza Pahlevi yang telah bersedia memberikan izin kepada penulis untuk meneliti hasil karyanya.
12. Kedua orang tua, Bapak Jatmiko Nurharyanto dan Ibu Rini Hartanti yang selalu memberikan semangat, dukungan, dan motivasi kepada penulis.
13. Kepada Syifa Zalma Mustika, terima kasih karena selalu mendukung, meyakinkan dan membersamai penulis dalam proses pengerjaan tugas akhir ini, sehingga penulis dapat selesai tepat waktu.
14. Kaos Ngapak, yang telah menjadi tempat perkuliahan kedua di luar kampus.
15. Seluruh teman seperjuangan KPI C angkatan 2019, semoga selalu dimudahkan dalam setiap hal, Good Luck!
16. Sahabat-sahabat penulis yang telah menjadi tempat untuk melupakan segala penat dan selalu memberi semangat dalam proses penelitian ini.
17. Kawan-kawan Komunitas Film yang begitu memberikan kesan indah dalam proses pembuatan sebuah film yang menjadi memori penulis.
18. Kepada diri sendiri, Abimanyu yang telah berjuang dengan penuh semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.

Hanya sebuah ucapan terimakasih yang bisa penulis sampaikan. Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini jauh dari kata sempurna. Semoga Allah Subhanahu wa an'ala memberikan kebaikan bagi kita semua.

Purwokerto, 3 Juli 2023

Penulis



Abimanyu Syah Putra
NIM. 1917102106

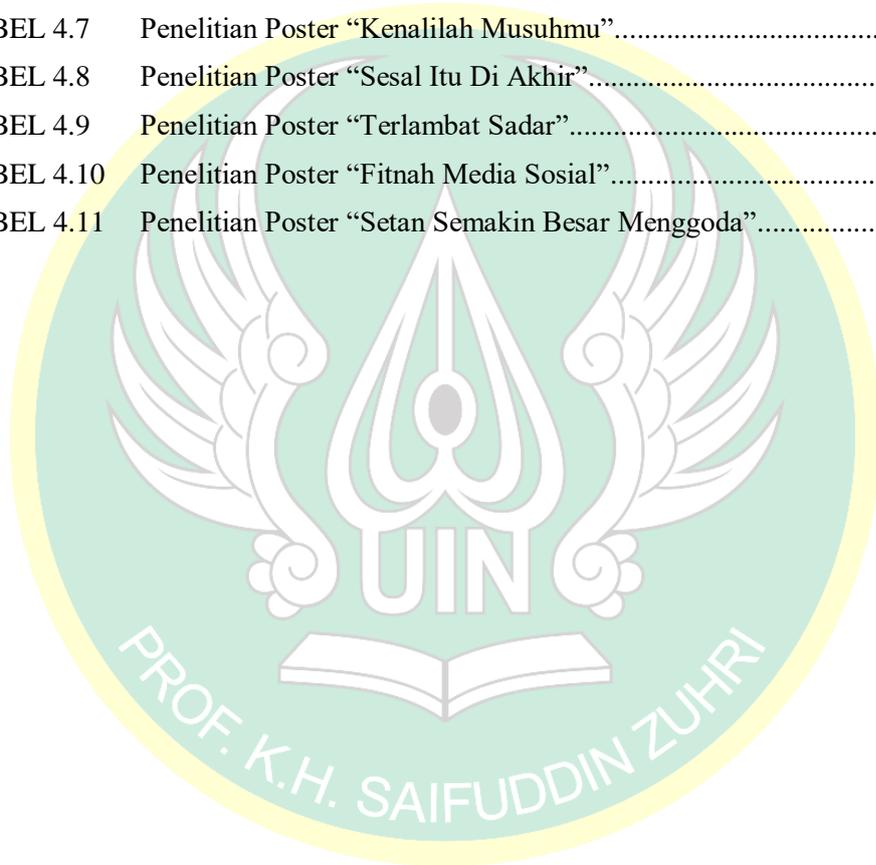
DAFTAR ISI

COVER	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Penegasan Istilah	10
1. Desain Komunikasi Visual	10
2. Akun Instagram @rezaquran	11
3. Semiotika Ferdinand de Saussure	13
C. Rumusan Masalah	15
D. Tujuan Penelitian.....	15
E. Manfaat Penelitian.....	15
1. Secara Teoritis	15
2. Secara Praktis.....	16
F. Kajian Pustaka.....	16
G. Sistematika Pembahasan.....	20
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Desain Grafis.....	21
1. Pengertian Desain Grafis	21
2. Elemen Desain Grafis.....	21
B. Desain Komunikasi Visual.....	23
1. Pengertian Desain Komunikasi Visual	23
2. Elemen Desain Komunikasi Visual.....	24
C. Media Sosial.....	32

D. Dakwah	38
E. Dakwah Visual	40
F. Semiotika Ferdinand de Saussure.....	42
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	45
B. Subjek dan Objek Penelitian	45
C. Sumber Data.....	46
D. Metode Pengumpulan Data.....	46
E. Analisis Data	47
BAB IV HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN	
A. Profil Instagram @rezaquran	49
1. Gambaran Umum Akun Instagram @rezaquran.....	49
2. Logo Instagram @rezaquran.....	50
B. Penyajian Data Analisis	50
C. Pembahasan dengan Teori	51
1. Poster Bahaya dan Larangan <i>Tabarruj</i>	52
2. Poster Perbanyak Doa Ketika Hujan	55
3. Poster Tentang Jangan <i>Ghibah</i>	59
4. Poster Orang Paling Sibuk.....	64
5. Poster Tahanlah Amarahmu.....	68
6. Poster Kenalilah Musuhmu.....	71
7. Poster Sesal Itu Di Akhir	75
8. Poster Terlambat Sadar.....	82
9. Poster Fitnah Media Sosial	86
10. Poster Setan Semakin Besar Menggoda	90
D. Hasil Analisis Makna Pada Akun Instagram @rezaquran	93
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	96
B. Saran	97
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN	102

DAFTAR TABEL

TABEL 4.1	Data Periode Posting Instagram @rezaquran	47
TABEL 4.2	Penelitian Poster “Bahaya dan Larangan <i>Tabarruj</i> ”	49
TABEL 4.3	Penelitian Poster “Perbanyak Doa Ketika Hujan”	52
TABEL 4.4	Penelitian Poster “Jangan <i>Ghibah</i> ”	56
TABEL 4.5	Penelitian Poster “Orang Paling Sibuk”	60
TABEL 4.6	Penelitian Poster “Tahanlah Amarahmu”	64
TABEL 4.7	Penelitian Poster “Kenalilah Musuhmu”	67
TABEL 4.8	Penelitian Poster “Sesal Itu Di Akhir”	71
TABEL 4.9	Penelitian Poster “Terlambat Sadar”	79
TABEL 4.10	Penelitian Poster “Fitnah Media Sosial”	83
TABEL 4.11	Penelitian Poster “Setan Semakin Besar Menggoda”	86



DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1.1	Postingan @rezaquran Tentang Membaca Doa Ketika Hujan.....	7
GAMBAR 1.2	Postingan @rezaquran Tentang Pentingnya Fokus Beribadah.....	8
GAMBAR 1.3	Postingan @rezaquran Tentang Tidak Boleh Bergunjing.....	9
GAMBAR 2.1	Contoh Huruf <i>Serif</i> “ <i>Times New Roman</i> ”.....	24
GAMBAR 2.2	Contoh Huruf <i>Sans Serif</i> “ <i>Futura</i> ”.....	24
GAMBAR 2.3	Contoh Huruf <i>Script</i> “ <i>Script</i> ”.....	25
GAMBAR 3.1	Relasi Petandaan Ferdinand de Saussure.....	44
GAMBAR 4.1	<i>Screenshot</i> Profil Instagram @rezaquran.....	45
GAMBAR 4.2	Logo Akun Instagram @rezaquran.....	46
GAMBAR 4.3	Poster Bahaya dan Larangan <i>Tabarruj</i>	48
GAMBAR 4.4	Poster Perbanyak Doa Ketika Hujan.....	51
GAMBAR 4.5	Poster Jangan <i>Ghibah</i>	55
GAMBAR 4.6	Poster Orang Paling Sibuk.....	60
GAMBAR 4.7	Poster Tahanlah Amarahmu.....	64
GAMBAR 4.8	Poster Kenalilah Musuhmu.....	67
GAMBAR 4.9	Poster Sesal Itu Di Akhir.....	71
GAMBAR 4.10	Poster Terlambat Sadar.....	78
GAMBAR 4.11	Poster Fitnah Media Sosial.....	82
GAMBAR 4.12	Poster Setan Semakin Besar Menggoda.....	86

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring berkembangnya zaman, metode dalam menyebarkan agama islam semakin bervariasi, dimulai dari masa Rasulullah SAW beserta Sahabatnya yang penuh dengan cobaan dan ujian, sampai pada akhirnya penganut agama islam menyebar ke seluruh pelosok dunia hingga pada akhirnya sampai ke Indonesia.¹

Persebaran agama islam di bumi pertiwi pada awalnya tentu sangatlah sulit karena sebagian besar agama yang di anut oleh masyarakat pada awalnya adalah Hindu dan Buddha yang menjadi agama adi luhur di Indonesia. Namun hal itu tidak menjadi halangan seorang pendakwah untuk mampu menyebarkan agama Islam di Indonesia. Salah satu metode yang digunakan oleh seorang penyebar islam di tempo dulu ialah menggunakan unsur lokal dari masing-masing daerah untuk berdakwah, metode ini juga digunakan oleh agama agama sebelumnya dalam menyebarkan ideologinya.

Pelopop dalam perkembangan Islam di Indonesia ialah *Wali Songo*. *Wali Songo* merupakan sekumpulan tokoh penting dalam persebaran islam di Indonesia. Salah satu *Wali Songo* yang berdakwah dengan memadukan unsur lokal yaitu Sunan Kalijaga. Beliau termasuk wali yang aktif dalam menciptakan tembang dan juga cerita islam yang di adaptasi menjadi pewayangan.² Sehingga kegigihan *Wali Songo* dalam menyebarkan Islam di Indonesia membuahkan hasil yang memuaskan dan dapat diterima oleh sebagian besar lapisan masyarakat.

¹ Hendra Mustafa. "Perkembangan Aktivitas Dakwah Dari Masa Ke Masa". Jurnal STAI Imam Bonjol Padang Panjang Vol 9 No 2 (2019): 21

² Mohammad Anif Arifani. "Model Pengembangan Dakwah Berbasis Budaya Lokal (Analisis Tentang Akulturasi Islam dan Budaya Lokal Dakwah Sunan Kalijaga)" Jurnal Ilmu Dakwah Vol. 4 No. 15 (Januari-Juni 2010): 851

Perkembangan Islam di Indonesia tentu bukan hanya sampai disitu saja. Sekian lama berlalu kini internet telah menyebar di lapisan masyarakat. Teknologi internet saat ini mengalami kemajuan perkembangan yang sangat pesat. Ditandai dengan penggunaannya yang hampir di setiap tempat dapat mengakses internet. Media Baru atau *New Media* salah satunya, Media baru menjadi pokok kemandirian dalam mengubah pola interaksi pada saat melaksanakan proses dakwah. Revolusi dari hasil kemajuan teknologi komunikasi dan informasi ialah *New Media* itu sendiri. Media baru saat ini sudah dapat diterapkan pada aspek aspek kehidupan di masyarakat seperti, pendidikan, perdagangan, ataupun berdakwah. Meski media baru ini tidak lama dibuat namun manfaatnya sudah dapat dirasakan oleh berbagai lapisan masyarakat.³

Media konvensional tentunya saat ini memiliki kekurangan dibanding dengan media baru dalam hal berkomunikasi, karena jika menggunakan media konvensional, pertukaran informasi yang diperlukan lebih lambat dari internet.⁴ Tentu internet bukan hanya sebagai media komunikasi untuk bertukar informasi saja, namun saat ini masyarakat juga dapat mengakses kepentingan lain melalui internet juga, seperti media untuk pendidikan, pekerjaan, hiburan hingga media untuk berdakwah. Penggunaan internet saat ini bisa diakses kapan pun dan dimana pun, Setiap kalangan umur, gender, ras, suku dan agama yang berbeda semuanya bisa mengakses internet pada waktu yang bersamaan.

Indonesia merupakan salah satu negara dengan masyarakat sebagai pengguna internet an. 6 tertinggi di dunia⁵. Dilansir melalui situs *We Are Social*, terhitung di tahun 2023 ini pengguna internet di Indonesia

³ Salvatore Simarmata, Media Baru, Ruang Publik Baru, Dan Transformasi Komunikasi Politik Di Indonesia. Jurnal Prodi Ilmu Komunikasi, Unika Atma Jaya Jakarta Vol. 3, No. 2, November, 2014 :21

⁴ Guntur Cahyono dan Nibros Hassani, "Youtube: Seni Komunikasi Dakwah Dan Pembelajaran". Jurnal Dakwah Vol. 13 Nomor 1 (2019): 23-24.

⁵ Oik Yusuf, "Pengguna Internet Indonesia Nomor Enam Dunia". Kominfo. November 24, 2014, https://www.kominfo.go.id/content/detail/4286/pengguna-internet-indonesia-nomor-enam-dunia/0/sorotan_media

melonjak tinggi hingga menyentuh angka 212,9 juta pengguna pada Januari 2023, dan dapat diartikan bahwa sekitar 77% dari seluruh masyarakat Indonesia yang telah menggunakan internet, dalam survei lain seperti dari APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) juga menyebutkan bahwa penetrasi internet di Indonesia menembus angka 215 juta jiwa atau 78% dari seluruh masyarakat di Indonesia pada tahun 2023.⁶ Data survei tersebut menandakan betapa pentingnya masyarakat untuk menggunakan teknologi internet ini dengan sebaik mungkin.

Informasi yang terdapat pada internet baik berupa teks, gambar, suara ataupun gambar bergerak yang disertai dengan suara biasa dinamakan dengan konten. Konten menurut KBBI merupakan informasi yang tersedia melalui media dan produk elektronik lainnya, sedangkan menurut Simarmata konten merupakan pokok, tipe atau unit dari informasi digital, konten dapat berupa teks, citra, grafis, video, suara, dokumen dan lain-lain. Oleh karena itu dari kedua pengertian di atas dapat ditarik arti bahwa konten merupakan isi informasi dari sebuah media atau produk elektronik, yang berupa teks, gambar, suara, gambar bergerak disertai dengan suara, hingga dokumen dokumen penting yang dapat dikelola di platform media elektronik.⁷

Konvergensi media merupakan salah satu perkembangan media massa yang melibatkan banyak faktor teknologi di dalamnya. Kehadiran internet mendorong media massa menerapkan konsep konvergensi media seperti media *online*, *e-paper*, *e-books*, *radio streaming*, media sosial, yang digabungkan dengan media lainnya.

Terry Flew menyatakan konvergensi media adalah hasil dari perpaduan tiga unsur *ana media* antara lain: jaringan komunikasi, teknologi informasi, serta konten media. Konvergensi media mengacu pada konsep menggabungkan bermacam layanan informasi dalam satu

⁶ APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia), "Survei Penetrasi & Perilaku Internet 2023". Mei 15, 2023, <https://survei.apjii.or.id/survei/2023>

⁷ Putri Swastika Sari. "Manajemen Konten Akun Instagram Pt. Jokowi Indonesia Selama Masa Pandemi Covid-19" (Skripsi UIN Atma Jaya Yogyakarta, 2022), 36.

peranti informasi yang membuat satu dorongan digitalisasi yang tidak bisa dihentikan lagi arus komunikasinya. Konvergensi menciptakan pola kolaborasi saat menangani, menyediakan, menyalurkan dan memproses seluruh bentuk informasi baik dalam bentuk tampilan (visual), suara (audio), data dan sebagainya.⁸ Masyarakat memiliki banyak sekali pilihan untuk menggunakan media atau produk elektronik di era yang serba cepat ini. Salah satunya ada Platform Media Sosial, menurut Nasrullah media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain membentuk ikatan sosial secara virtual. Dalam media sosial tiga bentuk yang merujuk pada makna bersosial adalah pengenalan (*cognition*), komunikasi (*communicate*), dan kerjasama (*cooperation*).⁹

Berbagai macam aplikasi berbasis media sosial telah tersedia di internet saat ini. Salah satunya adalah Instagram. Instagram merupakan aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan penggunanya untuk memakai filter dan efek foto digital serta membagikannya ke berbagai platform media sosial termasuk Instagram itu sendiri, Aplikasi yang diciptakan oleh dua sahabat Kevin Systrom dan Mike Kriger ini berdiri pada tahun 2010.¹⁰ Penggunaan yang positif, Instagram memiliki beberapa manfaat yang antara lain, menjadi wadah untuk menampung arsip foto dan video, menjadi media informasi teraktual, dan sebagai media berbagi ilmu pengetahuan.

Ilmu pengetahuan, merupakan hal yang disebarluaskan dan sebagai umat muslim wajib hukumnya dalam menyerukan, mengajak serta memanggil umat untuk beriman dan bertakwa kepada Allah SWT., serta untuk melaksanakan *amar ana' ruf nahi munkar* dengan media komunikasi

⁸ Anton Wahyu Prihartono, S.Sos, Surat Kabar & Konvergensi Media (Studi Deskriptif Kualitatif Model Konvergensi Media Pada Solopos) Channel, Vol. 4, No. 1, April 2016: 108

⁹ Rulli Nasrullah, Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sositoteknologi. (Bandung : Simbiosis Rekatama Media. 2015).

¹⁰ Mahendra Bimo. "Eksistensi Sosial Remaja dalam Instagram (Sebuah perspektif Komunikasi)". Jurnal Visi Komunikasi. Vol. 16, No. 01, Mei 2017: 152

visual. Umat muslim menyebutnya sebagai Dakwah Komunikasi Visual¹¹. Seperti yang disebutkan dalam QS. Ali Imran: 110 yang berarti : *“Kamu adalah umat yang terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang ma’ruf, dan mencegah dari yang munkar, dan beriman kepada Allah. Sekiranya Ahli Kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka, di antara mereka ada yang beriman, dan kebanyakan mereka adalah orang-orang yang fasik”*

Ajakan dalam melaksanakan kebaikan juga tertuang dalam QS. An Nahl: 125 yang berarti : *“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-Mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk”*

QS. An Nahl: 125 dijelaskan bahwa kegiatan berdakwah merupakan kegiatan untuk mengajak sesama umat muslim pada jalan kebaikan dan dengan cara yang baik pula serta menjauhkan dari nilai nilai radikalisme dan unsur SARA dalam penyampaianya, karena Allah SWT. Yang mengetahui tentang siapa yang tersesat dan siapa yang diberi petunjuk oleh-Nya.

Media sosial hadir sebagai wadah seorang pendakwah untuk menyebarluaskan pesan yang telah diturunkan oleh Allah SWT. Dan juga Rasulullah SAW, karena sifat dari media sosial itu sendiri merupakan media yang dapat dijangkau oleh masyarakat luas di seluruh dunia. Maka dari itu keunggulan ini memiliki dampak yang positif bagi persebaran islam di Dunia terutama di Indonesia. Berdasarkan dari data Napoleon Cat pada Kuartal IV tahun 2021, mayoritas pengguna Instagram di Indonesia adalah di sekitar umur 18-24 tahun yakni sebanyak 34,4 juta pengguna.¹²

¹¹ Nilnah Ni'mah. "Dakwah Komunikasi Visual". *Islamic Communication Journal*, Vol. 01, No. 01, (Semarang; Universitas Islam Negeri Walisongo, 2016): 109

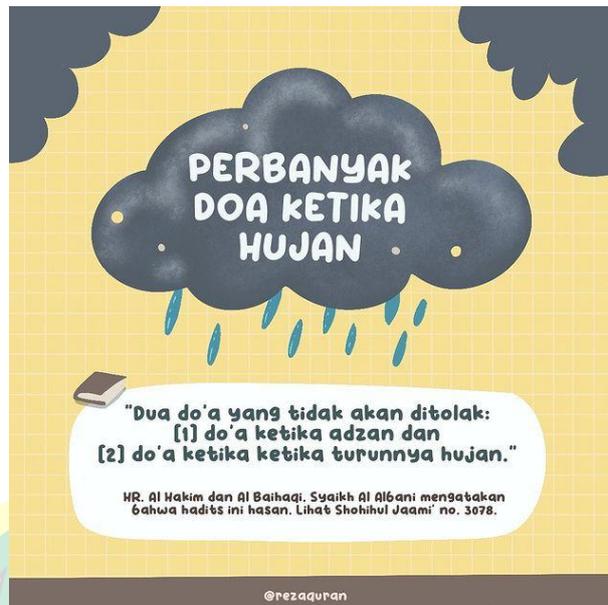
¹² Ridhwan Mustajab, "Indonesia Miliki 97,17 Juta Pengguna Instagram hingga Akhir 2022", *DataIndonesia*, (Januari 31, 2023,) <https://dataindonesia.id/digital/detail/indonesia-miliki-9717-juta-pengguna-instagram-hingga-akhir-2022>

Hal ini menunjukkan bahwa setiap konten yang dibuat dalam sebuah platform Instagram mayoritas dikonsumsi oleh remaja hingga orang dewasa. Dengan data tersebut jika diolah menjadi suatu konsep konten dakwah yang menarik, maka informasi yang disajikan dalam konten tersebut haruslah dengan pembawaan yang ringan, informatif dan mudah dipahami. Karena dengan isi pesan yang mudah dipahami ini lah menyatukan persepsi, pemahaman dan solusi dari sebuah permasalahan akan lebih mudah dilakukan.

Platform Instagram saat ini memiliki beberapa cara agar format konten dakwah menjadi lebih menarik, salah satunya adalah dengan Desain Komunikasi Visual (DKV). Adi Kusrianto menjelaskan bahwa DKV merupakan disiplin ilmu yang mendalami konsep komunikasi dan mengungkapkannya secara kreatif melalui platform media untuk menyampaikan pesan atau ide secara visual dengan mengolah elemen grafis yang meliputi, bentuk, gambar, tatanan huruf, serta komposisi warna dan tata letak.¹³

Salah satu akun yang menerapkan teori desain komunikasi visual yaitu akun Instagram @rezaquran yang mana akun tersebut digunakan untuk berdakwah dengan platform media sosial yang menggunakan konsep ilustrasi dalam penyampaian pesannya. Tema utama yang disajikan dalam konten pada akun ini ialah tentang pentingnya akhlak, aqidah dan syariat. Akun ini telah berdiri sejak tahun 2020 dengan pengikut terhitung di bulan Juni 2023 sudah mencapai 13 ribu pengikut dan total postingan yang telah diunggah mencapai 947 postingan. Beberapa contoh konten yang terdapat dalam akun ini sebagai berikut :

¹³ Adi Kusrianto. "Pengantar desain komunikasi visual." (2007): 173



Gambar 1.1

Postingan @rezaquran tentang mengingatkan membaca doa ketika hujan

Contoh pertama berjudul Perbanyak Doa Ketika Hujan di posting pada tanggal 11 Desember 2022. Tema yang diusut dalam poster ini adalah Aqidah. Poster ini dinilai menarik karena dengan format konten potongan Hadits tidak mengurangi nilai estetika yang disajikan, justru malah lebih menarik dengan visual yang diberikan. Penggambaran makna yang menarik pada poster ini terdapat di setiap ilustrasinya. Awan di tengah dan di setiap sudut atas poster menandakan bahwa judul yang diulas dalam poster ini terkait dengan hujan. Terdapat awan yang menonjol di tengah poster serta didukung air yang menetes dari bawah awan tersebut memiliki makna bahwa konsep dari postingan tersebut adalah tentang hujan.



Gambar 1.2

Postingan @rezaquran tentang pentingnya fokus dalam beribadah

Contoh kedua merupakan Postingan berjudul Orang Paling Sibuk di posting pada tanggal 29 Januari 2023 dan juga merupakan postingan dengan 49 *like*. Format yang digunakan dalam poster ini ialah *Quotes* dan mengandung tema Akhlak. Terdapat hal menarik pada poster ini yaitu penggambaran karakternya. Karakter yang digambarkan pada poster tersebut yaitu seorang imam dengan jamaah di belakangnya, menandakan bahwa latar suasana pada poster itu ialah sedang menjalankan ibadah shalat, namun di atas kepala dari masing-masing jamaah terdapat ilustrasi simbol yang menandakan masing-masing isi pikiran dari dalam kepala para jamaah.

Warna yang digunakan dalam poster ini ialah warna yang tidak terlalu kontras atau lembut, dan memiliki kesatuan yang menyatu antara warna satu dengan warna lainnya, salah satu contohnya ialah pewarnaan pada setiap karakter yang berbeda warna baju dan atributnya.



Gambar 1.3

Postingan @rezaquran tentang mengingatkan tidak boleh bergunjing

Contoh ketiga merupakan Poster yang memiliki format komik ini diunggah pada 3 Januari 2023, dengan jumlah *like* yang tidak diketahui oleh *viewers*. Penulis tertarik dengan poster ini karena terlihat karakter dalam komik ini memiliki emosi dalam pembawaannya dan mampu tersampaikan oleh penulis.

Setiap elemen yang ada pada desain grafis dipadukan dan isi pesan dakwah yang ingin disampaikan, serta target umur mayoritas pembaca. Maka informasi yang ada pada konten akan menjadi sebuah karya yang menarik dan layak untuk ditunggu tunggu oleh pengikut suatu akun Instagram. Oleh karena itu dengan berbagai aspek yang menjadi bahan analisis seperti jumlah *viewers*, *like* dan *comment* positif maupun negatif dari para pengikut, maka penulis membuat sebuah laporan penelitian “Desain Komunikasi Visual Akun Instagram @rezaquran Sebagai Media Dakwah (Studi Semiotika Ferdinand de Saussure).”

B. Penegasan Istilah

Penulis perlu memberikan penegasan terhadap istilah-istilah agar menghindari kesalahpahaman dalam judul sebagai berikut:

1. Desain Komunikasi Visual

DKV atau desain komunikasi visual adalah salah satu cara dan metode dalam melakukan proses komunikasi, seperti pada saat menyampaikan informasi, mengkritik seseorang atau sekelompok orang, memengaruhi orang terhadap suatu hal, menjelaskan suatu konsep yang rumit atau menampilkan sebuah proses secara praktis, dengan media visual, seperti pemaknaan dalam logo perusahaan, *cover* sebuah majalah ataupun produk digital yang lain, poster pemberitahuan, hingga membuat hasil cetakan dari komputer. Proses yang hendak dilalui saat menciptakan desain komunikasi visual ialah kreatif dalam menyatukan karya seni dengan fitur teknologi untuk menyampaikan sebuah pesan, namun bukan sekedar sebagai sarana komunikasi saja, akan tetapi juga sebagai pemberi kesan pada sesuatu yang menjadi tujuan seorang komunikator. Maka dari itu, seorang penerima pesan bukan hanya menerima informasi namun juga dapat tersampaikan apa yang menjadi makna dari informasi itu sendiri..

Kusrianto menyatakan bahwa desain komunikasi visual ialah suatu disiplin ilmu yang memiliki tujuan untuk mempelajari konsep dari komunikasi dan metodenya untuk mengungkapkannya secara kreatif melalui berbagai media untuk menyampaikan pesan dan ide secara visual dengan mengelola elemen-elemen grafis yang berupa tipografi, ilustrasi, dan warna. Dengan demikian pesan dapat diterima oleh orang atau kelompok yang menjadi target penerima pesan.

Merancang desain komunikasi visual, perlu memperhatikan beberapa prinsip-prinsip desain di antaranya, keseimbangan (*balance*), tekanan (*emphasis*), irama (*rhythm*), kesatuan (*unity*)

¹⁴ Nyoman Sriwitari & I Gusti Nyoman Widnyana, Desain Komunikasi Visual (Yogyakarta:Graha Ilmu,2014), hal. 2.

karena untuk menjadi tolak ukur atau nilai-nilai yang menentukan keindahan dan kualitas suatu desain. Selain harus memperhatikan prinsip-prinsip desain, dalam merancang desain komunikasi visual juga harus memperhatikan elemen-elemen desain komunikasi visual di antaranya tipografi, ilustrasi dan warna.

Penelitian ini terfokus pada satu titik yaitu menganalisis desain komunikasi visual yang merupakan proses penyampaian informasi menggunakan metode kreatif agar terlihat lebih menarik dan mudah dalam penyampaian sebuah informasi, dengan pengertian tersebut pesan dakwah disampaikan menggunakan elemen-elemen desain komunikasi visual yaitu tipografi, ilustrasi dan warna dan dengan menggunakan analisis teori semiotika Ferdinand de Saussure.

2. Akun Instagram @rezaquran

a. Biografi Pemilik Akun Instagram @rezaquran

Seiring berkembangnya ilmu teknologi membuat orang-orang berbondong-bondong untuk memanfaatkannya dan menemukan inovasi terbaru dengan memiliki tujuan yang berbeda-beda. Salah satunya ialah Muhammad Reza Pahlevi, seorang pria yang lahir di Payakumbuh, pada tanggal 27 April tahun 2000. Saat ini ia tinggal di Jalan Prof. Nasrun, Kecamatan Latina, Kota Payakumbuh, Provinsi Sumatera Barat. Reza merupakan seorang muslim yang gemar membaca buku, tidur, dan juga menonton film.

Jenjang pendidikan yang pernah ia lalui antara lain, TK Aisyah Kota Payakumbuh, SDN 23 Sungai Durian dari tahun 2007 sampai tahun 2012, MTSN Koto Nan Gadang dari tahun 2012 sampai tahun 2015, SMA N 3 Kota Payakumbuh dari tahun 2015 sampai tahun 2018, Universitas Negeri Padang dari tahun 2018 sampai tahun 2022. Jurusan yang di ambil semasa waktu di

Perguruan Tinggi ialah Seni Rupa, Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jenjang Studi S1.

Pengalaman bekerja Reza ialah pernah menjadi seorang Penulis Naskah dan Desainer Grafis di Surau TV, kemudian pernah menjadi *Illustrator* di DeiKids TV, dan saat ini fokus Erna ialah untuk mengembangkan akun @rezaquran untuk berdakwah juga menyediakan jasa pelatihan menggambar digital.¹⁵

b. Pembasan Akun @rezaquran

Bambang Dwi Atmoko, menjelaskan bahwa Instagram merupakan salah satu media digital yang dapat diakses menggunakan *Smartphone* yang memungkinkan penggunanya untuk berbagi foto atau informasi kepada pengguna lainnya.¹⁶

Akun @rezaquran merupakan akun media sosial Instagram yang dibuat oleh Muhammad Reza Pahlevi. Akun ini sedari awal memang dijadikan sebagai media dakwah mulai dari postingan pertamanya pada 17 November 2020, Reza mengunggah sebuah video yang membahas tentang sedekah. Setelah unggahan pertamanya itu, Reza kembali mengunggah berbagai informasi yang bertema islami. Secara tidak langsung Reza membuat akun Instagramnya untuk menyebarkan dakwah visual. Konten yang diunggah oleh akun ini berupa poster maupun video yang berisi dakwah dengan menggunakan sumber yang jelas yaitu Al-Qur'an, Hadits dan Perkataan ulama.

Akun @rezaquran salah satu dari akun dakwah lainnya dan pembuatan akun ini diniatkan untuk mensyiarkan agama Islam didukung dengan visual yang menarik sesuai perkembangan zaman. Konten yang diunggah bermacam-macam, diantaranya bertemakan akhlak, aqidah dan syariat.

¹⁵ Wawancara Online Menggunakan Google Formulir Pada Tanggal 01 Juli 2023 Pukul 13.56

¹⁶ Pujrianto, Desain Grafis Komputer, (Yogyakarta: Andi,2005), hal.94-95.

Pemilihan akun Instagram @rezaquran ini didasari oleh ketertarikan penulis dalam memaknai pesan dakwah yang disampaikan @rezaquran dengan dikemas secara menarik menggunakan metode desain komunikasi visual yang ada pada setiap poster, kemudian dengan jumlah pengikut hingga 13 ribu, Muhammad Reza Pahlevi selaku pemilik akun Instagram ini menciptakan setiap karya posternya dengan ide, konsep dan keahliannya sendiri sehingga setiap poster yang terdapat pada akun Instagram ini asli ciptaan oleh Muhammad Reza Pahlevi.

3. Semiotika Ferdinand de Saussure

Kata semiotika memiliki asal dari kata *semeiotics* oleh Hippocrates yang berarti tanda atau penunjuk. Secara umum semiotika memiliki definisi pada produksi simbol-simbol serta tanda-tanda sebagai sistem kode yang merupakan bagiannya untuk digunakan dalam mengkomunikasikan kabar serta informasi. Semiotik mencakup tanda baik itu visual serta verbal dan *olfactory* juga *tactile* yang mana tanda itu membuat kode sistem sistematis untuk mengantarkan pesan ataupun informasi secara tertulis pada tiap aktivitas serta karakter manusia.¹⁷

Tanda-tanda yang ada dalam semiotika biasanya terdiri atas tanda natural, yaitu tanda yang terjadi secara alami dan tanda konvensional, yaitu tanda yang khusus dibuat untuk komunikasi.

Semiotika menurut Ferdinand De Saussure, tanda terdiri dari : (1) *Sounds ana Images* (Bunyi-Bunyi serta gambar) yang disebut dengan *signifier*. (2) *The concepts these sounds ana images* (konsep-konsep dari bunyi serta gambar) yang disebut dengan *signified* bersumber pada kesepakatan. Tanda ialah *anal sound image* (sesuatu yang bentuknya fisik) yang mampu dilihat serta didengar sering kali

¹⁷ Anderson Daniel Sudarto, dkk, Analisis Semiotika Film Alangkah Lucunya Negeri Ini, Jurnal Acta Diurna, Vol. 4 No. 1, 9 Februari 2015, hlm. 2.

menunjuk pada sebuah aspek atau objek atas realitas yang akan dikomunikasikan. Kemudian objek tersebut dihubungkan dengan *referent* (rujukan).¹⁸

Komunikasi yang terjadi pada seseorang memerlukan tanda sebagai pengiriman akan makna serta orang lain yang menerimanya akan memberikan pemahaman atau penafsiran pada tanda itu. Maka syarat antara komunikan serta komunikator harus memiliki pengetahuan atau bahasan sama pada bentuk tanda tersebut. Inti dari pembahasan semiotika Ferdinand ialah adanya prinsip yang mengemukakan jika bahasa merupakan sistem tanda serta setiap tanda terdiri dari dua bagian yaitu penanda (*signifier*) serta petanda (*signified*). Penanda ialah bagian material daripada bahasa, yaitu apa saja yang dikatakan serta didengar juga apa saja yang ditulis serta dibaca. Sementara, petanda ialah gambaran akan pikiran atau konsep dan mental.

Penanda dapat diamati sebagai wujud ataupun bentuk berupa fisik yang mampu dikenali menggunakan wujud karya dari arsitektur, namun penanda mampu diamati sebagai sebuah makna yang terkuat melewati konsep, nilai-nilai atau fungsi yang terdapat pada sebuah karya dari arsitektur. Semiotika Ferdinand memiliki hubungan antara penanda serta petanda yang bersumber pada konvensi, dan disebut signifikasi. Semiotika signifikasi ialah tatanan dari tanda yang berlandaskan dari konvensi ataupun aturan. Dalam memaknai tanda perlu adanya kesepakatan sosial. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa antara penanda serta petanda begitu berkaitan satu dengan yang lainnya, sebab petanda ialah makna daripada penanda. Dalam sebuah kesepakatan yang telah memiliki makna pada umumnya ialah makna

¹⁸ Fany Setyowati, Pesan Toleransi dalam Kartun Animasi Diva The Series (Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure), (Purwokerto: IAIN Purwokerto, 2021), hlm. 12

atau arti teruntuk seluruhnya dengan adanya aturan yang sudah disepakati secara bersama.¹⁹

Konsep penanda dan pertanda dalam penelitian ini ialah sebagai dasar yang dilakukan oleh peneliti untuk menganalisis informasi yang disampaikan oleh @rezaquran dalam menyampaikan isi pesan dakwah dengan menitik beratkan pada setiap elemen desain komunikasi visual yang meliputi tipografi, ilustrasi dan juga warna yang dipadukan dalam sebuah poster dakwah.

C. Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang menjadi pokok pembahasan pada penelitian ini, yaitu :

1. Bagaimana makna desain komunikasi visual yang digunakan pada akun Instagram @rezaquran sebagai media dakwah?
2. Bagaimana analisis semiotika Ferdinand de Saussure pada akun Instagram @rezaquran sebagai media dakwah?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini yaitu untuk memperdalam pengetahuan tentang makna pada desain komunikasi visual yang digunakan akun Instagram @rezaquran sebagai media dakwah dan mengetahui analisis semiotika Ferdinand de Saussure dalam akun Instagram @rezaquran sebagai media dakwah.

E. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

- a. Untuk memperdalam pengetahuan terkait desain komunikasi visual sebagai media dakwah

¹⁹ Fany Setyowati, Pesan Toleransi dalam Kartun Animasi Diva The Series (Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure), (Purwokerto: IAIN Purwokerto, 2021), 13

- b. Untuk memberikan kontribusi dalam kajian analisis semiotika Ferdinand de Saussure

2. Secara Praktis

- a. Bagi penulis, sebagai penyelesaian tugas akhir penulis berupa skripsi, sebagai pemahaman teori yang diperoleh selama perkuliahan dan diaplikasikan dengan fenomena sekitar.
- b. Bagi pembaca, diharapkan adanya penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi dalam penerapan di kehidupan bermasyarakat, terutama bagi pendakwah agar dapat memanfaatkan desain komunikasi visual dengan baik.
- c. Bagi peneliti selanjutnya, menjadi bahan rujukan bagi para peneliti yang akan mengkaji tentang desain komunikasi visual dengan analisis semiotika Ferdinand de Saussure

F. Kajian Pustaka

Kajian pustaka yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Pertama, hasil penelitian skripsi dari Bayu Budi Utomo yang berjudul “*Konsep Desain Komunikasi Visual Website Muslim.or.id Sebagai Media Dakwah*” tahun 2014, dari Fakultas Dakwah dan Komunikasi Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Hasil dari penelitian tersebut adalah konsep desain komunikasi visual yang digunakan website *muslim.or.id* menggunakan prinsip keseimbangan (*balance*) dan kesatuan (*unity*) yang diterapkan pada unsur-unsur desain yang terkandung yaitu garis, bidang, warna, simbol, tipografi, fotografi dan *layout*.²⁰

Persamaan penelitian ini adalah terletak pada jenis penelitiannya yaitu penelitian ini juga bersifat deskriptif kualitatif. Sedangkan perbedaan

²⁰ Bayu Budi Utomo, “Konsep Desain Komunikasi Visual Website Muslim.or.id Sebagai Media Dakwah”, (Yogyakarta: Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga, 2014)

penelitian yang terletak pada objek penelitian. Objek penelitian Bayu Budi Utomo adalah *website* muslim.or.id sedangkan objek penelitian yang dilakukan penulis adalah desain yang di posting oleh akun Instagram @rezaquran yang terdapat pesan dakwah di dalamnya.

Kedua, hasil penelitian skripsi yang dilakukan oleh Nofita Solihatin yang berjudul “*Analisis Desain Komunikasi Visual Akun Instagram @Arielsyafrin Berdasar Semiotika Ferdinand de Saussure*” tahun 2021, dari Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto. Hasil penelitian ini adalah setiap tanda visual (ilustrasi, warna dan garis) dan tanda verbal (teks) yang dimunculkan memiliki makna sesuai dengan konteks yang melatarbelakangi pesan yang disampaikan. Setiap poster menginterpretasikan makna himbauan dan mengajak sesama muslim melakukan *amar ma'ruf nahi munkar* dengan sumber yang jelas yang dicantumkan dalam setiap poster. Tanda verbal dan tanda visual tidak dapat berdiri sendiri, keduanya saling berkaitan satu dengan yang lainnya dan memiliki makna tersendiri terhadap pesan yang disampaikan kepada khalayak dan didukung dengan ilustrasi yang menarik sehingga dapat membuat pesan tersampaikan dengan baik.²¹

Persamaan penelitian ini adalah terletak pada sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif dan membahas tentang desain komunikasi visual. Perbedaannya terletak pada subjek akun Instagram yang masing-masing peneliti gunakan. Nofita menggunakan akun Instagram @ arielsyafrin sedangkan penulis meneliti akun Instagram @rezaquran.

Ketiga, hasil penelitian skripsi yang dilakukan oleh Nadya Khennis Rozzana yang berjudul “*Makna Karakdesain Komunikasi Visual Website NU Online Sebagai Media Dakwah (Analisis Semiotika Ferdinand de Saussure)*” tahun 2019. Dari Fakultas Dakwah UIN Sunan Ampel

²¹ Nofita Solihatin, Analisis Desain Komunikasi Visual Akun Instagram @Arielsyafrin Berdasar Semiotika Ferdinand de Saussure. (Skripsi, UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2021)

Surabaya. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui karakter desain pada *website* NU Online, dan hasil penelitiannya yaitu ikon logo NU mencerminkan warga NU yang sederhana sedangkan warna dan ilustrasinya mempunyai makna tersendiri. Dalam penelitian ini Nadya menggunakan analisis teks media dan menggunakan jenis penelitian *non* kancah.²²

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

Keempat, hasil penelitian jurnal yang dilakukan oleh Sinung Utami Hasri Habsari yang berjudul “*Analisa Semiotika Komunikasi Visual Iklan Layanan Masyarakat Lingkungan Hidup*” dalam jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat tahun 2016. Hasil penelitian ini yaitu setiap poster berisi penyampaian sebuah konsep, isi atau makna, dan pesan-pesan visual yang persuasif.²³

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

²² Nadya Khennis Rozzana, *Makna Karakter Desain Komunikasi Visual Website Nu Online Sebagai Media Dakwah (Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure)*, (Skripsi, Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2019.)

²³ Sinung Utami Hasri Habsari, “*Analisa Semiotika Komunikasi Visual Iklan Layanan Masyarakat Lingkungan Hidup*”, *Jurnal PPKM II* (2016).

Kelima, hasil penelitian skripsi yang dilakukan oleh Noviarni Isnaeni Rahajeng yang berjudul “*Desain Komunikasi Visual pada Poster Digital Instagram @MuslimDesignerCommunity (Studi Analisis Semiotika Charles Shandlers Pierce)*” tahun 2021, dari Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto. Hasil penelitian ini adalah dari keseluruhan poster rata-rata desain merujuk pada jenis poster gabungan antara ilustrasi, *typografi*, dan digital *imagine*. Sedangkan, dalam *layouting* tiap-tiap poster dakwah hampir memiliki kesamaan dalam peletakan *headline*, *sub-headline*, *tagline*, *sub-tagline*, objek, dan logo. Menurut pola posting ditemukan posting poster digital terbanyak dilakukan pada bulan Februari 2020, dimungkinkan karena dalam bulan tersebut mulai banyak fenomena-fenomena yang dapat dijadikan inspirasi untuk berkarya dan berdakwah. Dalam pengambilan materi dakwah, kebanyakan mengandung tema aqidah, akhlak, *syariah*, dan *mu’amalah*.²⁴

Persamaan penelitian Noviarni Isnaeni Rahajeng dengan penelitian ini ialah sama-sama membahas desain komunikasi visual menggunakan analisis semiotika. Perbedaannya yaitu terletak pada fokus penelitian. Noviarni Isnaeni Rahajeng fokus penelitiannya yaitu desain poster digital menggunakan teori analisis semiotika Charles Sanders Pierce. Sedangkan peneliti fokus penelitiannya ke elemen desain komunikasi visual yang berupa ilustrasi, tipografi dan warna kemudian dianalisis menggunakan teori semiotika Ferdinand de Saussure. Dan terletak pada subjek akun Instagram yang masing-masing peneliti gunakan. Noviarni menggunakan akun Instagram @MuslimDesignerCommunity sedangkan penulis meneliti akun Instagram @rezaquran.

²⁴ Noviarni Isnaeni Rahajeng, *Desain Komunikasi Visual pada Poster Digital Instagram @MuslimDesignerCommunity (Studi Analisis Semiotika Charles Shandlers Pierce)*, (Skripsi, UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2021)

G. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan adalah kerangka teori dari peneliti yang memberikan petunjuk mengenai pokok-pokok yang dibahas dalam penelitian. Dalam menyusun penelitian ini penulis membagi lima bab dan *sub judul*, adapun sistematikanya sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan, Bab ini disajikan latar belakang permasalahan, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka serta sistematika pembahasan.

BAB II Landasan Teori, Bab ini membahas terkait dengan teori-teori sebagai penguat dalam penelitian ini. Yang berisi tentang desain grafis, desain komunikasi visual, media sosial, dakwah visual, dan semiotika Ferdinand De Saussure.

BAB III Metode Penelitian, Bab ini berisi Jenis dan Pendekatan Penelitian, Tempat serta Waktu Penelitian, Subjek serta Objek Penelitian, Sumber data dan juga Teknik Pengumpulan data, Terakhir Teknik Analisis Data.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan, dalam bab ini berisikan Hasil Penelitian dan Pembahasan.

BAB V Penutup, Dalam bagian ini yaitu berisi kesimpulan serta saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Desain Grafis

1. Pengertian Desain Grafis

Kalimat desain grafis terbagi menjadi dua kata antara desain dan grafis. Menurut KBBI, Desain merupakan sebuah kerangka bentuk atau rancangan²⁵, sementara Grafis menurut KBBI merupakan titik-titik, garis-garis, atau bidang yang terbentuk secara visual dan mampu menjelaskan hubungan yang ingin disajikan.²⁶ Dari pengertian kedua kata di atas maka dapat ditarik arti, Desain Grafis merupakan Sebuah rancangan yang terbentuk dari berbagai macam elemen yang menyatu lalu membentuk suatu objek dan memiliki arti dan makna tertentu dapat secara jelas maupun tersirat.

Seni Grafis yaitu seni gambar dalam dua dimensi pada umumnya mencakup beberapa bentuk kegiatan, seperti menggambar, melukis, dan fotografi. Secara spesifik, cakupan tadi terbatas pada karya yang dicetak atau karya seni yang dibuat untuk diperbanyak melalui proses cetak²⁷.

2. Elemen Desain Grafis

Elemen grafis merupakan unsur penting yang ada di dalamnya. Menurut Landa, terdapat 4 elemen formal dalam desain grafis, antara lain :

a. Garis

Garis merupakan titik yang berjumlah tak terhingga dengan jarak antar titik yang berdekatan. Garis memiliki banyak fungsi antara lain sebagai pembatas ataupun sebagai arah jalur

²⁵ “Desain”. KBBI Daring, 2016. Web. 04 Mei 2023.

²⁶ “Grafis”. KBBI Daring, 2016. Web. 04 Mei 2023.

²⁷ Fany Setyowati, Pesan Toleransi dalam Kartun Animasi Diva The Series (Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure), (Purwokerto: IAIN Purwokerto, 2021), hlm. 100

pandangan pembaca desain grafis. Bentuk garis dapat berupa lurus, melengkung ataupun bersudut.

b. Bentuk

Bentuk merupakan bangun dasar 2 dimensi yang terbentuk dari garis warna dan juga tekstur. Setiap bentuk yang ada memiliki 3 dasar yaitu Persegi, Segitiga dan Lingkaran. Apabila bentuk bervolume maka menjadi Kubus/balok, limas dan bola.

c. Warna

Warna merupakan elemen yang menonjol dalam desain grafis, pada dasarnya warna terbentuk dari pantulan cahaya sebuah benda. Warna terbagi menjadi dua jenis tergantung medianya. Warna RGB (*Red, Green, Blue*) untuk media layar/digital. Sedangkan CMYK (*Cyan, Magenta, Yellow and Black*) untuk media cetak/cat.

d. Tekstur

Tekstur merupakan kualitas dari permukaan bentuk. Tekstur terbagi menjadi dua jenis yaitu Tekstur Taktil dan Tekstur Visual. Taktil merupakan tekstur nyata yang dapat diraba, sedangkan Visual hanyalah tekstur yang hanya bisa dilihat saja.²⁸

Seiring dengan perkembangan zaman, desain grafis mulai mengerucut menjadi Desain Komunikasi Visual, yang berarti setiap bentuk yang diciptakan terdiri dari elemen–elemen yang memiliki arti dan makna mendalam terhadap isi pesan yang disampaikan.

²⁸ Landa, R. "Graphic Design Solution" Canada: Clark Baxter (2014). 143

B. Desain Komunikasi Visual

1. Pengertian Desain Komunikasi Visual

Adi Kusrianto, menyebutkan bahwa DKV merupakan disiplin ilmu yang mendalami konsep komunikasi dan mengungkapkannya secara kreatif melalui platform media untuk menyampaikan pesan atau ide secara visual dengan mengolah elemen grafis yang meliputi bentuk, gambar, tatanan huruf serta komponen warna dan tatanan letak. Jadi dapat diartikan bahwa komunikasi visual adalah sebuah proses penyampaian informasi dengan melalui media berbentuk visual yang mampu dilihat oleh panca indera. Media visual menjadi ruang untuk berpadunya unsur seni, simbol, tipografi dan juga warna dalam penyampaiannya.

Media visual berperan penting dalam menyalurkan sebuah informasi kepada penerima pesan. Informasi tersebut diwujudkan menjadi simbol visual. Peran media visual juga penting dalam pengemasan ide, penarik perhatian dan memvisualisasikan atau menghiasi suatu peristiwa yang dirasa mudah untuk dilupakan apabila tidak diperindah²⁹.

Desain Komunikasi visual merupakan sebuah metode untuk menyalurkan sebuah informasi, ide ataupun gagasan dengan cara mengemas informasi tersebut agar lebih menarik dan juga mudah dipahami, bahkan bisa sampai melekat di benak *audiens*. Pengolahan elemen seperti Ilustrasi, huruf, tipografi, warna komposisi dan tata letak yang tepat akan tersampainya informasi secara efektif. Tujuan dari komunikasi adalah agar tersampainya pesan yang mampu merubah perilaku sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikator.

Pesan yang menarik tentu akan lebih mampu menarik perhatian ketika objek yang dituju melihat untuk pertama kalinya,

²⁹ Nilhan Ni'mah, "Dakwah Komunikasi Visual". *Islamic Communication Journal*, Vol. 01, No. 01. (Semarang: UIN Walisongo, 2016): 109.

salah satu cara untuk mendapatkan hal tersebut adalah dengan menerapkan konsep desain visual yang menarik, karena dengan desain visual yang menarik informasi yang *audiens* dapatkan akan lebih melekat dalam ingatan.

Adi Kusrianto menyebutkan beberapa istilah yang berkaitan dengan visual, antara lain:³⁰

- a. *Visual Language* (Bahasa Visual), merupakan ilmu yang mempelajari bahas visual, sedangkan kegiatan untuk menerjemahkan informasi dalam bentuk visual ialah Visualisasi
- b. *Visualiser* (Orang yang membuat bentuk Visual), merupakan orang yang menuangkan ide atau gagasannya menjadi objek visual ke dalam suatu proyek desain
- c. *Visual Effect* (Efek Visual), yaitu membuat efek visual yang mampu menipu olah pandang manusia biasa, seperti sedang berada dalam situasi atau kejadian diluar akal manusia.
- d. *Visual Information* (Informasi Visual), merupakan informasi yang cukup mampu ditangkap oleh panca indera penglihatan manusia saja.
- e. *Visual Literacy* (Literasi Visual), merupakan kemampuan manusia yang mampu mengolah, memahami serta menginterpretasikan sebuah karya visual dari sudut pandang maknanya.

2. Elemen Desain Komunikasi Visual

Desain Komunikasi Visual lebih mengulik terkait pemanfaatan desain grafis dalam penggunaannya untuk menyampaikan sebuah informasi. Informasi akan lebih mudah dipahami dan lebih menarik jika dikemas dan di sampaikan menggunakan desain grafis. Terdapat elemen penting yang dibangun

³⁰ Nur Rizky Toybah, “Dakwah Komunikasi Visual Melalui Instagram Akun @Haditsku”: 60.

dan digunakan dalam mengolah suatu desain komunikasi visual antara lain tipografi, simbolisme, ilustrasi, dan fotografi.

a. Tipografi

Elemen tipografi dapat disebut juga sebagai bahasa visual (*Visual Language*) yang berarti bahasa yang dapat dipahami hanya dengan dilihat.³¹ Tipografi merupakan seni dalam menyusun huruf sehingga dapat dibaca namun memiliki nilai desain yang estetik. Tujuan dari terciptanya tipografi ini adalah untuk mencapai kesan tertentu agar pembaca mampu menyerap informasi secara maksimal. Jenis huruf yang digunakan berguna untuk memberikan rasa tertarik kepada *audiens* dan menjadikan para penikmat karya mampu memahami informasi yang disampaikan dari karya visual tersebut.

Tipografi secara etimologi berasal dari bahasa Yunani yaitu *Typos* dan *Graphein*. *Typos* memiliki arti bentuk dan *Graphein* berarti menulis. Tipografi merupakan seni dalam menyusun huruf sehingga dapat dibaca namun memiliki nilai desain yang estetik, baik secara bentuk ukuran dan sifatnya sehingga informasi yang disampaikan sesuai dengan apa yang diharapkan. Tugas tipografi ini ialah membuat agar teks berguna dan mudah dalam penggunaannya. Oleh karena itu, dapat ditarik arti bahwa terdapat dua unsur dalam elemen tipografi yaitu kemudahan dalam membaca "*readability*", kemudahan mengenali huruf "*legability*", kemampuan huruf dapat terbaca dalam suatu jarak tertentu "*visibility*", kemampuan huruf dapat dimengerti "*clarity*". Penggolongan tipografi secara garis besar sebagai berikut:

³¹ Priscilia Yunita Wijaya, "Tipografi Dalam Desain Komunikasi Visual" Jurnal Desain Komunikasi Visual (Universitas Kristen Petra): 48.

1) *Serif*

Ciri khas pada huruf ini yaitu memiliki garis di setiap ujung pada badan huruf (*serif*). Kesan yang diciptakan saat menggunakan huruf ini memiliki sifat klasik, anggun, dan feminin, contoh huruf *serif* ialah *Times New Roman*, *Garamond*, *Book Antiqua*, *Bitstream Vera Serif*, *Platino Linotype*, *Bookman Old Style*, *Calisto MT*, *Dutch*, *Euro Roman*, *Georgia*, *Pan Roman*, *Romantic*, *Souvenir*, *Super French*, dan sebagainya.³²



Times New Roman

Gambar 2.1

Contoh huruf *Serif*, “*Times New Roman*”

2) *Sans Serif*

Huruf ini memiliki ciri khas tanpa sirip (*serif*) dan memiliki ketebalan yang hampir sama pada setiap hurufnya. Kesan yang diciptakan pada huruf ini ialah modern, efisien dan kontemporer. Huruf ini berkarakter fungsional dan dapat di terapkan pada platform manapun, contoh huruf *Sans Serif* ialah *Arial*, *Futura*, *Avant Grade*, *Bitstream*, *Vera Sans*, *Century Gothic* dan lain sebagainya.



Futura Font

Gambar 2.2

Contoh huruf *Sans Serif*, “*Futura*”

³² Ferry Darmawan, S.Sos., M.Ds., Pengantar Desain Komunikasi Visual : 17

3) *Script*

Huruf yang menyerupai goresan pena yang dibuat dengan tangan. Kesan yang diciptakan dalam penggunaan huruf ini ialah akrab, bebas, dan tidak kaku. Penggunaan huruf ini biasanya untuk pembuatan ilustrasi komik atau lainnya yang berkesan santai dan tidak terlalu serius, contoh huruf *Script* ialah *Bickham Script Pro*, *Mistral*, *Comic Sans* dan lain sebagainya.



Script Font

Gambar 2.3

Contoh huruf *Script*, “*Script Font*”

b. Ilustrasi

Ilustrasi merupakan suatu bidang atau bentuk dari seni yang dihasilkan secara manual tanpa adanya penggunaan kamera atau unsur fotografi di dalamnya. Penggunaan ilustrasi dalam desain komunikasi visual haruslah kreatif dan juga fleksibel, karena dapat mempermudah seorang dalam menyampaikan informasi dengan mudah tanpa harus menjelaskan sesuatu hal yang lebih detail.

Perkembangan ilustrasi telah menjadi sumber terbentuknya visualisasi yang biasa digunakan untuk mempengaruhi pola berpikir masyarakat umum, baik secara ide hingga menggiring opini.³³

³³ Joneta Witabora. Peran Dan Perkembangan Ilustrasi. Jurnal Humaniora Vol.3 No.2 Oktober 2012: 663

Ilustrasi memiliki peran dalam penerapannya dalam Desain Komunikasi Visual, antara lain: ³⁴

1) Sarana Informasi

Ilustrasi pada beberapa media memiliki fungsi sebagai media penyalur informasi, karena informasi akan lebih mudah dicerna ketika disampaikan secara visual. Dalam kasus tertentu ilustrasi juga mampu mengkonstruksi suatu kejadian penting dalam kehidupan manusia.

2) Sarana Opini

Dunia editorial merupakan salah satu sarana yang digunakan dalam penggunaan ilustrasi, dan yang bisa menyalurkan berbagai macam ilustrasi ini ke dalam dunia editorial ialah opini dari penulis editorial itu sendiri. Ilustrasi disini bermanfaat untuk menyalurkan opini agar lebih tersusun dan mudah dimengerti walaupun tidak termasuk dalam bagian opini tersebut.

3) Sarana Bercerita

Ilustrasi disini sangat membantu di beberapa keadaan salah satunya ialah pada saat memberikan pemahaman suatu objek kepada anak usia balita yang belum bisa membaca, karena salah satu kelebihan dari ilustrasi itu sendiri adalah menyampaikan pesan agar sampai kepada tujuan yang diinginkan.

4) Sarana Persuasi

Peran ilustrasi dalam sarana persuasi tidak bisa dianggap remeh, hal ini terlihat di dunia komersil periklanan. Ilustrasi dalam dunia persuasi iklan dipakai sebagai bagian dari kampanye sebuah produk untuk membangun kesadaran merek dari sebuah barang maupun perusahaan.

³⁴ Joneta Witabora. Peran Dan Perkembangan Ilustrasi. Jurnal Humaniora Vol.3 No.2 Oktober 2012: 664

5) Sarana Identitas

Ilustrasi dapat juga digunakan sebagai pengenalan produk maupun perusahaan. Ilustrasi juga berperan sebagai proyeksi visi, misi dan budaya dari perusahaan.

6) Sarana Desain

Ilustrasi menjadi dasar dalam mendesain produk, begitu juga komunikasi visual lainnya. Hubungan antara desain dan ilustrasi begitu berdekatan karena sama sama membuat konsep dalam pemahaman visual.

c. Fotografi

Fotografi menjadikan sebuah subjek desain lebih menjadi berkesan dan realistis. Karena dinilai dapat memiliki unsur yang realistis, elemen fotografi menjadi pembeda dengan ilustrasi karena yang dihasilkan dari fotografi ini akan terlihat lebih nyata dan menarik dibandingkan dengan ilustrasi.³⁵

Elemen fotografi juga sebagai media pesan melalui foto yang dihasilkan oleh fotografer kepada orang yang melihat foto tersebut. Foto juga sebagai simbol penanda yang diharapkan bisa ditangkap dalam bentuk pesan oleh orang yang melihat foto tersebut.³⁶

d. Warna

Warna merupakan elemen penting yang menjadikan suatu informasi atau pesan memiliki daya tarik yang tinggi terutama pada tampilan visualnya. Kesan indah akan terwujud apabila dalam penggunaan sebuah warna memiliki komposisi yang pas dan mampu menjadi daya tarik tersendiri³⁷

³⁵ Christine SC, Elemen-elemen dalam Desain Komunikasi Visual, Jurnal Nirmana Vol. 1 No. (1 Januari 1999): 5-8

³⁶ I Gusti Agung Ngurah Agung Yudha Pramiswa. Fotografi Sebagai Media Komunikasi Visual Dalam Promosi Budaya. Danapati Jurnal Komunikasi Volume 1 No 2 April 2021: 128

³⁷ Ari Wibowo. Digitalisasi Dakwah Di Media Sosial Berbasis Desain Komunikasi Visual. Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam, Vol. 02, No. 02 Juli-Desember 2020: 184

Terdapat 3 kategori warna, yang pertama adalah warna primer, yaitu warna dasar yang tidak bercampur dengan warna lain, seperti merah, biru dan kuning. Kategori warna kedua ialah warna sekunder. Warna sekunder merupakan percampuran warna warna primer dengan takaran 1:1, seperti campuran antara warna merah dan kuning menjadi jingga, warna biru dan kuning menjadi hijau, warna merah dan biru menjadi ungu. Kategori warna yang ketiga ialah warna tersier. Warna tersier terbentuk dari campuran antara warna primer dengan warna sekunder, seperti warna coklat merupakan percampuran antara warna merah, kuning dan juga biru³⁸

Warna merupakan faktor penting dalam desain, karena setiap warna memiliki sifat dan karakteristiknya masing-masing. Makna warna dapat dipahami sebagai berikut:

1) Merah

Warna merah memiliki arti emosional dan cenderung ekstrim. Bersifat agresif, berani, semangat, percaya diri, gairah, kekuatan dan vitalitas.

2) Merah Muda

Warna yang mengisyaratkan sesuatu yang lembut, menenangkan, cinta dan kasih, serta sifat yang feminim.

3) Biru

Melambangkan harmonis, memberi kesan lapang, setia, tenang, sensitif dan kepercayaan, biasanya warna biru menjadi elemen langit, air dan udara.

4) Kuning

Warna yang menyimbolkan persahabatan, optimis, santai, gembira, harapan, toleran, menonjol, eksentrik dan warna ini dapat meningkatkan konsentrasi.

³⁸ Nur Rizky Toybah. Dakwah Komunikasi Visual Melalui Instagram Akun @haditsku. Alhiwar Jurnal Ilmu dan Teknik Dakwah Vol. 04 No. 07 Januari-Juni 2016: 57

5) Hijau

Melambangkan alam, kehidupan, simbol fertilitas, sehat, natural dan kebijaksanaan.

6) Jingga

Warna yang memberikan kesan sosialisasi, keceriaan, segar, semangat, energi dan keseimbangan.

7) Ungu

Bermakna misterius, mengandung hal magis dan mistis, kekayaan dan juga kebangsawanan.

8) Cokelat

Memiliki makna hangat, membumi dan stabil, menghadirkan kenyamanan, memberi kesan anggun, kesejahteraan, dan juga elegan.

9) Putih

Warna putih merupakan warna netral, yang memiliki makna suci, bersih, sederhana dan memiliki nilai elegan dan kemewahan.

10) Abu-abu

Warna ini melambangkan kesederhanaan, intelektual, futuristik, dan milenium.

11) Hitam

Warna ini memiliki sifat yang dominan dan penuh dengan percaya diri, kuat penuh perlindungan, maskulin, elegan, dramatis, dan misterius.

Pengolahan setiap elemen dapat menjadi sebuah satu kesatuan yang selaras dan dengan informasi yang menarik pula akan menarik daya pikat masyarakat untuk mengonsumsi informasi yang dikemas secara visual tersebut.³⁹

³⁹ Nur Rizky Toybah. Dakwah Komunikasi Visual Melalui Instagram Akun @haditsku. Alhiwar Jurnal Ilmu dan Teknik Dakwah Vol. 04 No. 07 Januari-Juni 2016: 59

Warna memiliki tone dan kontras warna yang berbeda-beda, hal ini ditandai dari tingkat kecerahan pada warna dan kemampuan orang-orang dalam menikmati poster tersebut. Terdapat 3 aspek yang mempengaruhi kecerahan sebuah warna yaitu sebagai berikut:⁴⁰

- 1) Sifat warna (Hue), merupakan nama dari suatu warna agar mudah mengidentifikasi warna-warna yang unik agar dapat dibedakan antara warna satu dengan warna lainnya.
- 2) Intensitas warna (Saturation), merupakan kepekatan sebuah warna atau bisa disebut lemah atau kuatnya sebuah warna dalam desain poster tersebut, Semakin tinggi tingkat intensitas warnanya maka akan semakin jelas warna tersebut terlihat, namun apabila semakin rendah intensitas warnanya, maka akan semakin pudar warna tersebut.
- 3) Nilai warna (Value), merupakan tingkat kecerahan sebuah warna atau gelap terangnya sebuah warna. Kecerahan pada warna ialah putih dan kegelapan pada warna ialah hitam. Penerapan nilai warna ini dapat terlihat pada kelembutan warna yang digunakan, pada akun @rezaquran sebagian besar memiliki tingkat kecerahan yang tinggi nampak pada warna yang digunakan terlihat lembut dan nyaman untuk dilihat.

C. Media Sosial

Media Sosial merupakan wadah digital yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi. Dalam media sosial erat kaitannya dengan konten atau informasi yang disajikan. Konten disini memiliki kekuatan pada penggunaannya, dimana pengguna dapat bebas

⁴⁰ Nur Rizky Toybah. Dakwah Komunikasi Visual Melalui Instagram Akun @haditsku. Alhiwar Jurnal Ilmu dan Teknik Dakwah Vol. 04 No. 07 Januari-Juni 2016: 71

membuat konten seperti apapun dengan mengindahkan aturan atau batasan yang ada pada masing-masing platform media sosial.

Van Dijk mengungkapkan bahwa media sosial adalah platform yang memfokuskan untuk memfasilitasi eksistensi pengguna dalam mereka beraktivitas, karena itu media sosial menjadi fasilitator *online* yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebuah ikatan sosial.

Media sosial hadir di tahun 1995 hingga saat ini ratusan macam media sosial telah hadir di platform media dunia, yang sedang naik di kalangan anak muda saat ini antara lain, Whatsapp, Facebook, Twitter, Tiktok dan juga Instagram. Saat ini masyarakat lebih sering melakukan komunikasi dengan media sosial karena media sosial itu sendiri memiliki karakteristik sebagai berikut :

1. *Jaringan*, merupakan fasilitas penghubung antar perangkat dalam memindahkan data ataupun hanya sekedar saling terhubung saja.
2. *Informasi*, merupakan sebuah bagian paling inti dalam media sosial, informasi inilah yang menjadi pemicu seorang pengguna dalam memproduksi konten, mengkreasikan identitas representasinya dan juga melakukan sebuah interaksi.
3. *Arsip*, merupakan kumpulan informasi yang telah tersimpan dan bisa diakses kapan pun dan di perangkat apapun.
4. *Interaksi*, merupakan hubungan yang terjalin di dalam media sosial, baik dalam hubungan pertemanan atau hanya sekedar menjadi pengikut saja.
5. *Simulasi Sosial*, merupakan media atau jembatan berlangsungnya komunikasi antar masyarakat dalam dunia virtual.
6. *Konten*, seutuhnya merupakan milik pengguna, yang dimana dengan konten tersebut akan terjadi simbiosis dengan sesama pengguna untuk menciptakan keleluasaan dalam berpartisipasi.⁴¹

⁴¹ Sari, Astari Clara, et al. "Komunikasi dan media sosial." Jurnal The Messenger 3.2 (2018): 69.

Beberapa karakteristik itu maka media sosial menjadi sebuah platform pertukaran informasi berbasis massa yang memiliki jangkauan sangat luas dan sebuah informasi yang dikemas secara apik akan mengundang banyak perhatian dari khalayak secara umum.

Salah satu media yang sedang naik daun di kalangan anak muda saat ini ialah Instagram, Platform media sosial yang di kelola oleh Mark Zuckerberg, Founder Facebook ini merupakan media yang digunakan untuk berbagi gambar dan video yang menarik. Dalam penerapannya konten di Instagram sangatlah menarik dan bervariasi, seperti berbagi pengetahuan, bercerita pengalaman hingga sebagai penyedia informasi yang akurat. Aplikasi ini diciptakan oleh Kevin Systrom pada tahun 2010, dan saat ini sudah semakin berkembang fiturnya, Fitur yang terdapat pada Instagram :⁴²

1. *Post*

Unggahan merupakan Fitur utama pada aplikasi Instagram, Fitur memiliki kegunaan untuk mengunggah foto dan video yang biasa di sebut dengan *Feed* atau susunan dari beberapa postingan. Foto yang diunggah dalam platform ini, bisa menggunakan kamera bawaan ponsel maupun kamera dari dalam Instagram itu sendiri. Setiap foto atau video yang diunggah dapat diakses oleh pengguna lain dan dapat memberikan tanda suka atau berkomentar pada kolom komentar..

2. *Camera*

Salah satu fitur Instagram yang juga banyak dipakai oleh orang-orang adalah fitur kamera. Kamera di Instagram sangatlah unik karena menyediakan filter yang bisa disesuaikan dengan selera atau *mood* yang ingin ditampilkan. Fitur kamera di Instagram juga sama dengan kamera ponsel. Bahkan, Anda bisa langsung mengunggahnya

⁴² Muhammad Farid Fanani, "Instagram adalah Media Sosial berbasis Foto dan Video, Pahami Fungsi dan Fiturnya", Merdeka.com. Minggu, Agustus 21, 2022, <https://dataindonesia.id/digital/detail/indonesia-miliki-9717-juta-pengguna-instagram-hingga-akhir-2022>

ke Instagram tanpa mengeditnya lagi hanya dengan mengaktifkan filter.

3. *Instagram Stories*

Instagram story adalah fitur yang membuat pengguna membuat konten singkat dengan durasi maksimal 1 menit untuk satu *slide*. Jika durasinya lebih panjang dari 1 menit maka akan berganti ke *slide* berikutnya. Setiap *story* memiliki batas waktu tayang hingga 24 jam. *Instagram story* ini banyak digunakan oleh pengguna ketika ingin membagikan momen tertentu tanpa mempengaruhi *personal branding*.

4. *Reels*

Fitur ini adalah fitur yang paling banyak pengguna di Instagram. Fitur ini termasuk dalam fitur baru, akan tetapi pengguna Instagram sangat antusias dengan adanya fitur *reels* ini. Orang bisa berbagi video singkat dengan suara yang bisa diakses oleh siapa saja. *Reels* ini memiliki kesamaan dengan TikTok, akan tetapi *reels* merupakan fitur yang ada di Instagram.

5. *Instagram Live Video*

Fitur *Live Video* adalah fitur agar pengguna Instagram untuk *streaming* video secara *real-time*. Fitur ini digunakan untuk berinteraksi dengan *follower* akun secara langsung ketika siaran video. Saat sebuah akun sedang melakukan siaran video, maka semua *follower* akan mendapat notifikasi seketika. Fitur ini memiliki kelebihan dalam menghasilkan interaksi langsung (*genuine interaction*) dan sering dipakai dalam memperkenalkan produk unggulan, mempromosikan *campaign*, dan menarik pelanggan baru.

Pada awalnya *Instagram Live* hanya bisa dilakukan maksimal sebanyak dua pengguna. Namun, saat ini Instagram telah memunculkan *Live Room* yang dapat dilakukan hingga maksimal empat pengguna.

Live Room akan memiliki empat jendela dalam satu layar yang dapat diisi empat pengguna sekaligus. Fitur ini muncul akibat meningkatnya *live streaming* selama pandemi Covid-19.

6. *Instagram Shopping*

Brand atau Bisnis saat ini sedang merambah ke dunia digital, hal ini membuat Instagram menambah fitur baru untuk menjadikannya sebagai *marketplace*, dan dinamakan sebagai *Instagram Shopping*. Fitur ini diciptakan sebagai respons dari Instagram kepada penggunanya yang memanfaatkan platform untuk menjual produknya, baik brand-brand besar ataupun kecil. Terdapat 5 fitur dalam *Instagram Shopping* untuk menunjang pertumbuhan sebuah bisnis.

7. *Instagram TV*

Keterbatasan durasi dalam mengunggah suatu video pada *story* ataupun *feed* membuat Instagram menyediakan fitur berupa *Instagram TV*. Fitur ini menjadikan penggunanya memiliki kebebasan dari segi durasi pada saat mengunggah video. Durasi pada *Instagram TV* ini mulai dari 1-15 menit, hal ini memungkinkan pengguna lebih bebas berekspresi di platform Instagram. Sayangnya, fitur ini sudah resmi dihapus dan diganti *Reels*, karena dinilai lebih efisien dan tidak berbelit-belit.

Indikator pada aplikasi Instagram menurut Bambang Atmoko dalam bukunya *Instagram Handbook* yaitu sebagai berikut ⁴³:

1. *Hastag*

Susunan kata yang diawali dengan tanda pagar untuk mengelompokan foto dan video dari banyaknya akun yang tersebar di Instagram.

⁴³ Monica Utari, “Pengguna Media Sosial Instagram Akun @Princessyahrini Terhadap Gaya Hidup Hedonis Pada Followersnya”, jurnal Vol. 4 No.2 (Oktober,2017), hal. 9.

2. *Lokasi*

Fitur ini digunakan sebagai penanda lokasi atau tempat dimana gambar tersebut diambil.

3. *Follow*

Follow merupakan alat untuk menandai suatu akun agar diikuti dan dapat mendapatkan informasi atau kabar terbaru dari pemilik akun Instagram tersebut.

4. *Like*

Suatu aktivitas untuk merespon suka pada suatu postingan yang telah di unggah oleh akun sendiri ataupun akun lain.

5. *Comment*

Fitur yang dapat dilakukan pengguna untuk memberikan saran, pujian, atau kritikan sebagai bentuk komunikasi dua arah di jejaring sosial.

6. *Share*

Fitur yang digunakan untuk membagikan postingan di jejaring sosial baik di dalam Instagram maupun diluar aplikasi Instagram.

7. *Mention*

Mention merupakan aktivitas menandai akun lain dari suatu unggahan foto, video hingga komentar untuk berkomunikasi dengan pengguna lain.

8. *Direct Message*

DM atau *Direct Message* di Instagram adalah fitur pesan langsung yang memungkinkan pengguna Instagram untuk berkomunikasi secara pribadi dengan pengguna lainnya. Dengan DM, pengguna dapat mengirim pesan, foto dan video kepada orang lain tanpa perlu mempostingnya secara publik di profil atau *feed*.

Fitur ini sangat berguna untuk berinteraksi dengan teman, keluarga atau bahkan untuk tujuan bisnis. Dalam DM, pengguna juga dapat berbicara dengan satu orang atau dengan beberapa orang secara bersamaan melalui obrolan grup.

Fitur DM juga memungkinkan pengguna membalas pesan dengan cepat menggunakan respons bawaan seperti *emoji*, pesan cepat atau stiker. Selain itu, DM di Instagram juga dilengkapi dengan fitur-fitur keamanan seperti blokir pengguna, melaporkan *spam* dan menyaring pesan yang masuk dari orang yang tidak diinginkan.

D. Dakwah

Secara etimologis kata dakwah berasal dari kata da'a, yad'u, da'wan yang memiliki arti memanggil, mengundang, meminta tolong, berdoa, memohon, mengajak kepada sesuatu, mengubah dengan perkataan, perbuatan, dan amal.⁴⁴ Kata tersebut bersumber pada Al-Qur'an, bahkan kata dakwah yang digunakan pada Al-Qur'an bersifat umum seperti mengajak kepada kebaikan, dalam QS. Yunus : 25, Allah berfirman "*Allah menyeru manusia ke Darussalam (surga)*" dan bisa juga mengajak kepada kejahatan, seperti pada firman Allah dalam QS. Yusuf : 33, yang berarti "*Yusuf berkata : Wahai Tuhanku, penjara lebih aku sukai daripada memenuhi ajakan mereka kepadaku*", dengan demikian definisi dari dakwah secara bahasa berarti identik dengan komunikasi yang maknanya masih bersifat umum.⁴⁵

Secara terminologi terdapat beberapa pengertian yang berbeda dari para ahli dalam memaknai definisi dakwah. Berikut definisi dakwah yang dikutip dari beberapa ahli, antara lain:

1. Abdul Basit, dakwah adalah proses mengajak dan mempengaruhi orang untuk menuju jalan Allah yang dilakukan oleh umat Islam dengan perorganisasian yang sistemik dan modern.⁴⁶
2. Syukriadi Sambas, dakwah adalah proses internalisasi, transmisi, difusi, institusionalisasi dan transformasi Islam yang melibatkan unsur *da'i*, pesan, media, metode, *mad'u*, tujuan dan respons serta dimensi

⁴⁴ M. Munir dan Wahyu Ilahi, Manajemen Dakwah (Jakarta: Kencana, 2006). 17

⁴⁵ Abdul Basit. Filsafat Dakwah. (Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2013). 43-44

⁴⁶ Ibid. 46

ruang dan waktu untuk mewujudkan kehidupan yang khazanah, salam dan nur di dunia dan akhirat.⁴⁷

3. Amrullah Ahmad, dakwah adalah kegiatan yang dilaksanakan oleh jamaah Muslim (lembaga-lembaga dakwah) untuk mengajak umat manusia masuk ke dalam jalan Allah (sistem Islam) dalam semua segi kehidupan menjadikan Islam terwujud dalam kehidupan *fardiyah*, *usrah*, jamaah, dan *ummah* sampai terwujud *khairu ummah*.⁴⁸

Definisi yang dapat disimpulkan dari beberapa penelitian di atas, yaitu dakwah merupakan sebuah aktivitas dalam proses untuk mengajak dan mempengaruhi seseorang untuk menuju jalan Allah dengan melibatkan unsur *da'i*, pesan, media, metode, *mad'u*, tujuan dan respons serta dimensi ruang dan waktu dan mewujudkan Islam dalam kehidupan yang *fardiyah*, *usrah*, jamaah, dan *ummah* hingga terwujud *khairu ummah*.

Mengingat beberapa unsur penting dalam menegakan kegiatan berdakwah, maka seorang *da'i* pada saat menyampaikan pesan kepada *mad'u* hendaknya menggunakan metode dalam berdakwah. Metode dakwah adalah suatu cara, jalan termasuk strategi, pola yang ditempuh oleh seorang *da'i* dalam melaksanakan dakwah. Dua aktivitas yang mendasari metode berdakwah yaitu aktivitas lisan/tulisan dan aktivitas badan. Aktivitas lisan/tulisan yakni seperti ceramah (*muhadarah*), diskusi (*muzakarah*), debat (*mujadalah*) atau dialog (*muhawarah*), serta aktivitas dakwah yang melalui media massa seperti, buku, majalah, koran, pamflet, dan lainnya. Aktivitas badan yakni dapat berupa aksi dalam beramal *sholeh* seperti tolong menolong (*ta'awun*) dengan materi, medis, dan lainnya, pemberdayaan sumber daya manusia, lingkungan, penataan organisasi atau lembaga-lembaga keislaman.⁴⁹

⁴⁷ Dikutip dari Agus Ahmad Safei, Memimpin Dengan Hati Yang Selesai :Jejak Langkah dan Pemikiran Baru Dakwah K.H. Syukriadi Sambas (Bandung: Pustaka Setia, 2003). 119

⁴⁸ Dikutip dari Abdul Basit. Filsafat Dakwah. (Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2013). 45

⁴⁹ Syukriadi Sambas, Sembilan Pasal Pokok-Pokok, Filsafat Dakwah. (Bandung: KP Hadid Fakultas Dakwah IAIN Bandung, 1999). 62

E. Dakwah Visual

Perkembangan teknologi saat ini semakin pesat hingga merambah ke berbagai aspek kehidupan, termasuk aktivitas berdakwah. Dakwah saat ini memiliki berbagai macam metode yang dapat dilakukan, Dakwah Visual merupakan sebuah aktivitas dalam mengajak serta mengingatkan seseorang ataupun kelompok dalam *amar ma'ruf nahi munkar* atau melakukan kebaikan dan menjauhkan keburukan dengan pedoman Al-Qur'an dan As-Sunnah menggunakan metode komunikasi visual.⁵⁰

Hukum tentang *amar ma'ruf nahi munkar* tertuang pada QS. Ali Imran: 104 yang berarti “Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru pada kebajikan, menyuruh kepada orang-orang yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar; merekalah orang-orang yang beruntung.”

Ayat tersebut memerintahkan kita untuk menyeru atau mengajak kepada kebaikan, memerintahkan yang ma'ruf dan mencegah dari kemungkaran. Berdasarkan ayat tersebut muncul istilah Dakwah *amar ma'ruf nahi munkar*.

Pelaksanaan dakwah *amar ma'ruf nahi munkar*, memiliki kriteria yang bertujuan pembumihian syariat islam. Kriteria yang dimaksud yaitu, menjaga agama (*hifdz al-din*), menjaga akal (*hifdz al-'aql*), menjaga keturunan dan kehormatan (*hifdz al-nasl atau al-irdh*), menjaga jiwa (*hifdz al-nafs*) dan menjaga harta benda (*hifdz al-mal*).⁵¹

Platform media sosial merupakan salah satu wadah yang dijadikan untuk berdakwah di era saat ini. Dengan platform media seorang pendakwah akan dengan mudah mengekspresikan kreativitas dalam berdakwah kepada khalayak umum, oleh karena itu dengan pemanfaatan media tersebut seorang pendakwah akan terbantu dan tidak harus berdakwah secara langsung.

⁵⁰ Nilnah Ni'mah. Dakwah Komunikasi Visual. Islamic Communication Journal, Vol. 01, No. 01, (Semarang; Universitas Islam Negeri Walisongo, 2016), hlm. 109

⁵¹ Muhibb Abdul Wahab, “Kontekstualisasi Amar Ma'ruf Nahi Munkar” Jurnal UIN Syarif Hidayatullah dan UMJ (2015)

Dakwah visual memiliki bermacam macam metode dalam penerapannya, ada yang menggunakan visual (poster, lukisan, foto, dan lainnya), audio (rekaman ceramah, *sholawat*, atau musik rohani), dan juga Audio Visual (film, cuplikan video ceramah), namun saat ini berdakwah menggunakan media poster menjadi hal yang populer di masyarakat. Poster merupakan karya yang diciptakan dengan desain yang terkonsep dengan memperhatikan komponen-komponen yang ada didalamnya, seperti penggunaan tipografi, ilustrasi dan juga warna dan diterapkan pada media kertas dengan ukuran yang cukup besar. Tujuan dari poster itu sendiri bukan hanya sekedar menyampaikan pesan, namun juga sebagai media untuk mempengaruhi dan memotivasi tingkah laku seseorang dalam melihat dan memaknai isi poster itu sendiri.⁵²

Apabila dilihat dari tujuannya, maka poster dibedakan sebagai berikut.⁵³

Poster Propaganda, merupakan poster yang memiliki pengaruh yang sangat kuat dalam masyarakat karena dapat mempengaruhi pikiran dan emosi dari elemen yang digunakan pada poster tersebut.

Poster Kampanye, merupakan poster yang digunakan untuk menyatukan sebuah pilihan terhadap satu orang maupun sekelompok orang pada konteks politik.

Poster Pencarian, merupakan poster yang digunakan untuk mendapatkan informasi seseorang yang telah hilang atau sedang dicari.

Poster Film, merupakan poster yang digunakan untuk memikat perhatian masyarakat guna mempromosikan sebuah film yang akan tayang.

⁵² Monika Yoan Azkiya, "Konsep Pengembangan Dan Pengelolaan Media Dakwah Visual Di Instagram Pondok Pesantren Darussalam" Skripsi. (Purwokerto: IAIN Purwokerto, 2020) Hal. 24.

⁵³ Nilnan ni"mah, Dakwah komunikasi visual. Islamic Communication Journal, 2016. Hal 110.

Poster Kartun, merupakan poster dengan elemen utamanya ialah ilustrasi yang memiliki ilustrasi menarik dengan tujuan untuk menjadi publikasi komik komik pada kartun.

Poster Afirmasi, merupakan poster yang memiliki nilai untuk membangkitkan emosi positif seseorang untuk menjadi pribadi yang lebih baik dan memotivasi seseorang dengan menggiring opini agar memiliki kehidupan yang lebih baik.

Poster Riset, merupakan poster yang digunakan dalam mengumpulkan sebuah data tertentu yang nantinya untuk menjadi bahan analisis.

Poster Kelas, merupakan poster yang biasanya dipajang pada sisi kelas dan memiliki nilai informasi yang menarik dalam lingkup kelas.

Poster Komersil, merupakan poster yang ditujukan untuk mempromosikan suatu barang dan memiliki nilai jual agar masyarakat tertarik untuk membeli barang tersebut.

Salah satu yang biasanya digunakan dalam aktivitas berdakwah ialah poster dengan nilai propaganda karena poster propaganda

F. Semiotika Ferdinand de Saussure

Semiotika berasal dari bahasa Yunani "*Semeion*" yang berarti "Tanda" atau *sign*. Dari pengertian secara bahasa itu dapat ditarik arti bahwa semiotika merupakan suatu metode analisis dalam menggali makna yang terdapat pada sebuah tanda. Susanne Langer menilai bahwa simbol atau tanda merupakan hal yang penting, dalam kehidupan binatang diperantarai oleh perasaan, sedangkan manusia diperantarai oleh sejumlah konsep, simbol dan bahasa.⁵⁴

Ferdinand de Saussure merupakan seorang ilmuwan di bidang kebahasaan/linguistik yang memiliki pemikiran bahwa Semiotik merupakan ilmu yang mengkaji tentang peran tanda sebagai bagian dari

⁵⁴ Morissan, Teori Komunikasi : Individu Hingga Massa (Jakarta : Kencana Prenada Media Group,2013), 135.

kehidupan sosial. Dalam pengertian tersebut Saussure berbicara mengenai aturan penggunaan tanda secara sosial dengan pemilihan pengombinasian dan penggunaan tanda dengan cara tertentu sehingga memiliki makna dan nilai sosial.⁵⁵

Pokok dari pembahasan teori Ferdinand de Saussure yang terpenting adalah prinsip bahwa bahasa merupakan suatu sistem tanda, dan setiap tanda memiliki 2 bagian, yaitu penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*). Penanda merupakan aspek material dari bahasa, apa yang ditulis atau dibaca dan apa yang dikatakan atau yang didengar. Sedangkan petanda merupakan gambaran mental, pikiran atau konsep yang ditimbulkan dari penanda.

Berdasarkan hubungan penanda dan petandanya, terdapat 3 jenis tanda yaitu ikon, indeks, dan simbol. Ikon merupakan penanda dan petandanya menunjukkan adanya hubungan alamiah yaitu penanda sama dengan petandanya, seperti gambar rumah yang memiliki arti rumah sesungguhnya. Indeks merupakan tanda yang petandanya tidak menunjukkan adanya hubungan alamiah yang bersifat kausalitas, seperti asap menandakan adanya api atau mendung menandai hujan. Simbol merupakan tanda yang penanda dan petandanya tidak menunjukkan adanya hubungan alamiah, seperti ibu yang memiliki makna orang yang melahirkan kita.⁵⁶

Berdasarkan tanda-tanda itu, dicari tanda-tanda yang penting untuk pemaknaan sastra, apakah tanda itu ikon, indeks atau simbol, karena dalam pemaknaan sastra dicari tanda-tanda yang penting itu, pada hakikatnya dalam memahami sebuah karya sastra yaitu memahami tanda-tanda di dalamnya.

⁵⁵ Sobur, Alex. 2016. Semiotika Komunikasi. Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 7

⁵⁶ Rachmat Djoko Pradopo, "Semiotika: Teori, Metode, dan Penerapannya dalam Pemaknaan Sastra" Jurnal Humaniora No. 11.1 (1999): 76

Metode semiotik dalam pemaknaan sebuah pesan itu berupa pencarian tanda-tanda yang penting sebab keseluruhan isi pesan itu merupakan bagian dari tanda-tanda, baik berupa ikon, indeks maupun simbol. Selain itu karena tanda-tanda itu memiliki makna berdasarkan konvensi, maka memberi makna itu mencari konvensi-konvensi apa yang menyebabkan tanda-tanda itu memiliki makna ataupun arti.⁵⁷



⁵⁷ Rachmat Djoko Pradopo, "Semiotika: Teori, Metode, dan Penerapannya dalam Pemaknaan Sastra" Jurnal Humaniora No. 11.1 (1999): 77

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan yakni penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif yaitu dengan cara pengumpulan data dengan latar belakang yang ilmiah untuk menafsirkan sebuah kejadian seperti halnya fenomena, maka dengan ini peneliti ialah perangkat kunci. Sampel dari sumber data dapat diambil dengan cara *purposive* serta *snowball*, pada teknik pengumpulan data berupa gabungan (*tringulasi*). Sifat dari analisis datanya yaitu kualitatif atau induktif serta hasil dari penelitian kualitatif ialah menitikberatkan pada makna di generalisasinya.

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan analisis semiotika dan didasarkan pada aspek data analisis agar pembaca mengetahui bagaimana desain komunikasi visual dapat menjadi media dakwah.

B. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah sumber data yang diperoleh atau informasi yang dapat memberikan keterangan kepada peneliti. Dalam penelitian ini subjek yang akan diteliti ialah akun Instagram @rezaquran yang dimiliki oleh Muhammad Reza Pahlevi.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah sesuatu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian memperoleh kesimpulan. Objek penelitian ini merupakan titik fokus perhatian dari penelitian.

Objek pada penelitian ini ialah 10 poster yang diambil dari unggahan masing-masing 2 poster setiap bulannya dari bulan Desember 2022 hingga April 2023 pada akun Instagram @rezaquran yang mengandung nilai dakwah dan memiliki keunikan serta terdapat

keunggulan pada respons dari khalayak yang meliputi jumlah *like* dan *comment*, kemudian di analisis menggunakan analisis semiotika Ferdinand De Saussure.

C. Sumber Data

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer atau data utama adalah data yang di peroleh langsung dari subjek penelitian dengan menggunakan alat ukur atau alat pengumpulan data langsung pada subjek sebagai sumber informasi yang dicari.

Dalam penelitian ini sumber data primernya yaitu kumpulan postingan poster yang di unggah di akun @rezaquran pada Desember tahun 2022 – April tahun 2023 dengan memilih 2 postingan dengan *like* terbanyak dari setiap bulannya. Postingan yang dipilih terfokus pada satu tema yaitu Dakwah.

2. Sumber Sekunder

Data sekunder atau data tangan kedua adalah data yang diperoleh oleh peneliti melalui pihak lain, tidak langsung diperoleh dari subjek penelitiannya. Data sekunder biasanya berwujud data dokumentasi atau data laporan yang telah tersedia.

Pada penelitian ini, sumber data sekunder berasal dari hasil wawancara dengan pihak terkait yaitu akun Instagram @rezaquran, dan beberapa sumber informasi lain dari artikel, jurnal, *website* yang terkait dengan subjek penelitian.

D. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi.

1. Observasi

Observasi merupakan proses pengumpulan informasi yang dapat dimanfaatkan untuk menarik kesimpulan atau membuat

diagnosa. Fokus utama dari teknik observasi yaitu adanya perilaku yang dapat diamati secara langsung oleh seorang peneliti. Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu mengamati unggahan dalam akun Instagram @rezaquran.

2. Wawancara

Wawancara didefinisikan sebagai sebuah interaksi yang terjadi ketika ada pertukaran informasi dimana terdapat norma, perasaan, tanggungjawab, keyakinan, dan motif dalam perspektif sosial. Pada penelitian ini, wawancara dilakukan kepada pemilik akun Instagram @rezaquran yaitu Muhammad Reza Pahlevi dengan cara melakukan *Direct Massage* dari akun Instagram pribadi peneliti kepada akun Instagram @rezaquran dan juga menggunakan metode *Quisioner Google Form*, yang terdiri dari beberapa pertanyaan sekaligus terkait latar belakang akun dan juga biografi pemilik akun Instagram @rezaquran. Wawancara ini digunakan untuk memperkuat argumen data yang ada.

3. Dokumentasi

Selain observasi dan wawancara, data dapat dikumpulkan melalui dokumentasi, yaitu melihat atau mengamati dokumen mengenai subjek dalam penelitian atau bukti dokumen dari orang lain terkait subjek tersebut. Dokumentasi yang dikumpulkan berupa tangkapan layar konten milik Reza Pahlevi yang di unggah dalam media sosial Instagram, untuk mengetahui makna dari elemen-elemen desain komunikasi visua yang terdapat pada kontennya untuk kemudian di analisis menggunakan teori semiotika Ferdinand De Saussure.

E. Analisis Data

Analisis data merupakan proses, penyederhanaan data agar lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. Teknik analisis yang digunakan yaitu menggunakan teknik analisis semiotika dimana semiotika erupakan salah

satu ilmu atau metode untuk menganalisis tanda. Analisis data ini untuk memberi arti makna dan nilai yang terkandung dalam tanda, baik verbal maupun visual.

Tahapan yang dilakukan dalam analisis penilaian ini adalah sebagai berikut :

1. Peneliti melakukan pengamatan pada postingan akun Instagram @rezaquran
2. Mempelajari dan menelaah, kemudian mencari tanda yang ada pada poster.
3. Menyusun hasil capture pada poster dengan mengkategorikan sesuai dengan elemen elemen yang ada pada desain komunikasi visual
4. Tahap akhir dari analisis data ini adalah mengkorelasikan dengan teori yang dipakai oleh peneliti yaitu dengan analisis semiotika Ferdinand de Saussure.

Saussure melihat relasi pertandaan dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 3.1
Relasi Petandaan Ferdinand de Saussure

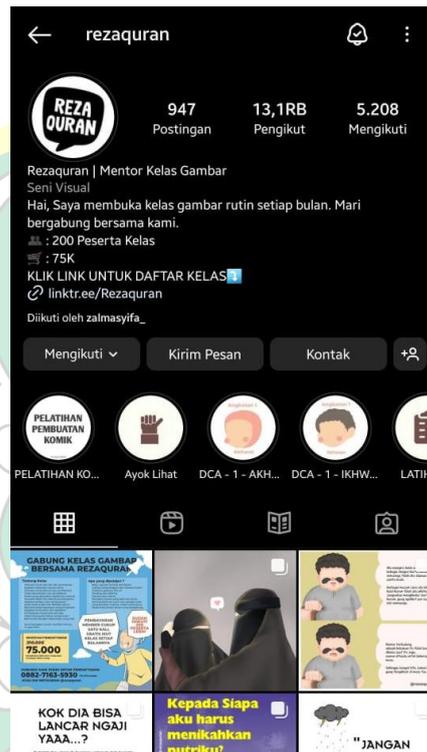
Dalam penelitian ini hanya menggunakan analisis semiotika Ferdinand De Saussure untuk mengetahui makna elemen yang terkandung dalam konten Instagram @rezaquran.

BAB IV

HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN

A. Profil Instagram @rezaquran

1. Gambaran Umum Akun Instagram @rezaquran



Gambar 4.1⁵⁸

Screenshot Profil Instagram @rezaquran

Sumber : <https://www.instagram.com/rezaquran/>

Akun Instagram @rezaquran merupakan sebuah akun media sosial yang bergerak di bidang kajian islam dan ilmu tauhid. Dibuat pada bulan April tahun 2020 dan hingga saat laporan penelitian ini dibuat, akun @rezaquran telah mencapai 13 ribu lebih pengikut di akun Instagramnya terhitung pada bulan Juni 2023.

Awal mula diciptakannya akun ini yaitu pada saat dunia sedang di landa pandemi *Covid-19* dan diberlakukannya *lockdown* di

⁵⁸ Diambil tanggal 14 Juni 2023 pukul 01.49 WIB.

seluruh Indonesia. Muhammad Reza Pehlevi, yang merupakan mandiri akun ini memiliki ide dan gagasan untuk menciptakan akun Instagram @rezaquran sebagai media untuk menyalurkan bakat ilustrasinya dan mengisi waktu luang pada saat sedang bosan.

Akun ini memiliki visi menjadi sarana dakwah, belajar bagi umat islam, dan misi memberikan konten dakwah yang sejalan dengan Al-Qur'an dan Hadist, menghindari campur baur dengan perkara maksiat dan menjaga kualitas konten serta keberkahannya.

2. Logo Instagram @rezaquran



Gambar 4.2⁵⁹

Logo Akun Instagram @rezaquran

Logo yang saat ini menjadi foto profil dalam akun Instagram @rezaquran merupakan logo yang masih belum dipatenkan, namun sudah memiliki filosofi yang mendalam pada logo tersebut, bahwa dalam logo tersebut menggambarkan *baloon text* yang berisi nama dari akun @rezaquran. Sebagai identitas visualnya.⁶⁰

B. Penyajian Data Analisis

Penemuan yang terkandung setelah dilakukannya sebuah proses analisis pada akun Instagram @rezaquran ialah bahwa akun Instagram @rezaquran memiliki pola tersendiri dalam melakukan pengunggahan

⁵⁹ Diambil tanggal 14 Juni 2023 pukul 02.16 WIB.

⁶⁰ Wawancara online pada 15 Juni 2023 melalui Google Form kepada Narasumber.

konten. Dari sekian banyak konten poster yang telah diproduksi, @rezaquran juga menyisipkan konten video serta konten promosi untuk mengenalkan jasa pelatihan untuk pembuatan ilustrasi. Berikut ini penulis akan memaparkan data yang telah dianalisis kepada akun Instagram @rezaquran dimulai dari periode postingan bulan Desember tahun 2022 hingga April tahun 2023.

Tabel 4.1

Data Periode Posting Instagram @rezaquran bulan
Desember 2022 - April 2023

Bulan	Pola
Desember 2022	Tercatat ada 21 postingan yang diataranya 17 postingan poster dan 4 postingan promosi
Januari 2023	Tercatat ada 26 postingan yang diantaranya 23 postingan poster dan 3 postngan video promosi
Februari 2023	Tercatat ada 14 postingan yang diantaranya 11 postingan poster dan 3 postingan promosi
Maret 2023	Tercatat ada 21 postingan yang diantaranya 18 postingan poster, 2 postingan promosi, dan 1 postingan video
April 2023	Tercatat ada 16 postingan yang diantaranya 15 postingan poster dan 1 postingan promosi

Berdasarkan tabel pola postingan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa akun Instagram @rezaquran dimuali dari periode postingan bulan Desember tahun 2022 hingga April tahun 2023 terdapat 84 postingan poster dari 98 postingan Instagram.

C. Pembahasan dengan Teori

Pembahasan pada penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan dokumentasi. Peneliti memfokuskan objek penelitiannya kepada 15 postingan yang di unggah pada akun Instagram @rezaquran dari bulan

Desember tahun 2022 hingga April tahun 2023, dengan masing-masing terdapat 3 postingan di setiap bulannya. Objek poster yang dipilih sebagai penelitian merupakan poster dengan *like* terbanyak, memiliki tampilan yang menarik dan kesesuaian dengan tema yang diambil pada penelitian ini yaitu aqidah dan akhlak.

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini ialah analisis semiotika Ferdinand de Saussure yang dimana menggunakan penanda yaitu hal hal yang dapat langsung ditangkap oleh panca indera kita, sebagai contoh adalah dari tampilan visualnya, kemudian menggunakan petanda yaitu kesan yang diterima oleh *viewers* dari makna yang diciptakan oleh @rezaquran.

Berikut merupakan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis dari akun Instagram @rezaquran

1. Poster Bahaya dan Larangan *Tabarruj*



Gambar 4.3

Poster Bahaya dan Larangan *Tabarruj*

Sumber : <https://www.instagram.com/p/Clxuhj1rCO/>

Postingan berjudul Bahaya dan Larangan *Tabarruj* di posting pada tanggal 5 Desember 2022 dan juga merupakan postingan dengan *like* terbanyak dalam periode bulan Desember tahun 2022, yaitu 3.998

like terhitung pada bulan Juni 2023. Format yang digunakan dalam poster ini ialah *Compare* dan mengandung tema Akhlak.

Elemen desain komunikasi visual yang terdapat dalam poster ini akan di teliti menggunakan analisis Ferdinand de Saussure sebagai berikut:

Tabel 4.2
Penelitian pada Poster “Bahaya dan Larangan *Tabarruj*”

Elemen	Penanda	Petanda
Tipografi	<ul style="list-style-type: none"> - Bilah di sisi kiri tertulis bahwa “Sebelum tahu bahaya larangan <i>tabarruj</i>” - “<i>Tabarruj</i> = Berhias diri agar dilihat orang banyak”, - Sisi kanan tertulis “Setelah Mengetahui Bahaya <i>Tabarruj</i>”. 	Postingan poster tersebut menunjukkan bahwa dua keterangan tersebut memiliki arti yang saling bertolak belakang, di sisi kiri menunjukkan sikap belum mengetahui bahaya dari <i>Tabarruj</i> , sedangkan di sisi kanan mengetahui Bahaya <i>tabbaruj</i> .
Ilustrasi	<ul style="list-style-type: none"> - Terdapat dua bilah sisi - 2 <i>Smartphone</i> yang sama membuka aplikasi Instagram 	Kondisi dua <i>smartphone</i> yang sedang membuka aplikasi yang sama namun memiliki isi yang berbeda, memiliki makna perbedaan dari dua sudut pandang.
Warna	<ul style="list-style-type: none"> - Warna latar belakang sisi kiri warna cokelat dan sisi kanan warna biru tua, - <i>Smartphone</i> berwarna abu muda. - Tangan berwarna krem tua mengikuti warna kulit 	Warna cokelat dan biru tua yang diterapkan di setiap sisi memiliki dua makna sudut pandang yang berbeda, sebelum dan juga sesudah memahami <i>tabarruj</i> , warna abu muda pada <i>smartphone</i> memiliki warna yang netral.

Penjelasan

a. Tipografi

Postingan tersebut memiliki susunan tipografi, yang dimana tidak memiliki *headline*, namun langsung menjuru ke aspek keterangan yang ada pada masing-masing bilah. *Font* yang digunakan dalam penulisan keterangan poster di atas ialah *Script* model *Handwriting*, yang dimana *font* tersebut memiliki struktur

yang unik seperti tulisan tangan. Makna tulisan yang terkandung dalam dua sisi itu pun berbeda, bahwa pada sisi kiri menuliskan seseorang yang masih belum mengetahui arti dari *Tabarruj* dan oleh *author* ditambahkan pengertian dari *Tabarruj* itu sendiri karena ketika *viewers* melihat konten tersebut maka langsung memahami apa itu *Tabarruj*, kemudian dilanjutkan pada sisi kanan yaitu menuliskan seseorang yang telah mengerti apa yang dimaksud dengan *Tabarruj*.

b. Ilustrasi

Ilustrasi yang digunakan dalam poster di atas merupakan contoh ilustrasi yang cukup simpel tanpa terlalu banyak objek ilustrasi, hanya ilustrasi *smartphone* yang sedang membuka Instagram saja. Namun, hal itu membuat *viewers* dapat memahami dengan mudah isi dari pesan pada poster tersebut.

Poster tersebut memiliki ilustrasi dua bilah sisi dengan kondisi yang berbeda. Sisi kiri memperlihatkan seorang yang belum mengerti larangan *Tabarruj* dan sedang membuka aplikasi Instagram dengan postingan yang sudah memenuhi isi akunya, sedangkan sisi kanan memperlihatkan seseorang yang sudah mengerti bahaya dan larangan *tabarruj*, oleh karena itu ia mengosongkan postingan dari akun Instagramnya, dengan harap tidak terkena dosa dari perbuatan *tabarruj*.

c. Warna

Warna yang diterapkan pada poster di atas adalah tipe jenis warna yang lembut dan tidak terlalu mencolok, hal ini dimaksudkan agar *viewers* dalam menikmati dan membaca poster tersebut dengan nyaman.

Warna coklat dan biru tua disini menciptakan nuansa *background* yang tidak terlalu dominan agar *viewers* mampu fokus kepada isi dari pesan yang telah dibuat oleh *author*, yang kedua warna abu abu muda pada *smartphone*. Warna abu muda

adalah salah satu warna yang memiliki sifat netral dan tetap terasa cocok apabila dipadukan dengan warna warna lain. Poster ini mengandung warna abu muda agar tetap selaras dengan warna latar belakang yang termasuk warna gelap, namun tidak terlalu dominan agar isi pesan tetap sampai kepada *viewers*.

Warna yang ketiga adalah warna putih yang ada pada tulisan, unsur penting dari sebuah poster dakwah adalah dari tulisannya karena itu adalah unsur verbal yang paling mudah dipahami hanya dengan membaca saja, maka dari itu warna putih disini menjadi unsur yang dominan agar pesan yang disampaikan oleh *author* dapat tersampaikan dengan baik.

Warna yang terakhir adalah warna krem pada tangan. Warna krem disini menunjukkan bahwa yang sedang memegang *smartphone* tersebut ialah seseorang, kondisi ini dibangun oleh *author* agar isi pesan dapat lebih realistis dan permasalahan ini ada pada lingkungan sehari – hari.

2. Poster Perbanyak Doa Ketika Hujan



Gambar 4.4

Poster Perbanyak Doa Ketika Hujan

Sumber : <https://www.instagram.com/p/CmAnedSyXoV/>

Postingan yang berjudul Perbanyak Doa Ketika Hujan di posting pada tanggal 11 Desember 2022. Tema yang diusut dalam poster ini adalah Aqidah. Poster ini dinilai menarik karena dengan format konten potongan Hadits tidak mengurangi nilai estetika yang disajikan, justru malah lebih menarik dengan visual yang diberikan.

Elemen desain komunikasi visual yang terdapat dalam poster ini akan dianalisis menggunakan analisis Ferdinand de Saussure sebagai berikut :

Tabel 4.3
Penelitian pada Poster “Perbanyak Doa Ketika Hujan”

Elemen	Penanda	Petanda
Tipografi	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Headline</i> “Perbanyak Doa Ketika Hujan’ - <i>Bodyline</i> “Dua doa yang tidak akan ditolak: (1) doa ketika hujan dan (2) doa ketika turunnya hujan” - Sumber HR. Al Hakim dan Al Baihaq. Syaikh Al albani mengatakan bahwa hadits ini hasan. Lihat Shohihul Jaami no. 3078. 	<p>“Perbanyak Doa Ketika Hujan” merupakan headline yang menunjukan judul pada poster tersebut. <i>Bodyline</i> yang ada pada poster tersebut menjadikan <i>viewers</i> lebih memahami dan juga mengerti apa yang disebutkan dalam isi poster tersebut, sedangkan keterangan untuk meyakinkan <i>viewers</i> akan <i>shahihnya</i> hadits tersebut.</p>
Ilustrasi	<ul style="list-style-type: none"> - Awan dengan rintik hujan di tengah yang menjadi latar belakang tulisan - Awan di sudut poster - Kotak tulisan pada <i>bodyline</i>, - Ilustrasi buku di sudut kiri atas kotak tulisan. 	<p>Ilustrasi awan dengan rintik hujan yang menggambarkan tema dan judul dari poster ini. Terdapat kotak tulisan juga yang menjadi pembatas <i>bodyline</i> agar lebih terlihat dominan, kemudian terdapat pula buku yang memiliki arti ilmu pengetahuan dari apa yang telah disampaikan pada poster tersebut.</p>
Warna	<ul style="list-style-type: none"> - Latar belakang poster ini adalah warna krem sedang, - Awan menggunakan warna abu - abu tua 	<p>Warna krem sedang menandakan warna latar belakang yang lembut dan tidak mengalihkan fokus pembaca. Awan yang</p>

	<p>dengan tetesan air berwarna biru muda.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kotak tulisan menerapkan warna putih dengan isi tulisan berwarna abu abu tua. - Ilustrasi buku yang terakhir berwarna sampul coklat. 	<p>berwarna abu abu tua memiliki arti awan hujan dan ditegaskan dengan tetesan air hujan. Warna putih pada kotak tulisan menjadikan warna tulisan abu abu tua lebih dominan. Warna yang terakhir merupakan warna sampul coklat yang memiliki arti membumi dalam ilmu pengetahuan.</p>
--	---	---

Penjelasan

a. Tipografi

Postingan tersebut memiliki susunan tipografi yang menggunakan gaya huruf *Script* dengan tipe *Script Handwriting*, membuat visual tipografinya menjadi lebih luwes dan tidak terlalu kaku. *Headline* pada poster tersebut ialah “Perbanyak Doa Ketika Hujan” yang merupakan judul poster dan memiliki makna “Sebagian orang takala memperhatikan hujan, ada yang sampai gelisah. Apalagi jika turunnya hujan dirasa mengganggu aktivitasnya, mungkin ada *meeting*, janji atau yang lainnya. Sehingga yang terjadi adalah mengeluh dan mengeluh. Padahal jika kita merenung dan memahami hadits-hadits Nabi Shallallahu ‘alaihi wa Sallam, waktu hujan turun adalah saat mustajabnya doa.”

Headline dengan posisi berada paling atas dari susunan tipografi yang lain serta dengan ukuran besar yang menjadi dominan dalam poster tersebut, maka membuat *viewers* langsung terfokus pada judul.

Bodyline dalam poster memiliki isi berupa pesan yang disampaikan kepada masyarakat. Pesan “Dua doa yang tidak akan ditolak: (1) doa ketika hujan dan (2) doa ketika turunnya hujan” merupakan petikan dari isi hadits yang telah disebutkan pada bagian bawah *bodyline* . “Sumber HR. Al Hakim dan Al Baihaq. Syaikh Al albani mengatakan bahwa hadits ini hasan. Lihat

Shohihul Jaami no. 3078.” Sumber dari hadits tersebut menjelaskan bahwa hadits itu merupakan hadits hasan dan apabila masyarakat ingin mendalami lebih jauh, maka sumber dapat dilihat pada *Shohihul Jaami* no. 3078.

b. Ilustrasi

Poster ini memiliki penggambaran makna yang menarik di setiap ilustrasinya. Awan di tengah dan di setiap sudut atas poster menandakan bahwa judul yang diulas dalam poster ini terkait dengan hujan. Terdapat awan yang menonjol di tengah poster serta didukung air yang menetes dari bawah awan tersebut memiliki makna bahwa konsep dari postingan tersebut adalah tentang hujan, kemudian di sudut atas kanan dan kiri juga sebagai ilustrasi pendukung sedang adanya hujan yang dimana realitanya ketika turun hujan awan akan mengumpul di satu tempat.

Kotak tulisan juga terdapat pada bagian awan, kotak tulisan itu dimaksudkan sebagai latar belakang *bodyline* dan sebagai border antara *bodyline* dengan *background* karena bila tidak ada kotak tulisan tersebut akan menjadikan *bodyline* sulit dibaca dan pesan tidak tersampaikan dengan maksimal.

Ilustrasi buku pada sudut kiri kotak tulisan memiliki arti bahwa setiap tanda yang ada pada poster tersebut memiliki arti dan tujuan untuk menyebarkan ilmu pengetahuan.

c. Warna

Poster tersebut memiliki beberapa warna untuk membangun keselarasan agar pesan dapat tersampaikan dengan baik. Warna krem sedang pada latar belakang memiliki sifat yang terang namun tetap lembut, tidak terlalu kontras, dengan warna yang lembut *viewers* akan merasa nyaman pada saat membaca poster tersebut, kemudian terdapat warna awan yaitu abu abu tua. Abu abu tua di poster ini menandakan suasana awan yang sedang mendung dan turun hujan.

Awan dengan warna abu tua itu juga menjadi latar belakang judul dalam poster. Tulisan judul berwarna putih dan sangat kontras dengan warna abu tua pada awan sebagai latar belakangnya. Hal itu membuat keselarasan warna agar pesan yang disampaikan mudah dilihat dan harapannya mudah untuk dipahami oleh *viewers*.

Kotak tulisan berwarna putih dengan tulisan *bodyline* beserta sumber memiliki warna abu tua menjadikan percampuran dua warna itu terlihat kontras, oleh karena itu *bodyline* mudah dilihat dan mudah untuk dipahami oleh *viewers*. Ilustrasi buku pada poster tersebut memiliki warna sampul yaitu berupa coklat, warna coklat dalam sampul buku tersebut memiliki makna sebagai informasi ilmu pengetahuan yang membumi.

3. Poster Tentang Jangan *Ghibah*



Gambar 4.5

Poster Tentang Jangan *Ghibah*

Sumber : <https://www.instagram.com/p/Cm81GymLGLs/>

Poster yang memiliki format komik ini di unggah pada 3 Januari 2023, dengan jumlah *like* yang tidak diketahui oleh *viewers*. Peneliti tertarik dengan poster ini karena terlihat karakter dalam

komik ini memiliki emosi dalam pembawaannya dan mampu tersampaikan oleh penulis.

Elemen desain komunikasi visual yang terdapat dalam poster ini akan dianalisis menggunakan analisis Ferdinand de Saussure sebagai berikut:

Tabel 4.4
Penelitian pada Poster “Jangan *Ghibah*”

Elemen	Penanda	Petanda
Tipografi	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Headline</i> Post “Jangan <i>Ghibah</i>”. - Gelembung percakapan pada kotak dialog pertama oleh wanita berhijab hijau “Eh tau ngga kalo bu RT abis beli mobil? Dih gayanya belagu amat paling kredit” - Gelembung percakapan pada kotak dialog pertama sebagai respon oleh wanita berhijab merah muda “..” - Gelembung percakapan pada kotak dialog kedua oleh wanita berhijab hijau “Heran deh kok pada ga tau info terbaru sih, dasar <i>kudet</i>” 	<p><i>Headline</i> poster tersebut adalah “Jangan <i>Ghibah</i>” dengan kotak dialog pertama menunjukkan dua orang wanita yang sedang berhadapan dan mengucap kata kata yang mengandung unsur gunjingan, namun tanpa disadari wanita dengan hijab berwarna merah muda tersebut hanya diam kebingungan mendengarkan ucapan wanita hijab hijau. Sontak wanita dengan hijab berwarna hijau langsung merasa kesal dan menganggap semua orang tidak mengerti informasi terbaru dan menganggapnya kurang <i>update</i>.</p>
Ilustrasi	<ul style="list-style-type: none"> - Dua kolom dialog yang memiliki nuansa berbeda - Latar belakang Kolom pertama yang memiliki nuansa alam, didukung dengan ilustrasi awan dan pohon. - Latar belakang kolom kedua yang memiliki nuansa memanas didukung oleh ilustrasi api - Kotak dialog pertama memiliki ilustrasi dua wanita berhijab yang keduanya sedang saling berhadapan 	<p>Kotak dialog pertama menggambarkan suasana di siang hari dan terlihat ada dua orang wanita yang sedang mengobrol. Wanita berhijab hijau memiliki postur tubuh yang lebih berisi dengan wanita yang berhijab warna merah muda. Wanita berhijab hijau memulai obrolan dengan menggunjing orang lain yang memiliki kendaraan baru, dan wanita satunya hanya terdiam mendengar hal itu. Pada kolom dialog</p>

	- Kotak dialog yang kedua menggambarkan hanya karakter wanita dengan hijab berwarna hijau saja, dan digambarkan sedang berapi api	kedua terlihat wanita berhijab hijau dikelilingi ilustrasi api dan mengeluarkan raut wajah yang sedang marah, lalu mengeluarkan kata – kata dan menyalahkan orang lain karena tidak mengerti informasi terbaru.
Warna	<ul style="list-style-type: none"> - Latar belakang pada kotak dialog pertama berwarna biru - Latar belakang pada kotak dialog kedua berwarna merah hati - Karakter satu wanita berhijab hijau - Karakter dua wanita berhijab merah muda - Api pada kotak dialog pertama berwarna merah 	Latar belakang pada kotak dialog pertama berwarna biru berarti latar waktu pada kejadian tersebut ialah pada siang hari. Warna karakter pada poster tersebut dibuat berbeda agar penekanan pada karakter menjadi lebih kuat. Latar belakang pada kotak dialog kedua berwarna merah yang memiliki arti mencekam dan penuh amarah pada karakter wanita berhijab hijau. Api yang berwarna merah namun lebih muda memperkuat kondisi sebenarnya pada kotak dialog tersebut.

Penjelasan

a. Tipografi

Postingan tersebut memiliki susunan tipografi yang menggunakan gaya huruf *Script* dengan model *Script Comic*. Pada poster itu tidak menggunakan efek huruf yang mencolok. *Headline* pada poster tersebut ialah “Jangan *Ghibah*” memiliki ukuran lebih besar dari ukuran teks yang lain dan ditempatkan di luar kotak dialog.

Terdapat dua kotak dialog pada poster tersebut dimana karakter wanita dengan hijab berwarna hijau mengatakan hijau “Eh tau ngga kalo bu RT abis beli mobil? Dih gayanya belagu amat paling kredit”. Kalimat tersebut terbaca sebagai kalimat yang mengandung unsur menggunjing. Wanita berhijab hijau merasa iri hati dengan atas pencapaian orang lain, yang dalam

poster ini ialah membeli mobil baru”. Kemudian wanita dengan kerudung berwarna merah muda hanya menjawab “..” yang berarti ia terdiam berhenti tanpa berkata – kata.

Kotak dialog kedua hanya berisi wanita berhijab hijau dan mengucapkan “Heran deh kok pada ga tau info terbaru sih, dasar *kudet*”, kalimat tersebut bermakna bahwa wanita berhijab hijau merasa kesal karena tidak ada yang mengerti dengan apa yang ia bicarakan, kemudian ia menilai bahwa orang lain tidak mengetahui informasi terbaru di lingkungan sekitar, sehingga wanita itu merasa kesal dan menyalahkan orang lain.

b. Ilustrasi

Poster tersebut memiliki ilustrasi dengan format komik dengan dua orang menjadi karakter utama pada poster ini. Karakter pertama adalah wanita berhijab hijau yang memiliki postur tubuh lebih berisi dan digambarkan memiliki raut wajah yang ekspresif. Karakter yang kedua adalah wanita berhijab merah muda, dengan postur tubuh yang lebih kurus dan digambarkan memiliki raut wajah yang datar,

Kotak dialog pertama, berlatar belakang pada alam karena terlihat adanya awan dan pepohonan dibelakang karakter. Karakter wanita berhijab hijau digambarkan membuka mulut dan berbicara, namun wanita berhijab merah muda hanya terdiam dan digambarkan mulutnya tertutup. Kotak dialog kedua memiliki latar belakang yang tidak terlalu banyak ilustrasi namun lebih ke nuansa yang mencekam. Karakter wanita pada kolom dialog kedua itu terlihat seperti sedang kesal, karena postur tangannya yang mengangkat menunjuk ke arah kepala dan raut bibirnya terbuka lebar seperti sedang membentak, kemudian digambarkan juga ilustrasi api mengelilingi karakter wanita tersebut seperti sedang dibakar api amarah.

c. Warna

Warna yang ada pada poster tersebut bermacam macam dan memiliki makna yang berbeda di setiap objek ilustrasinya. Tulisan yang ada pada poster tersebut keseluruhan berwarna hitam dan setiap latar belakang pada tulisan tersebut berwarna terang seperti, latar belakang poster dan juga *bubble text* (gelembung percakapan) yang berwarna putih. Ini menunjukkan kekontrasan pada setiap elemen tulisan agar mudah dibaca dan juga dipahami.

Karakter pada poster ini hanya dua orang, yang pertama merupakan karakter wanita dengan hijab berwarna hijau dengan pakaian berwarna abu abu muda, sedangkan karakter yang kedua adalah karakter wanita juga namun dengan hijab berwarna merah muda dan berpakaian warna hitam. Untuk masing-masing karakter diberikan kode warna yang berbeda agar pengenalan karakternya bisa lebih kuat dan mudah disimpan dalam benak pembaca.

Poster ini memiliki dua kolom, dan setiap kolom memiliki nuansa warna latar belakang yang berbeda. Kolom dialog pertama memiliki nuansa warna biru pada alam siang hari, terlihat ilustrasi awan dan pepohonan serta gedung yang menghiasinya, karena seluruhnya berwarna biru, yang menjadi pembeda ialah gelap dan terangnya warna biru itu. Kolom dialog kedua memiliki nuansa warna merah yang mencekam dan menakutkan, perubahan warna yang signifikan ini dikarenakan meningkatnya emosi dari salah satu karakter yang ada pada poster tersebut, kemudian didukung dengan ilustrasi api yang mengelilingi karakter tersebut membuat emosi yang digambarkan menjadi semakin jelas.

4. Poster Orang Paling Sibuk



Gambar 4.6

Poster Orang Paling Sibuk

Sumber : https://www.instagram.com/p/Cn_kZuSsOz4/

Postingan berjudul Orang Paling Sibuk di posting pada tanggal 29 Januari 2023 dan juga merupakan postingan dengan 49 *like*. Format yang digunakan dalam poster ini ialah *Quotes* dan mengandung tema Akhlak.

Elemen desain komunikasi visual yang terdapat dalam poster ini akan dianalisis menggunakan analisis Ferdinand de Saussure sebagai berikut:

Tabel 4.5

Penelitian pada Poster “Orang Paling Sibuk”

Elemen	Penanda	Petanda
Tipografi	<ul style="list-style-type: none"> - Pada kotak tulisan paling atas terdapat tulisan “Rezaquran” - “Orang Paling Sibuk” - “Betapa menyedihkannya keadaan kita, disaat shalat pun kita menjadi orang yang paling sibuk memikirkan dunia. Padahal para salaf, 	<p>Tulisan Rezaquran pada atas poster menandakan bahwa poster tersebut di ciptakan oleh akun @rezaquran. Judul pada poster tersebut “Orang Paling Sibuk” menjadi <i>headline</i> dibuktikan dengan ukuran <i>font</i> yang lebih besar dari ukuran <i>font</i> yang lain.</p>

	<p>mereka hendak shalat, mereka meninggalkan dunia bersamaan dengan melepaskan terompah mereka diluar masjid”.</p>	<p>Isi poster tersebut adalah “Betapa menyedihkannya keadaan kita, disaat shalat pun kita menjadi orang yang paling sibuk memikirkan dunia. Padahal para salaf, mereka hendak shalat, mereka meninggalkan dunia bersamaan dengan melepaskan terompah mereka diluar masjid”, dengan posisi tepat dibawah <i>headline</i>, dan memiliki ukuran font yang lebih kecil membuat tipografi tersebut menjadi <i>bodyline</i>.</p>
Ilustrasi	<ul style="list-style-type: none"> - Karakter Jamaah dan Imam shalat - Di atas jamaah terdapat ilustrasi simbol, seperti uang, hati dan juga <i>smartphone</i> - Kabut yang menjadi latar belakang <i>bodyline</i> - Pilar dan awan pada latar belakang poster - Bayangan jamaah pada latar belakang poster 	<p>Poster tersebut memiliki ilustrasi karakter jamaah dan imam karena digambarkan dengan atribut shalat yang dipakai serta terlihat pula gerakan <i>I'tidal</i> sebagaimana dilakukan pada saat shalat. Terdapat ilustrasi simbol di atas kepala jamaah, yang menggambarkan bahwa setiap jamaah memiliki isi pikiran masing-masing, dan tidak khusyuk saat shalat. Terdapat latar belakang ilustrasi pilar dan bayangan jamaah yang menandakan sedang ada di dalam masjid. Ilustrasi awan pada poster menandakan latar waktu siang.</p>
Warna	<ul style="list-style-type: none"> - Setiap karakter memiliki warna bajunya masing-masing - Latar belakang warna kuning muda - Awan berwarna biru muda - Bayangan jamaah berwarna hijau tua 	<p>Warna pada tiap karakter yang berbeda memiliki sifat dan penguatan pada masing-masing karakter. Latar belakang berwarna kuning tua dan awan berwarna biru muda menandakan latar waktu pada poster tersebut adalah siang hari. Bayangan jamaah pada poster tersebut berwarna hijau tua karena untuk memadukan dengan kode warna pada poster.</p>

Pejelasan

a. Tipografi

Poster tersebut dalam tipografinya menggunakan *font Sans Serif*, yang memiliki sifat tegas dan mudah untuk dibaca. Sisi paling atas terdapat tulisan “rezaquran” yang menandakan bahwa poster ini merupakan ciptaan dari akun Instagram @rezaquran. *Headline* pada poster tersebut terletak persis dibawah kotak tulisan “rezaquran” yaitu “Orang Paling Sibuk”. *Headline* sekaligus judul pada poster tersebut dibuat dengan ukuran *font* lebih besar dari ukuran *font* yang lain, dan membuat persepsi seseorang saat pertama kali melihat langsung tertuju kepada judul poster tersebut.

Isi atau *bodyline* pada poster diatas adalah “Betapa menyedihkannya keadaan kita, disaat shalat pun kita menjadi orang yang paling sibuk memikirkan dunia. Padahal para salaf, mereka hendak shalat, mereka meninggalkan dunia bersamaan dengan melepaskan terompah mereka diluar masjid”. Hal itu ditunjukan dari posisi dan ukuran dari kalimat tersebut. Posisi berada tepat dibawah judul dengan ukuran tulisan lebih kecil, membuat orang yang melihat poster tersebut menjadikan kalimat ini opsi kedua setelah membaca judul.

b. Ilustrasi

Karakter yang digambarkan pada poster tersebut yaitu seorang imam dengan jamaah di belakangnya, menandakan bahwa latar suasana pada poster itu ialah sedang menjalankan ibadah shalat, namun diatas kepala dari masing-masing jamaah terdapat ilustrasi simbol yang menandakan masing-masing isi pikiran dari dalam kepala para jamaah. Simbol – simbol tersebut memiliki arti, antara lain : uang, yang menandakan orang tersebut sedang memikirkan materi duniawi berupa uang, kemudian simbol hati yang menandakan urusan percintaan dan simbol

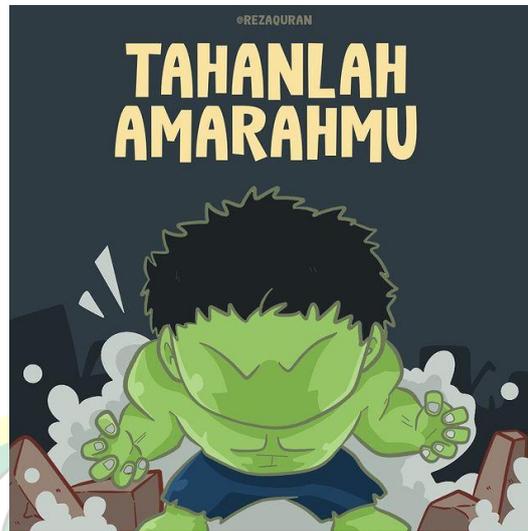
smartphone yang menandakan urusan komunikasi yang belum usai. Ilustrasi pada latar belakang menunjukkan adanya pilar bangunan masjid yang mendukung suasana latar tempat pada poster tersebut, kemudian juga terdapat awan cerah yang menandakan bahwa latar belakang pada poster tersebut adalah siang hari.

c. Warna

Warna yang digunakan dalam poster ini ialah warna yang tidak terlalu kontras atau lembut, dan memiliki kesatuan yang menyatu antara warna satu dengan warna lainnya, salah satu contohnya ialah pewarnaan pada setiap karakter yang berbeda warna baju dan atributnya. Setiap perbedaan pada warna karakter ditujukan untuk penguatan peran di setiap karakter agar mudah dikenali dan tidak tercampur dengan ilustrasi karakter yang lain.

Penggunaan warna pada latar belakang poster tersebut ialah dengan warna yang lembut agar penonton tidak merasa lelah dalam memahami isi dari poster, terdapat pilar berwarna kuning muda dan langit berwarna biru muda menandakan latar waktu pada poster tersebut adalah siang hari. Bayangan pada latar belakang berwarna hijau gelap yang menandakan bahwa ada banyak jamaah di belakang empat karakter yang menonjol. Pemilihan warna hijau tua ini guna agar selaras dengan warna pada tema dalam poster tersebut.

5. Poster Tahanlah Amarahmu



Gambar 4.7

Poster Tahanlah Amarahmu

Sumber : <https://www.instagram.com/p/Coiy5QWBTDd/>

Postingan berjudul “Tahanlah Amarahmu” di posting pada tanggal 12 Februari 2023 dan juga merupakan postingan dengan 369 *like*. Format yang digunakan dalam poster ini ialah *Quotes* dan mengandung tema Aqidah.

Elemen desain komunikasi visual yang terdapat dalam poster ini akan dianalisis menggunakan analisis Ferdinand de Saussure sebagai berikut:

Tabel 4.6

Penelitian pada Poster “Tahanlah Amarahmu”

Elemen	Penanda	Petanda
Tipografi	- Tahanlah Amarahmu	Kalimat dengan ukuran yang besar “Tahanlah Amarahmu” adalah judul dan <i>headline</i> , serta menjadi satu satunya elemen tipografi pada poster ini. Kalimat tersebut memiliki ungkapan perintah untuk menahan emosi saat marah.

Ilustrasi	<ul style="list-style-type: none"> - Karakter manusia berotot berwarna hijau - Bongkahan bangunan yang hancur dan debu yang berterbangan - Latar belakang bangunan 	<p>Karakter manusia berotot tersebut terlihat seperti karakter dalam serial <i>Marvel Cinematic Universe</i> yaitu Hulk, yaitu seorang profesor cerdas yang terkena radiasi dari zat <i>gamma</i> yang menjadikan tubuh dan pikirannya tidak dapat dikendalikan. Bongkahan bangunan yang hancur dan debu yang berterbangan menandakan kesabaran dalam kendali emosi tidak kokoh dan mudah runtuh. Latar belakang memiliki siluet bayangan bongkahan gedung yang menandakan bahwa banyak tembok kesabaran yang telah runtuh. Ilustrasi debu digambarkan pada belakang karakter yang menandakan bahwa runtuhnya bangunan itu memiliki efek buruk di sekitarnya.</p>
Warna	<ul style="list-style-type: none"> - Latar belakang abu abu tua - Karakter manusia berotot berwarna hijau - Bongkahan batu dengan warna garis luar merah tua - Asap abu muda pada belakang karakter 	<p>Karakter Manusia berwarna hijau memiliki simbol pemarah dalam cerita <i>Marvel Cinematic Universe</i> yaitu Hulk. Bongkahan gedung berwarna abu muda dengan garis tepi berwarna merah menandakan ilustrasi batu bata dan semen yang telah hancur. Warna asap yang berada dibelakang karakter berwarna abu muda yang menandakan bahwa itu adalah debu hasil runtuhnya puing puing bangunan,</p>

Pejelasan

a. Tipografi

Poster tersebut memiliki tipografi dengan jenis *font Sans Serif* yang memberikan nuansa tegas. Elemen Tipografi dalam poster ini sangat minim dan hanya terdapat pada judul, yaitu

“Tahanlah Amarahmu”. Ukuran yang besar serta posisi yang berada pada bagian atas poster menjadikan tulisan sebagai *headline* pada poster tersebut. Kalimat itu memiliki arti bahwa sebagai seorang muslim hendaknya untuk selalu menjaga tembok kesabarannya agar amarah dan emosi yang ada didalam dirinya tidak keluar dan menghancurkan segalanya.

b. Ilustrasi

Karakter yang digunakan pada poster tersebut ialah Hulk, sebuah karakter yang berasal dari cerita *Marvel Cinematic Universe*, berasal dari seorang profesor jenius yang terkena radiasi *gamma* dan membuat ia berubah menjadi makhluk yang pemaarah dan tidak dapat mengendalikan emosinya. Sekeliling karakter Hulk terdapat bangunan yang telah runtuh, hal ini menandakan bahwa sifat pemaarah pada diri seseorang dapat timbul dari bangunan iman yang tidak kokoh dan mudah hancur apabila didobrak oleh sifat amarah. Latar belakang pada poster tersebut seperti bayangan bangunan yang telah hancur, menandakan bahwa telah banyak keimanan yang masih belum kokoh dan sangat mudah untuk dihancurkan oleh sikap amarah.

c. Warna

Warna yang digunakan dalam poster ini ialah warna yang lembut dan tidak terlalu kontras, dibuktikan dengan setiap objek memiliki garis tepi yang tidak terlalu terlihat dan juga kecerahan warna yang tidak terlalu tinggi. Warna pada karakter poster ini ialah hijau yang memperkuat makna bahwa karakter tersebut merupakan Hulk, sosok pemaarah dari serial *Marvel*. Terdapat bongkahan berwarna abu muda yang berarti semen dengan garis tepi berwarna merah yang berarti batu bata di sekeliling Hulk, hal itu menandakan terdapat bangunan yang telah dihancurkan oleh karakter tersebut. Latar belakang berwarna biru tua menandakan

latar waktu yaitu malam dan memiliki nuansa yang suram serta mencekam.

6. Poster Kenalilah Musuhmu



Gambar 4.8
Poster Kenalilah Musuhmu

Sumber : <https://www.instagram.com/p/CooekAEL9vF/>

Postingan berjudul “Kenalilah Musuhmu” di posting pada tanggal 14 Februari 2023 dan memiliki 21 *like*. Format yang digunakan dalam poster ini ialah Petikan Ayat Al-Qur’an dan mengandung tema Akhlak.

Elemen desain komunikasi visual yang terdapat dalam poster ini akan dianalisis menggunakan analisis Ferdinand de Saussure sebagai berikut:

Tabel 4.7
Penelitian pada Poster “Kenalilah Musuhmu”

Elemen	Penanda	Petanda
Tipografi	<ul style="list-style-type: none"> - “Kenalilah Musuhmu” - “Iblis berkata “Karena Engkau telah menghukum saya tersesat, saya benar-benar akan (menghalang-halangi) mereka dari jalan 	<p>“Kenalilah Musuhmu” merupakan kalimat dengan ukuran yang lebih besar dari kalimat lain dan ada pada bagian atas isi poster, hal ini menandakan bahwa kalimat</p>

	<p>Engkau yang lurus. Kemudian saya akan mendatangi mereka dari muka dan dari belakang mereka, dari kanan dan dari kiri mereka, dan Engkau tidak akan mendapati mereka bersyukur (taat)'''</p> <p>- "(QS. Al-A'raf: 16 – 17)"</p>	<p>ini ialah Judul pada poster. Arti dari judul ini ialah bahwa sebagai seorang muslim baiknya mengetahui dalam hidup akan selalu ada godaan-godaan iblis yang datang, dan hendaknya seorang muslim menjaga daripada hal tersebut. Terdapat isi poster berupa "</p> <p>"Iblis berkata "Karena Engkau telah menghukum saya tersesat, saya benar-benar akan (menghalang-halangi) mereka dari jalan Engkau yang lurus. Kemudian saya akan mendatangi mereka dari muka dan dari belakang mereka, dari kanan dan dari kiri mereka, dan Engkau tidak akan mendapati mereka bersyukur (taat)''' dan dilanjutkan dengan "(QS. Al-A'raf: 16 – 17)" yang menandakan bahwa kalimat isi poster tersebut tertuang pada Al-Qur'an dan betul memang adanya.</p>
<p>Ilustrasi</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Karakter bertanduk. - Kertas yang ditempel dengan selotip sebagai latar belakang tipografi. - Papan yang ditujukan sebagai papan tulis untuk menempelkan kertas. 	<p>Ilustrasi yang menonjol pada poster ini ialah karakter dengan tanduk dan tulang pelipis diatas mata yang berkerut serta melayang seperti asap menandakan bahwa ilustrasi karakter tersebut ialah iblis yang tertuang pada kalimat isi poster. Kertas yang menjadi latar belakang tipografi isi poster agar terlihat seperti gulungan kertas yang ditempelkan pada selembur papan sebagai media untuk tempat menempelnya.</p>
<p>Warna</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Warna merah pada karakter iblis. 	<p>Warna yang menjadi pusat perhatian pada poster ini ialah warna merah. Warna merah pada karakter</p>

	<ul style="list-style-type: none"> - Warna krem dengan garis tepi coklat tua pada judul. - Warna coklat muda pada kertas. - Warna hijau pada papan latar belakang kertas. - Warna abu-abu tua pada latar belakang poster. 	<p>ilustrasi iblis memiliki makna kejam, jahat dan berbahaya. Terdapat pula tipografi judul yang berwarna krem, warna ini bersifat mencerahkan namun tidak terlalu kontras, garis coklat tua pada sisinya bersifat sebagai penekanan dari warna krem yang bersifat lebih lembut. Warna coklat muda terdapat pada lembar kertas memiliki arti keaslian pada tekstur kertas yang diterapkan. Warna hijau pada papan latar belakang kertas dan warna abu-abu tua pada poster, diterapkan untuk menciptakan keseimbangan sebuah desain poster agar sesuai dengan tema warna desain.</p>
--	---	---

Pejelasan

a. Tipografi

Karakter huruf yang digunakan pada judul poster ini ialah *Style Comic* dengan tampilan Huruf Kapital (*Uppercase*) dan pada isi poster menggunakan karakter huruf *Sans Serif*. Judul “Kenalilah Musuhmu” menggunakan tampilan Huruf Kapital yang bersifat tegas dan juga memiliki penekanan yang kuat, serta didukung dengan ukurannya yang besar membuat judul ini memiliki daya tarik yang tinggi oleh pembaca. Tampilan kalimat isi pada poster menggunakan huruf *Sans Serif* agar mudah dibaca dan dapat tersampaikan pada pembaca. Memiliki isi “Iblis berkata “Karena Engkau telah menghukum saya tersesat, saya benar-benar akan (menghalang-halangi) mereka dari jalan Engkau yang lurus. Kemudian saya akan mendatangi mereka dari muka dan dari belakang mereka, dari kanan dan dari kiri mereka, dan Engkau tidak akan mendapati mereka bersyukur (taat)”” bermakna peringatan yang tegas dari ucapan iblis kepada umat

manusia, dan perkataan iblis tersebut tertuang pada Al-Qur'an ditandai dengan "(QS. Al-A'raf: 16 – 17)" menandakan bahwa isi poster ini benar adanya.

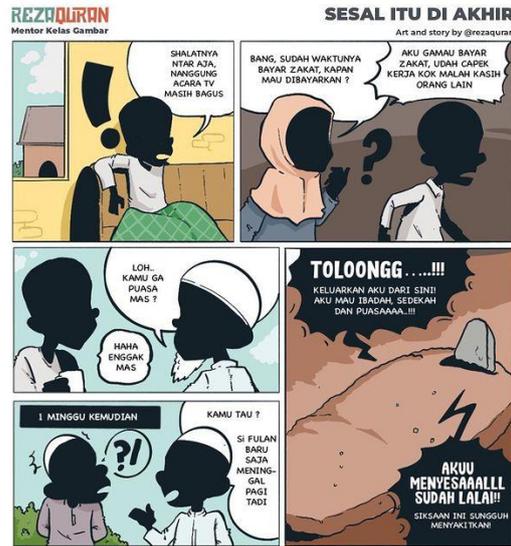
b. Ilustrasi

Ilustrasi yang digunakan pada poster ini ialah sebagai pendukung dari kalimat yang ada pada isi poster. Karakter yang ditonjolkan pada poster ini terlihat seperti manusia dengan tanduk dan tulang pelipis diatas mata yang berkerut serta melayang dengan bagian bawah tubuhnya seperti asap menandakan bahwa ilustrasi karakter tersebut ialah iblis yang tertuang pada kalimat isi poster. Kertas yang menjadi latar belakang tipografi isi poster juga terlihat seperti gulungan kertas yang ditempelkan dengan selotip pada selembur papan sebagai media untuk tempat menempelnya.

c. Warna

Poster ini memiliki *tone* warna lembut ditandai dengan sifat kecerahan warna yang tidak terlalu kontras. Terdapat warna yang menjadi pusat perhatian pada poster ini yaitu warna merah. Warna merah pada karakter ilustrasi iblis memiliki makna kejam, jahat dan berbahaya, hal ini bermakna bahwa sesungguhnya tipu daya iblis dan setan sangatlah berbahaya. Terdapat pula tipografi judul yang berwarna krem, warna ini bersifat mencerahkan namun tidak terlalu kontras, garis cokelat tua pada sisinya bersifat sebagai penekanan dari warna krem yang bersifat lebih lembut. Warna cokelat muda terdapat pada lembar kertas memiliki arti keaslian pada tekstur kertas yang diterapkan. Warna hijau pada papan latar belakang kertas dan warna abu-abu tua pada poster, diterapkan untuk menciptakan keseimbangan sebuah desain poster agar sesuai dengan tema warna desain, juga menekankan isi pada poster karena warna yang digunakan bersifat gelap.

7. Poster Sesal Itu Di Akhir



Gambar 4.9

Poster Sesal Itu Di Akhir

Sumber : <https://www.instagram.com/p/Cpo5w28LFPo/>

Postingan berjudul Sesal Itu Di Akhir di posting pada tanggal 11 Maret 2023 dengan *like* yaitu 229 *like*, terhitung pada bulan Juni 2023. Format yang digunakan dalam poster ini ialah Komik dan mengandung tema Syariat.

Elemen desain komunikasi visual yang terdapat dalam poster ini akan dianalisis menggunakan analisis Ferdinand de Saussure sebagai berikut:

Tabel 4.8

Penelitian pada Poster “Sesal Itu Di Akhir”

Elemen	Penanda	Petanda
Tipografi	<ul style="list-style-type: none"> - “Sesal Itu Di Akhir” - Panel 1 : <ul style="list-style-type: none"> - Seorang Wanita bertanya: “Bang, sudah waktunya bayar zakat, kapan mau dibayarkan?” 	<p>Kalimat “Sesal Itu Di Akhir” berada pada pojok kanan atas poster yang menjadikannya Judul pada poster ini. Panel 1, terlihat Seorang Wanita bertanya kepada Fulan: “Bang, sudah waktunya bayar zakat,</p>

	<ul style="list-style-type: none"> - Fulan menjawab: “Aku gamau bayar zakat, udah capek kerja kok malah kasih orang lain” - Panel 2 <ul style="list-style-type: none"> - Fulan berkata: “Shalatnya antar aja, nanggung acara TV masih bagus” - Panel 3 <ul style="list-style-type: none"> - Pria memakai peci bertanya: “Loh.. Kamu ga puasa mas?” - Fulan menjawab: “Haha enggak mas” - Panel 4 <ul style="list-style-type: none"> - “1 minggu kemudian” - Dua orang memakai peci, yang satu berkata “Kamu tau?, si Fulan baru saja meninggal pagi tadi” dan satu orangnya lagi menjawab “?!” - Panel 5 <ul style="list-style-type: none"> - “Toloong.....!!!, keluarkan aku dari sini! Aku mau ibadah, sedekah dan puasaaaa..!!!” - “Aku menyesaaalll sudah lalai!! Siksaan ini sungguh menyakitkan!” 	<p> kapan mau dibayarkan?” menandakan bahwa wanita itu menagih kewajiban Fulan untuk membayar zakat, kemudian Fulan menjawab “Aku gamau bayar zakat, udah capek kerja kok malah kasih orang lain” menandakan bahwa ia menolak untuk membayar zakat karena di nilai sia-sia memberikan rezekinya kepada orang lain. Panel 2, Fulan mengatakan pada dirinya sendiri bahwa “Shalatnya antar aja, nanggung acara TV masih bagus” menandakan ia menunda shalat hanya karena sedang menonton acara tv kesukaannya. Panel 3, Pria berpeci bertanya kepada Fulan: “Loh.. Kamu ga puasa mas?” menanyakan puasa wajib bulan Ramadhan pada Fulan, kemudian Fulan menjawab: “Haha enggak mas” menandakan bahwa ia tidak berpuasa tanpa ada halangan apapun, terdapat pula nada ketawa yang menandakan ia tak malu untuk tidak berpuasa. Panel 4, diawali kalimat “1 minggu kemudian” yang menandakan waktu telah berlalu. Terdapat seseorang memberi kabar “Kamu tau?, si Fulan baru saja meninggal pagi tadi” yang berarti Fulan telah meninggal, sontak jawaban pria yang satu hanya menjawab “?!” yang berarti terkejut dan tak bisa berkata apa-apa lagi. Panel 5, digambarkan terdapat suara “Toloong.....!!!, keluarkan aku dari sini! Aku mau</p>
--	---	--

		<p>ibadah, sedekah dan puasaaaa..!!!” dari dalam kuburan, kemudian dilanjutkan dengan kalimat “Aku menyesaaalll sudah lalai!! Siksaan ini sungguh menyakitkan!” yang menandakan itu Fulan yang sedang dihukum atas kelalaiannya meninggalkan ibadah wajib di dunia, ia terlihat menjerit kesakitan dinilai dari penggunaan huruf sama berjejeran yang panjang juga simbol yang berlebihan pada panel tersebut.</p>
<p>Ilustrasi</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Panel 1 : <ul style="list-style-type: none"> - Seorang Wanita dengan hijab - Seorang Pria bernama Fulan - Tanda “?” - Panel 2 <ul style="list-style-type: none"> - Fulan sedang duduk di sofa dalam rumah - Jendela rumah - Pemandangan luar rumah - Tanda “!” - Panel 3 <ul style="list-style-type: none"> - Pria dengan peci dan berjenggot putih - Fulan yang sedang memegang gelas - Latar belakang terdapat awan-awan - Panel 4 <ul style="list-style-type: none"> - Pria dengan Peci kesatu - Pria dengan Peci kedua - Latar belakang rumput - Panel 5 <ul style="list-style-type: none"> - Segunduk tanah dengan batu nisan di atasnya 	<p>Terdapat 5 kotak panel pada poster tersebut. Panel 1, terdapat Seorang Wanita dengan hijab bertanya ditandai dengan simbol “?” Kemudian terdapat seorang Pria bernama Fulan yang merespons wanita tersebut dengan <i>gesture</i> biasa saja. Panel 2, diilustrasikan karakter Fulan yang sedang di dalam rumah dan duduk diatas sofa. Ilustrasi jendela yang terbuka menampilkan pemandangan luar rumah, kemudian terdapat tanda “!” besar menjorok ke luar rumah menandakan bahwa ada suara adzan yang menandai waktu shalat. Panel 3, terdapat 2 karakter yaitu karakter pria berjenggot menggunakan peci yang sedang bertanya kepada Fulan puasa atau tidak, kemudian Fulan menjawab dengan santai sambil memegang gelas di tangan kanannya. Latar belakang awan menandakan bahwa sedang siang hari. Panel 4.terdapat 2 orang pria berpeci yang sedang</p>

		membicarakan masalah tertentu ditandai dengan postur tubuh yang saling berhadapan dan mimik wajah seperti sedang berbicara. Panel 5, terlihat segunduk tanah yang menandakan itu ialah kuburan ditegaskan dengan batu nisan di atasnya.
Warna	<ul style="list-style-type: none"> - Warna putih pada latar belakang poster - Warna kulit hitam pada penggambaran setiap diri karakter - Panel 1 : <ul style="list-style-type: none"> - Warna merah muda pada hijab wanita - Warna putih kemeja Fulan - Panel 2 <ul style="list-style-type: none"> - Fulan memakai sarung berwarna hijau dan kaos putih - Tembok berwarna kuning - Warna coklat pada sofa - Warna biru pada langit, hijau pada semak, merah pada rumah - Panel 3 <ul style="list-style-type: none"> - Warna putih pada peci dan <i>koko</i> seorang pria - Warna biru pada langit - Panel 4 <ul style="list-style-type: none"> - Warna <i>koko</i> pria kesatu berwarna biru muda - Warna <i>koko</i> pria kedua berwarna ungu - Panel 5 <ul style="list-style-type: none"> - Warna coklat pada gundukan tanah - Warna abu-abu pada batu nisan. - Warna krem pada tipografi dialog. 	<p>Warna putih pada latar belakang poster bermakna format yang digunakan ialah <i>Meme</i>. Warna kulit hitam pada penggambaran setiap diri karakter merupakan tema pada poster tersebut. Panel 1, Warna merah muda pada hijab wanita menandakan sifat kasih sayang dan kelembutan, serta Warna putih pada kemeja Fulan menandakan kepolosan dan ke tidak tahunya. Panel 2, Fulan memakai sarung berwarna hijau yang menandakan sehat dan natural dan kaos putih menandakan kepolosannya. Tembok berwarna kuning memiliki arti cerah pada siang hari dikuatkan dengan Warna biru pada langit, hijau pada semak, merah pada rumah yang terlihat membuat latar waktu pada panel tersebut ialah siang hari. Warna coklat pada sofa memiliki arti membumi dan nyaman. Panel 3, Warna putih pada peci dan <i>koko</i> seorang pria bermakna suci dan menyebarkan kebaikan. Warna biru pada langit menandakan bahwa latar waktu pada panel tersebut ialah siang hari. Panel 4, Warna <i>koko</i> pria kesatu berwarna biru muda</p>

		bermakna amanah dan tenang. Warna <i>koko</i> pria kedua berwarna ungu yang bermakna ketidaktahuan. Panel 5, Warna coklat pada gundukan tanah memberi kesan asli bertekstur tanah. Warna abu-abu pada batu nisan bermakna asli juga bertekstur batu dan warna krem pada tulisan memberi kesan pembeda dengan karakter tulisan lain dan menjadi penekanan pada isi dalam komik.
--	--	--

Penjelasan

a. Tipografi

Kalimat “Sesal Itu Di Akhir” berada pada pojok kanan atas poster yang menjadikannya Judul pada poster. Karakter huruf yang digunakan pada judul poster ini ialah *Sans Serif* yang bersifat tegas dan mudah dibaca, kemudian pada isi dialog pada komik menggunakan front *Comic Sans*, yang bersifat santai dan nyaman untuk dibaca, dan yang terakhir terdapat pada bagian panel akhir yaitu karakter *Comic Sans* juga, namun memiliki karakteristik lebih tebal dan menonjol.

Panel 1, terlihat Seorang Wanita bertanya kepada Fulan: “Bang, sudah waktunya bayar zakat, kapan mau dibayarkan?” menandakan bahwa wanita itu menagih kewajiban Fulan untuk membayar zakat, kemudian Fulan menjawab “Aku gamau bayar zakat, udah capek kerja kok malah kasih orang lain” menandakan bahwa ia menolak untuk membayar zakat karena di nilai sia-sia memberikan rezekinya kepada orang lain.

Panel 2, Fulan mengatakan pada dirinya sendiri bahwa “Shalatnya antar aja, nanggung acara TV masih bagus” menandakan ia menunda shalat hanya karena sedang menonton acara tv kesukaannya.

Panel 3, Pria berpeci bertanya kepada Fulan: “Loh.. Kamu ga puasa mas?” menanyakan puasa wajib bulan Ramadhan pada Fulan, kemudian Fulan menjawab: “Haha enggak mas” menandakan bahwa ia tidak berpuasa tanpa ada halangan apapun, terdapat pula nada ketawa yang menandakan ia tak malu untuk tidak berpuasa.

Panel 4, diawali kalimat “1 minggu kemudian” yang menandakan waktu telah berlalu. Terdapat seseorang memberi kabar “Kamu tau?, si Fulan baru saja meninggal pagi tadi” yang berarti Fulan telah meninggal, sontak jawaban pria yang satu hanya menjawab “?!” yang berarti terkejut dan tak bisa berkata apa-apa lagi.

Panel 5, digambarkan terdapat suara “Toloongg.....!!!, keluarkan aku dari sini! Aku mau ibadah, sedekah dan puasaaaa..!!!” dari dalam kuburan, kemudian dilanjutkan dengan kalimat “Aku menyesaaa!!! sudah lalai!! Siksaan ini sungguh menyakitkan!” yang menandakan itu Fulan yang sedang dihukum atas kelalaiannya meninggalkan ibadah wajib di dunia, ia terlihat menjerit kesakitan dinilai dari penggunaan huruf sama berjejeran yang panjang juga simbol yang berlebihan pada panel tersebut.

b. Ilustrasi

Poster dengan 5 kotak panel yang berbeda menjadikan bahwa penelitian yang digunakan adalah meneliti setiap detail pada bagian panel, masing-masing detail ilustrasi pada setiap panel sebagai berikut. Panel 1, terdapat Seorang Wanita dengan ijab bertanya ditandai dengan simbol “?” Kemudian terdapat seorang Pria bernama Fulan yang merespons wanita tersebut dengan *gesture* biasa saja. Panel 2, diilustrasikan karakter Fulan yang sedang di dalam rumah dan duduk di atas sofa. Ilustrasi jendela yang terbuka menampakkan pemandangan luar rumah,

kemudian terdapat tanda “!” besar menjorok ke luar rumah menandakan bahwa ada suara adzan yang menandai waktu shalat.

Panel 3, terdapat 2 karakter yaitu karakter pria berjenggot menggunakan peci yang sedang bertanya kepada Fulan puasa atau tidak, kemudian Fulan menjawab dengan santai sambil memegang gelas di tangan kanannya. Latar belakang awan menandakan bahwa sedang siang hari. Panel 4, terdapat 2 orang pria berpeci yang sedang membicarakan Fulan yang telah meninggal ditandai dengan postur tubuh yang saling berhadapan dan salah satu dari mereka merasa terkejut.

Panel Akhir, pada panel yang terakhir ini terlihat segunduk tanah yang menandakan itu ialah kuburan ditegaskan dengan batu nisan di atasnya, yang menandakan bahwa Fulan sudah meninggal

c. Warna

Warna putih pada latar belakang poster bermakna format yang digunakan ialah *Meme*. Warna kulit hitam pada penggambaran setiap diri karakter merupakan tema pada poster tersebut. Poster tersebut menggunakan warna yang cukup kontras karena ditandai dengan warna hitam gelap yang berlebih dan masing-masing ilustrasi memiliki garis tepi berwarna hitam.

Panel 1, Warna merah muda pada hijab wanita menandakan sifat kasih sayang dan kelembutan, serta Warna putih pada kemeja Fulan menandakan kepolosan dan ke tidak tahuannya. Panel 2, Fulan memakai sarung berwarna hijau yang menandakan sehat dan natural dan kaos putih menandakan kepolosannya. Tembok berwarna kuning memiliki arti cerah pada siang hari dikuatkan dengan Warna biru pada langit, hijau pada semak, merah pada rumah yang terlihat membuat latar waktu pada panel tersebut ialah siang hari. Warna coklat pada sofa memiliki arti membumi dan nyaman.

Panel 3, Warna putih pada peci dan *koko* seorang pria bermakna suci dan menyebarkan kebaikan. Warna biru pada langit menandakan bahwa latar waktu pada panel tersebut ialah siang hari. Panel 4, Warna *koko* pria kesatu berwarna biru muda bermakna amanah dan tenang. Warna *koko* pria kedua berwarna ungu yang bermakna ketidaktahuan.

Panel Akhir, Warna coklat pada gundukan tanah memberi kesan asli bertekstur tanah. Warna abu-abu pada batu nisan bermakna asli juga bertekstur batu dan warna krem pada tulisan memberi kesan pembeda dengan karakter tulisan lain dan menjadi penekanan pada isi dalam komik.

8. Poster Terlambat Sadar



Gambar 4.10

Poster Terlambat Sadar

Sumber : https://www.instagram.com/p/CqW_p6nLavy/

Postingan berjudul “Terlambat Sadar” di posting pada tanggal 29 Maret 2023 dan juga merupakan postingan dengan 220 *like*. Format yang digunakan dalam poster ini ialah *Quotes* dan mengandung tema Aqidah.

Elemen desain komunikasi visual yang terdapat dalam poster ini akan dianalisis menggunakan analisis Ferdinand de Saussure sebagai berikut:

Tabel 4.9
Penelitian pada Poster “Terlambat Sadar”

Elemen	Penanda	Petanda
Tipografi	<ul style="list-style-type: none"> - “Terlambat Sadar” - “Manusia bila dapat sedikit, dia minta banyak.. Bila dapat banyak, dia mau lebih banyak.. Bila kehilangan, Barulah dia sadar bahwa, SEDIKIT ITU SUDAH CUKUP” - “Life” di layar laptop. 	<p>“Terlambat Sadar” memiliki penempatan pada pojok kanan atas poster yang menandakan bahwa kalimat tersebut adalah judul. Kalimat tersebut dimaknai sebagai dampak dari perasaan yang kurang bersyukur akan pencapaian pada suatu hal. Isi poster “Manusia bila dapat sedikit, dia minta banyak.. Bila dapat banyak, dia mau lebih banyak.. Bila kehilangan, Barulah dia sadar bahwa, SEDIKIT ITU SUDAH CUKUP” dimaknai sebagai contoh atas kurangnya rasa bersyukur sebagai manusia, karena merasa selalu memiliki kekurangan, hingga pada akhirnya manusia terlambat untuk sadar bahwa rasa sedikit saja sudah cukup. Terdapat laptop dengan tulisan “Life” dan memiliki ilustrasi <i>loading</i> yang bermakna manusia hidup hanya menunggu waktu, dan berpesan bahwa sedikit saja sebenarnya sudah lebih dari cukup.</p>
Ilustrasi	<ul style="list-style-type: none"> - Karakter lelaki berambut keriting panjang dan berkumis sedang duduk di meja bersanding laptop. - Tumpukan buku serta kertas di atas meja. - Laptop yang menyala dan terlihat indikator. 	<p>Ilustrasi yang menonjol ialah karakter lelaki yang sedang bersandingan dengan laptop, menandakan bahwa sedang pada situasi bekerja. Terdapat tumpukan buku dan juga kertas yang berada disampingnya, hal</p>

	- Latar belakang ruang kerja.	ini memperkuat bahwa ia sedang bekerja. Tampilan “Life” pada layar memiliki arti menunggu waktu hidup yang sebentar lagi akan usai. Latar tempat pada kantor ditandai dengan latar belakang memiliki bidang yang seperti bilik meja kantor.
Warna	<ul style="list-style-type: none"> - Warna putih pada latar belakang poster. - Warna abu-abu pada latar belakang panel. - Warna kuning muda pada meja kerja. 	Warna putih pada latar belakang poster bermakna bahwa poster ini memiliki format komik ditandai adanya panel pada isi poster. Warna abu abu pada <i>background</i> panel memiliki arti latar belakang yang gelap dan tidak menjadi fokus pada penyampaian isi poster. Warna pakaian karakter yang berwarna abu-abu tua dengan garis berwarna hijau muda memiliki arti bahwa pria tersebut sedang ada pada fase gelisah dan pasrah. Warna kuning muda pada meja menjadikan poster ini memiliki keseimbangan karena memiliki dominan warna gelap, maka harus diimbangi dengan warna yang lebih cerah.

Pejelasan

a. Tipografi

Kalimat “Terlambat Sadar” memiliki penempatan pada pojok kanan atas poster yang menandakan bahwa kalimat tersebut adalah judul. Penggunaan karakter huruf pada judul ini ialah menggunakan *Sans Serif*, dibuktikan dengan tampilan yang tegas dan sejajar pada masing-masing hurufnya. Kalimat tersebut dimaknai sebagai dampak dari perasaan yang kurang bersyukur akan pencapaian pada suatu hal. Isi poster “Manusia bila dapat sedikit, dia minta banyak.. Bila dapat banyak, dia mau lebih

banyak.. Bila kehilangan, Barulah dia sadar bahwa, **SEDIKIT ITU SUDAH CUKUP**” menggunakan huruf *Sans Serif* pula, namun dengan gaya *Rounded* yang memiliki siku pada setiap huruf yang tumpul. Makna pada isi poster yaitu sebagai contoh atas kurangnya rasa bersyukur seseorang sebagai manusia, karena merasa selalu memiliki kekurangan, hingga pada akhirnya manusia tersebut terlambat untuk sadar bahwa rasa sedikit saja sudah cukup. Terdapat laptop dengan tulisan “Life” dan memiliki ilustrasi *loading* yang bermakna manusia hidup hanya menunggu waktu, dan berpesan bahwa sedikit saja sebenarnya sudah lebih dari cukup.

b. Ilustrasi

Ilustrasi yang menonjol ialah karakter lelaki dengan rambut keriting panjang dan berkumis sedang duduk di meja bersandingan laptop. Terdapat tumpukan buku dan juga kertas yang berada di sampingnya, dengan laptop yang menyala pria itu terlihat melamun melihat kertas yang hampir jatuh dari atas meja. Ilustrasi tersebut apabila disatukan akan bermakna seorang pria yang sedang bekerja bersandingan dengan laptopnya yang memiliki tampilan “Life” dan indikator *Loading* dengan bentuk batang yang memiliki arti menunggu waktu hidup yang selalu berjalan dan terlihat bahwa sebentar lagi akan usai. Seketika pria itu melamun merenungi kembali apa yang telah ia raih dan apa yang telah ia lewatkan, serta ia sadar bahwa banyak hal yang seharusnya ia syukuri pada setiap hal yang datang kepada dirinya, hal ini terjadi karena sifat manusiawi yang selalu merasa kurang puas. Latar tempat pada kantor ditandai dengan latar belakang memiliki bidang yang seperti bilik meja kantor.

c. Warna

Warna yang digunakan pada setiap detail Poster ini hampir mendekati Netral (Putih, Abu-abu, Hitam), serta memiliki

warna yang terlihat pucat dan tidak segar. Warna putih pada latar belakang poster bermakna bahwa poster ini memiliki format komik ditandai adanya panel pada isi poster. Warna abu-abu pada *background* panel memiliki arti latar belakang yang gelap dan tidak menjadi fokus pada penyampaian isi poster. Warna pakaian karakter yang berwarna abu-abu tua dengan garis berwarna hijau muda memiliki arti bahwa pria tersebut sedang ada pada fase gelisah dan pasrah. Warna kuning muda pada meja menjadikan poster ini memiliki keseimbangan karena memiliki dominan warna gelap, maka harus diimbangi dengan warna yang lebih cerah.

9. Poster Fitnah Media Sosial



Gambar 4.11

Poster Fitnah Media Sosial

Sumber : <https://www.instagram.com/p/CqzJ2q8ryc2/>

Postingan berjudul Fitnah Media Sosial di posting pada tanggal 9 April 2023 merupakan postingan dengan 988 *like* dan 1 komentar. Format yang digunakan dalam poster ini ialah *Quotes* dan mengandung tema Akhlak.

Elemen desain komunikasi visual yang terdapat dalam poster ini akan dianalisis menggunakan analisis Ferdinand de Saussure sebagai berikut:

Tabel 4.10
Penelitian pada Poster “Fitnah Media Sosial”

Elemen	Penanda	Petanda
Tipografi	<ul style="list-style-type: none"> - “Bagus..! Konten Kali ini tembus 100 ribu tayangan” - “Rasa Malu” - “<i>Tabarruj</i>” 	<p>Poster tersebut memiliki tipografi seseorang yang sedang berbicara sendiri dan diperlihatkan kalimat “Bagus! Konten Kali ini tembus 100 ribu tayangan” yang berada di dalam <i>bubble chat</i>. Di sampingnya terdapat tempat sampah yang berisi kardus bertuliskan “Rasa Malu & <i>Tabarruj</i>”, hal ini menandakan bahwa rasa malu dan <i>tabarruj</i> sudah tidak berguna dan dilupakan begitu saja oleh karakter tersebut. Karakter itu juga dikelilingi oleh tulisan “<i>Syut</i>” yang merupakan efek suara yang ditimbulkan dari sebuah tipografi.</p>
Ilustrasi	<ul style="list-style-type: none"> - Karakter wanita sebagai inti dari poster - Tempat sampah dengan aroma yang busuk - 2 tumpuk kardus - Simbol <i>like</i> pada Instagram 	<p>Ilustrasi yang menjadi penarik perhatian dalam poster tersebut adalah sosok karakter wanita yang sedang berjalan menjauhi tempat sampah. Perempuan tersebut terlihat tersenyum sembari melihat fokus isi <i>smartphonenya</i>. Tempat sampah yang ia jauhi berisi tumpukan kardus yang bertuliskan rasa malu dan <i>Tabarruj</i>, hal ini menandakan bahwa ia sudah meninggalkan dan meniadakan rasa malu serta <i>tabarruj</i> pada dirinya sendiri. Objek yang melayang pada atas tempat sampah menandakan aroma</p>

		busuk tempat sampah. Simbol <i>like</i> Instagram yang mengelilingi karakter tersebut menandakan bahwa ia sedang fokus memperhatikan jumlah <i>like</i> yang sedang ia terima dari <i>followersnya</i> .
Warna	<ul style="list-style-type: none"> - Baju pada karakter berwarna coklat muda dan hijab berwarna hijau muda dan celana berwarna abu abu tua - Latar belakang berwarna kuning tua - Tempat sampah berwarna abu abu tua - Kardus berwarna coklat tua - Objek aroma berwarna hijau - Simbol <i>like</i> berwarna merah 	Warna pada pakaian karakter wanita tersebut terkesan tidak mencolok, kemudian tempat sampah yang berwarna abu abu tua menggambarkan tempat sampah berbahan besi yang biasa digunakan oleh orang awam. Kardus yang berwarna coklat tua menjadikan objek itu lebih bisa diterima oleh orang awam, dan di atasnya terdapat objek menyerupai gumpalan awan berwarna hijau, biasanya warna hijau menandakan aroma bau yang busuk. Warna merah pada simbol <i>like</i> melambangkan arti cinta.

Pejelasan

a. Tipografi

Elemen tipografi yang ada pada poster ini hanya sedikit dan menggunakan *font* dengan *Style Comic* saja. Terlihat pada poster tersebut sesosok karakter wanita yang sedang berbicara sendiri, diperlihatkan pada isi *bubble chat* “Bagus..! Konten Kali ini tembus 100 ribu tayangan”, hal itu menandakan bahwa karakter tersebut terlalu mementingkan jumlah penonton pada konten yang ia unggah di akun sosial media nya. Rasa bangga yang ia tunjukkan menjadi alasan ia meninggalkan “Rasa Malu” dan “*Tabarruj*” dengan digambarkan melalui kardus dan telah di masukan ke dalam tempat sampah. Terdapat juga tulisan “*syut*” yang merupakan efek suara simbol *like* yang sedang melayang-layang.

b. Ilustrasi

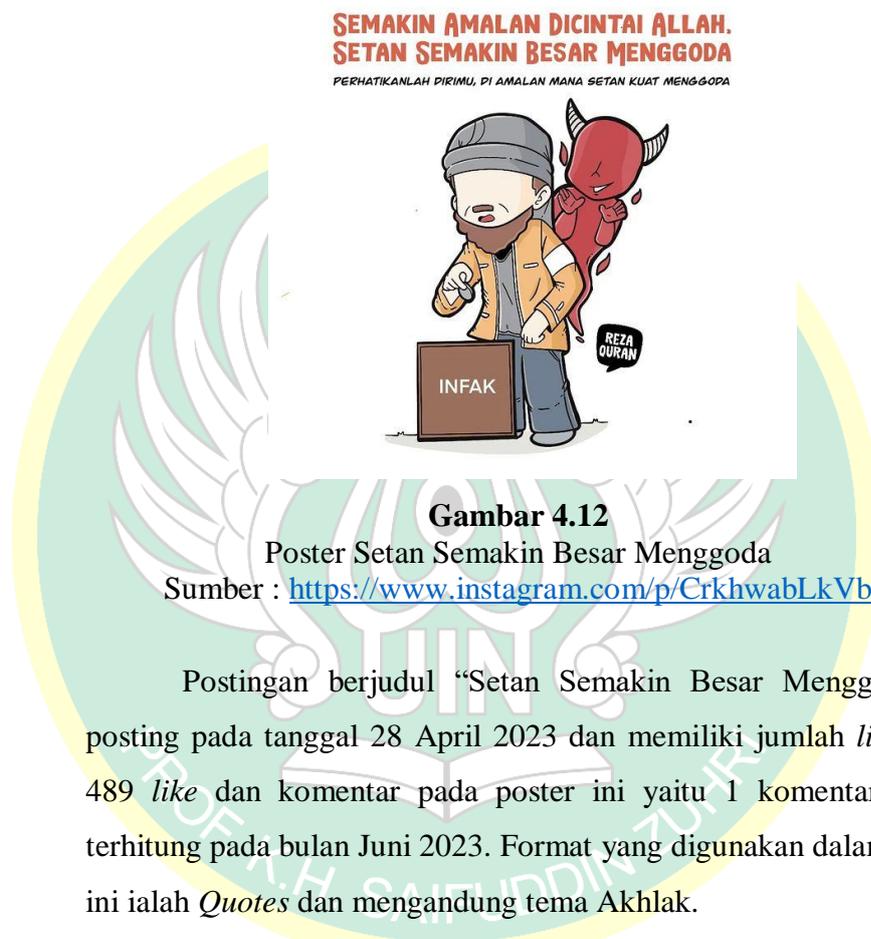
Karakter yang digambarkan pada poster tersebut yaitu seorang wanita muslim yang sedang berjalan meninggalkan tempat sampah dan tersenyum melihat isi *smartphonenya*. Digambarkan ia fokus melihat isi *smartphone* nya dan meninggalkan tempat sampah yang berisi kardus rasa malu dan *Tabbaruj*, hal ini menggambarkan bahwa karakter itu telah melupakan dan sudah tidak membutuhkan lagi rasa malu serta *tabarruj* pada dirinya, dan dia lebih tertarik untuk mengejar penonton pada konten yang ia buat dan rasa bangga yang ia dapatkan setelah mendapatkan banyak *like*, ini menandakan bahwa sosok tersebut lebih tertarik dengan dunia dan meninggalkan akhirat. Objek asap berada di atas kardus menandakan bahwa rasa malu dan *tabarruj* telah ia tinggalkan sejak lama dan sudah membusuk hingga mengeluarkan aroma yang tak sedap. Simbol *like* Instagram merupakan tanda bahwa ia sedang dibanjiri oleh like dari penonton yang melihat konten pada akun Instagramnya.

c. Warna

Warna yang digunakan dalam poster ini ialah warna yang kontras dan mencolok, ditandai dengan kebanyakan objek yang memiliki garis tepi berwarna hitam dan tingkat kecerahan pada warna yang tinggi, hal itu membuat poster ini mudah dikenali pada tampilan utama akun @rezaquran. Warna kuning tua pada latar belakang menandakan latar waktu siang hingga sore pada poster tersebut. Warna baju yang terlihat kalem menjadikan kecocokan dengan warna latar belakang yang mencolok. Tempat sampah yang berwarna abu abu tua memiliki terbuat dari bahan besi yang biasa digunakan oleh masyarakat awam. Kardus yang berada pada tempat sampah memiliki warna cokelat yang menyerupai barang aslinya di dunia nyata. Di atas kardus terdapat

objek asap berwarna hijau yang biasanya digunakan untuk menandai bahwa adanya aroma busuk. Warna merah yang berterbangan memiliki arti simbol *like* pada Instagram.

10. Poster Setan Semakin Besar Menggoda



Gambar 4.12

Poster Setan Semakin Besar Menggoda

Sumber : <https://www.instagram.com/p/CrkhwabLkVb/>

Postingan berjudul “Setan Semakin Besar Menggoda” di posting pada tanggal 28 April 2023 dan memiliki jumlah *like* yaitu 489 *like* dan komentar pada poster ini yaitu 1 komentar positif terhitung pada bulan Juni 2023. Format yang digunakan dalam poster ini ialah *Quotes* dan mengandung tema Akhlak.

Elemen desain komunikasi visual yang terdapat dalam poster ini akan dianalisis menggunakan analisis Ferdinand de Saussure sebagai berikut:

Tabel 4.11

Penelitian pada Poster “Setan Semakin Besar Menggoda”

Elemen	Penanda	Petanda
Tipografi	- “Semakin Amalan Dicintai Allah, Setan	“Semakin Amalan Dicintai Allah, Setan Semakin Besar Menggoda” memiliki

	<p>Semakin Besar Menggoda”</p> <ul style="list-style-type: none"> - “Perhatikanlah dirimu, di amalan mana setan kuat menggoda.” - “Infak” 	<p>makna bahwa semakin besar amalan yang dicintai Allah kita kerjakan, maka besar pula godaan setan yang datang kepada kita, kemudian terdapat keterangan “Perhatikanlah dirimu, di amalan mana setan kuat menggoda.” Menandakan bahwa semakin kuatnya godaan yang menghampiri, maka amalan tersebut termasuk pada amalan yang dicintai oleh Allah. Kata “Infak” memiliki keterangan bahwa kotak pada poster tersebut Kotak Infak.</p>
Ilustrasi	<ul style="list-style-type: none"> - Karakter Pria berjanggut memakai jaket dan penutup kepala serta memegang uang koin. - Karakter bertanduk di pada belakang karakter pria. - Kotak bertulisan “infak” 	<p>Karakter Pria berjanggut memakai jaket dan penutup kepala serta memegang uang koin, bermakna seseorang pria dewasa yang beniat untuk memasukan koin pada kotak infak. Iblis memiliki tanduk yang ada pada belakang karakter pria. Ilustrasi ini bermakna sebagai iblis yang selalu membuntuti pria tersebut. Ilustrasi kotak, merupakan kotak infak.</p>
Warna	<ul style="list-style-type: none"> - Warna merah pada tulisan judul - Warna hitam pada tulisan bawah judul - Warna jingga pada jaket karakter pria - Warna merah pada kulit karakter bertanduk - Warna coklat pada kotak 	<p>Warna putih pada latar belakang bermakna sebagai penekanan kontras terhadap isi poster. Warna merah pada judul memiliki makna peringatan, yang hendaknya untuk dicermati. Warna hitam pada bawah tulisan judul bermakna sebagai keterangan agar mudah dibaca dan kontras dengan warna latar belakang. Warna jingga pada jaket berarti nilai sosialisasi yang tinggi. Warna merah pada karakter iblis pada belakang pria bermakna jahat dan juga berbahaya.</p>

Pejelasan

a. Tipografi

“Semakin Amalan Dicintai Allah, Setan Semakin Besar Menggoda” memiliki makna bahwa semakin besar amalan yang dicintai Allah kita kerjakan, maka besar pula godaan setan yang datang kepada kita, kemudian terdapat keterangan “Perhatikanlah dirimu, di amalan mana setan kuat menggoda.” Menandakan bahwa semakin kuatnya godaan yang menghampiri, maka amalan tersebut termasuk pada amalan yang dicintai oleh Allah. Kata “Infak” memiliki keterangan bahwa kotak pada poster tersebut Kotak Infak.

b. Ilustrasi

Karakter Pria berjanggut memakai jaket dan penutup kepala serta memegang uang koin, bermakna seseorang pria dewasa yang berniat untuk memasukan koin pada kotak infak. Iblis memiliki penggambaran dengan karakter bertanduk yang ada pada belakang karakter pria. Ilustrasi ini bermakna sebagai iblis yang selalu membuntuti pria tersebut . Ilustrasi kotak, merupakan kotak infak.

c. Warna

Warna putih pada latar belakang bermakna sebagai penekanan kontras terhadap isi poster. Warna merah pada judul memiliki makna peringatan, yang hendaknya untuk dicermati. Warna hitam pada bawah tulisan judul bermakna sebagai keterangan agar mudah dibaca dan kontras dengan warna latar belakang. Warna jingga pada jaket berarti nilai sosialisasi yang tinggi. Warna merah pada karakter iblis pada belakang pria bermakna jahat dan juga berbahaya

D. Hasil Analisis Makna Pada Akun Instagram @rezaquran

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan oleh peneliti pada poster digital pada akun Instagram @rezaquran, maka dapat diperoleh hasil bahwa setiap elemen pembentuk yang ada pada desain poster memiliki makna yang berbeda, dan ciri khas penempatan elemen di setiap posternya yang juga berbeda. Hal ini didasari pada wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada Muhammad Reza Pahlevi selaku pemilik akun Instagram @rezaquran.

“Untuk style yang berbeda. Itu cara saya untuk mempelajari berbagai macam style. Karena ketika berhadapan dengan klien, permintaannya pasti berbeda-beda. Dan klien bisa melihat referensi di Instagram saya”⁶¹

Pemilik akun Instagram @rezaquran yaitu Muhammad Reza Pahlevi membuat akun ini bukan hanya digunakan untuk berdakwah saja, namun juga digunakan sebagai portofolio ilustrasi olehnya untuk mengembangkan jasa pelatihan ilustrasi yang sedang ia kembangkan, oleh karena itu *style* yang digunakan pada penelitian ini berbeda beda baik dari susunan tipografi, ilustrasi dan juga warnanya, dan hal inilah yang menjadi daya tarik tersendiri oleh peneliti dalam melakukan penelitian pada akun Instagram @rezaquran ini. Terdapat 3 elemen yang menjadi pokok pembahasan pada penelitian ini, yaitu antara lain:

Tipografi, Tipografi merupakan susunan huruf yang di konsep sedemikian rupa sehingga memiliki nilai seni yang indah dan menarik perhatian. Akun @rezaquran memiliki berbagai *style* yang digunakan dalam pembuatan sebuah poster. Sekian banyak poster termasuk juga yang menjadi bahan penelitian oleh peneliti memiliki ciri khas dalam penggunaan hurufnya, yaitu menggunakan huruf *Sans Serif* dan *Script* dengan model *Comic Sans*.

⁶¹ Wawancara Online Menggunakan Direct Message Instagram Pada Tanggal 22 Juni 2023 Pukul 18.10

Karakter huruf *Sans Serif* merupakan huruf yang identik dengan kata konsisten, baik dari bentuk badan hurufnya, sejajar tinggi hurufnya, dan ketebalan hurufnya, yang menjadikan *font* ini bersifat tegas dan mudah dibaca oleh masyarakat. Penggunaan *font* ini pada setiap posternya memiliki perbedaan dalam penempatannya, ada yang di Judul, ada juga yang terdapat di Isi poster dan juga sebagai Komponen pendukung dari poster, hal ini menandakan bahwa huruf ini terdapat pada sebagian besar sudut poster.

Karakter huruf *Comic Sans*, huruf ini masih dalam lingkup keluarga huruf *Script*, karena jika dilihat dari tampilan hurufnya terdapat lekukan yang tidak terlalu kontras namun tetap ada, hal ini yang menjadikan bahwa huruf ini masuk ke dalam jenis *font Script* yang terlihat seperti tulisan tangan atau tulisan. Penggunaan huruf ini pada akun Instagram @rezaquran yaitu sebagai judul karena memiliki daya tarik pada saat dilihat dan dimaknai oleh masyarakat, sebagai isi poster karena memiliki bentuk badan huruf yang tidak “saklek”, membuat poster dengan menggunakan *font* ini terlihat bebas dan santai dalam membacanya, terlebih apabila format poster yang digunakan adalah ilustrasi komik.

Kedua jenis huruf tersebut disatupadukan ke dalam elemen poster pada akun Instagram @rezaquran dan menjadi daya tarik tersendiri bagi orang-orang yang santai dan memiliki selera karya visual yang tinggi.

Ilustrasi, dengan memiliki tema yang berbeda saat mengunggahnya menjadikan akun ini memiliki ilustrasi yang beragam dan memiliki penggambaran karakter yang berbeda beda. Terdapat 2 jenis penggambaran karakter yang bisa peneliti jabarkan, antara lain:

Realistis, penggambaran karakter dengan jenis realistis merupakan penggambaran dengan menitik beratkan pada bentuk asli sebuah barang, dalam hal ini, akun @rezaquran menggunakan penggambaran realistis pada posternya seperti halnya sebuah karakter yang memiliki tekstur bayangan dan pencahayaan yang sama seperti aslinya.

Fantasi, merupakan penggambaran sebuah karakter tanpa mempedulikan bentuk keasliannya. Jenis ilustrasi ini sebagian besar keluar dari pikiran, ide dan kreativitas dari pembuatnya, agar dapat menarik dan menggiring imajinasi orang-orang yang menikmati poster tersebut.

Kedua jenis tersebut digunakan oleh akun @rezaquran dalam membangun konstruksi isi pesan agar mudah disampaikan dan mudah diterima kepada para *followersnya* yang juga penikmat karya-karya yang telah dibuat olehnya. Ilustrasi pada akun ini memiliki nilai sebagai bahan pendukung dalam menyampaikan informasi yang telah tertuang pada isi tulisan pada poster tersebut.

Warna, dalam akun @rezaquran memiliki *tone* dan kontras warna yang berbeda-beda mengikuti dengan isi dari poster yang sedang disampaikan dan tema yang sedang digunakan, hal ini ditandai dari tingkat kecerahan pada warna dan kemampuan orang-orang dalam menikmati poster tersebut.

Pergantian tema dan konsep elemen pada poster @rezaquran dilakukan dalam 2-4 kali *posting*, setelah memenuhi jumlah itu maka konsep dalam poster akan diganti menjadi lebih baru dan sebagai acuan klien dari jasa pelatihan dan pembuatan ilustrasi menjadi bahan penilaian pada aku @rezaquran.

“Sepertinya tidak ada kak. Cenderung berubah ubah. Dan paling hanya 2-4 konten itu sudah beda-beda style”⁶²

Pernyataan tersebut membuktikan bahwa akun @rezaquran bukan hanya sebagai media menyebarkan dakwah saja namun sebagai portofolio Muhammad Reza Pahlevi untuk mengembangkan Pelatihan Pembuatan Ilustrasi di Media Sosial Instagram.

⁶² Wawancara Online Menggunakan Direct Message Instagram Pada Tanggal 22 Juni 2023 Pukul 18.10.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terhadap 10 poster dakwah digital pada akun Instagram @rezaquran pada periode Desember 2022 hingga April 2023 menggunakan analisis teori semiotika Ferdinand de Saussure, maka penulis mengambil kesimpulan bahwa dari hasil penelitian ini terdapat makna desain komunikasi visual pada akun Instagram @rezaquran, yang terdapat pada elemen tipografi, ilustrasi dan juga warna dalam setiap poster dakwah.

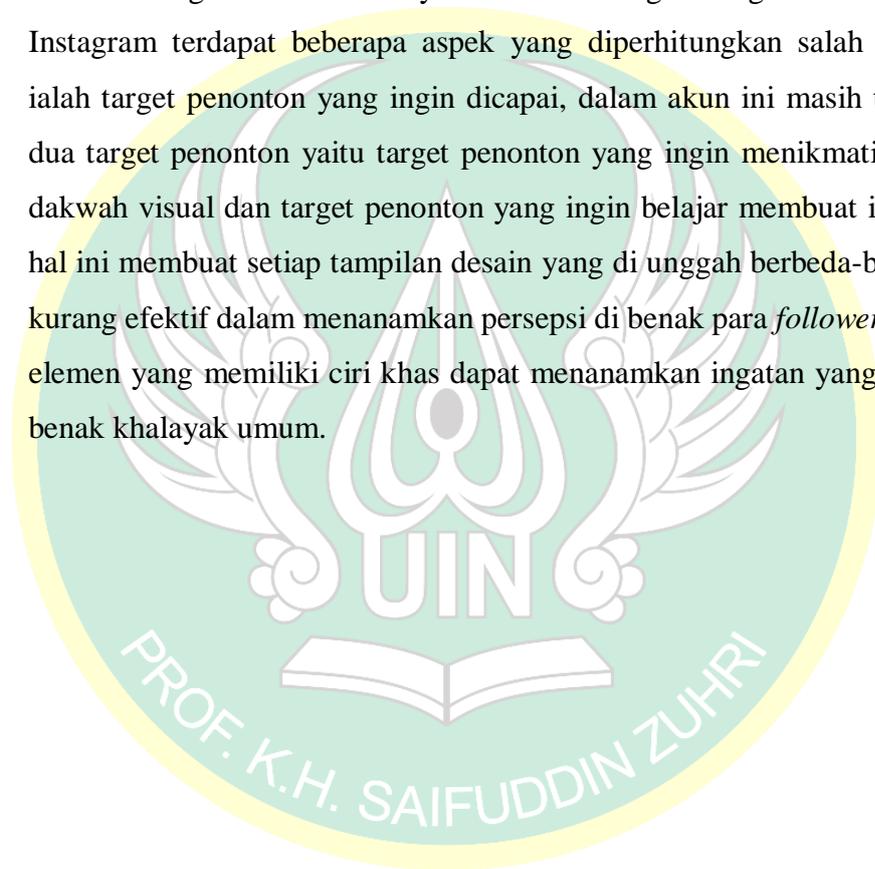
Poster yang terdapat pada akun ini memiliki tanda verbal dan tanda visual yang saling berkaitan sehingga dapat memperoleh suatu makna tersendiri. Tanda verbal yang terdapat pada susunan tipografi memunculkan makna himbauan dan mengajak agar sesama muslim untuk melaksanakan *amar ma'ruf nahi munkar* dengan sumber yang dicantumkan pada isi poster setiap postingan, sedangkan untuk tanda visual yang dimunculkan berupa ilustrasi maupun warna yang memiliki makna untuk memperkuat isi dari pesan dakwah dalam melaksanakan *amar ma'ruf nahi munkar* pada setiap desain poster. Kedua tanda verbal dan tanda visual tersebut tidak dapat berdiri sendiri, keduanya saling berkaitan satu dengan yang lainnya dan terdapat makna khusus pada setiap pesan yang ingin disampaikan kepada khalayak umum dan didukung dengan ilustrasi yang menarik sehingga dapat membuat pesan tersampaikan dengan baik.

Analisis semiotika Ferdinand de Saussure yang dapat disimpulkan dalam penelitian ini ialah setiap poster pada akun Instagram @rezaquran memiliki penanda dan juga petanda yang memiliki makna berbeda di setiap elemen desain komunikasi visual yang meliputi tipografi, ilustrasi

dan warna, namun tetap merujuk kepada inti dari pesan dakwah yaitu *amar ma'ruf nahi munkar*.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terdapat saran-saran untuk desainer dalam mengembangkan sebuah akun Instagram dan juga mendesain sebuah karya visual agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat. Saat mengembangkan sebuah akun Instagram terdapat beberapa aspek yang diperhitungkan salah satunya ialah target penonton yang ingin dicapai, dalam akun ini masih terdapat dua target penonton yaitu target penonton yang ingin menikmati konten dakwah visual dan target penonton yang ingin belajar membuat ilustrasi, hal ini membuat setiap tampilan desain yang di unggah berbeda-beda dan kurang efektif dalam menanamkan persepsi di benak para *follower*, Setiap elemen yang memiliki ciri khas dapat menanamkan ingatan yang kuat di benak khalayak umum.



DAFTAR PUSTAKA

- Agus Ahmad Safei, *Memimpin Dengan Hati Yang Selesai: Jejak Langkah dan Pemikiran Baru Dakwah K.H. Syukriadi Sambas* (Bandung: Pustaka Setia, 2003)
- APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia), “Survei Penetrasi & Perilaku Internet 2023” (Mei 15, 2023)
<https://survei.apjii.or.id/survei/2023>
- Arifani, Mohammad Anif. “Model Pengembangan Dakwah Berbasis Budaya Lokal (Analisis Tentang Akulturasi Islam dan Budaya Lokal Dakwah Sunan Kalijaga)” *Jurnal Ilmu Dakwah* Vol. 4 No. 15 (Januari-Juni, 2010)
- Azkiya, Monika Yoan. “*Konsep Pengembangan Dan Pengelolaan Media Dakwah Visual Di Instagram Pondok Pesantren Darussalam*” Skripsi. (Purwokerto: IAIN Purwokerto, 2020)
- Basit, Abdul. *Filsafat Dakwah*. (Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2013)
- Bimo, Mahendra. “Eksistensi Sosial Remaja dalam Instagram (Sebuah perspektif Komunikasi)”. *Jurnal Visi Komunikasi*. Vol. 16, No. 01, (Mei, 2017)
- Cahyono, Guntur dan Nibros Hassani. “Youtube: Seni Komunikasi Dakwah Dan Pembelajaran”. *Jurnal Dakwah* Vol. 13 Nomor 1 (2019)
- Christine. “Elemen-elemen dalam Desain Komunikasi Visual”, *Jurnal Nirmana* Vol. 1 No. (Januari 1, 1999)
- Darmawan, Ferry. Pengantar Desain Komunikasi Visual” *Jurnal UNIKOM* (November 4, 2012)
- Fanani, Muhammad Farih. “*Instagram adalah Media Sosial berbasis Foto dan Video, Pahami Fungsi dan Fiturnya*”, Merdeka.com. (Minggu, Agustus 21, 2022)
<https://dataindonesia.id/digital/detail/indonesia-miliki-9717-juta-pengguna-instagram-hingga-akhir-2022>

- Habsari, Sinung Utami Hasri. "Analisa Semiotika Komunikasi Visual Iklan Layanan Masyarakat Lingkungan Hidup". *Jurnal PPKM II* (2016).
- Kusrianto, Adi. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. (Yogyakarta : Andi Offset, 2007)
- Landa, R. *Graphic Design Solution*. (Canada: Clark Baxter, 2014)
- M. Munir dan Wahyu Ilahi. *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2006)
- Morissan. *Teori Komunikasi : Individu Hingga Massa* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013)
- Mustafa, Hendra. "Perkembangan Aktivitas Dakwah Dari Masa Ke Masa". *Jurnal STAI Imam Bonjol Padang Panjang* Vol 9 No 2 (2019)
- Mustajab, Ridhwan. "Indonesia Miliki 97,17 Juta Pengguna Instagram hingga Akhir 2022". DataIndonesia. (Januari 31, 2023)
<https://dataindonesia.id/digital/detail/indonesia-miliki-9717-juta-pengguna-instagram-hingga-akhir-2022>
- Nilhan Ni'mah, "Dakwah Komunikasi Visual". *Islamic Communication Journal*, Vol. 01, No. 01. (Semarang: UIN Walisongo, 2016)
- Pradopo, RD. Rachmat Djoko Pradopo, "Semiotika: Teori, Metode, dan Penerapannya dalam Pemaknaan Sastra" *Jurnal Humaniora* No. 11.1 (1999)
- Pramiswara, I Gusti Agung Ngurah Agung Yudha. "Fotografi Sebagai Media Komunikasi Visual Dalam Promosi Budaya". *Danapati Jurnal Komunikasi* Vol. 1 No. 2 (April, 2021)
- Prihartono, Anton Wahyu. "Surat Kabar & Konvergensi Media (Studi Deskriptif Kualitatif Model Konvergensi Media Pada Solopos" *Jurnal Channel*, Vol. 4, No. 1, (April 2016)
- Pujrianto. *Desain Grafis Komputer*. (Yogyakarta: Andi, 2005)
- Rozzana, Nadya Khennis. "Makna Karakter Desain Komunikasi Visual Website Nu Online Sebagai Media Dakwah (Analisis Semiotika

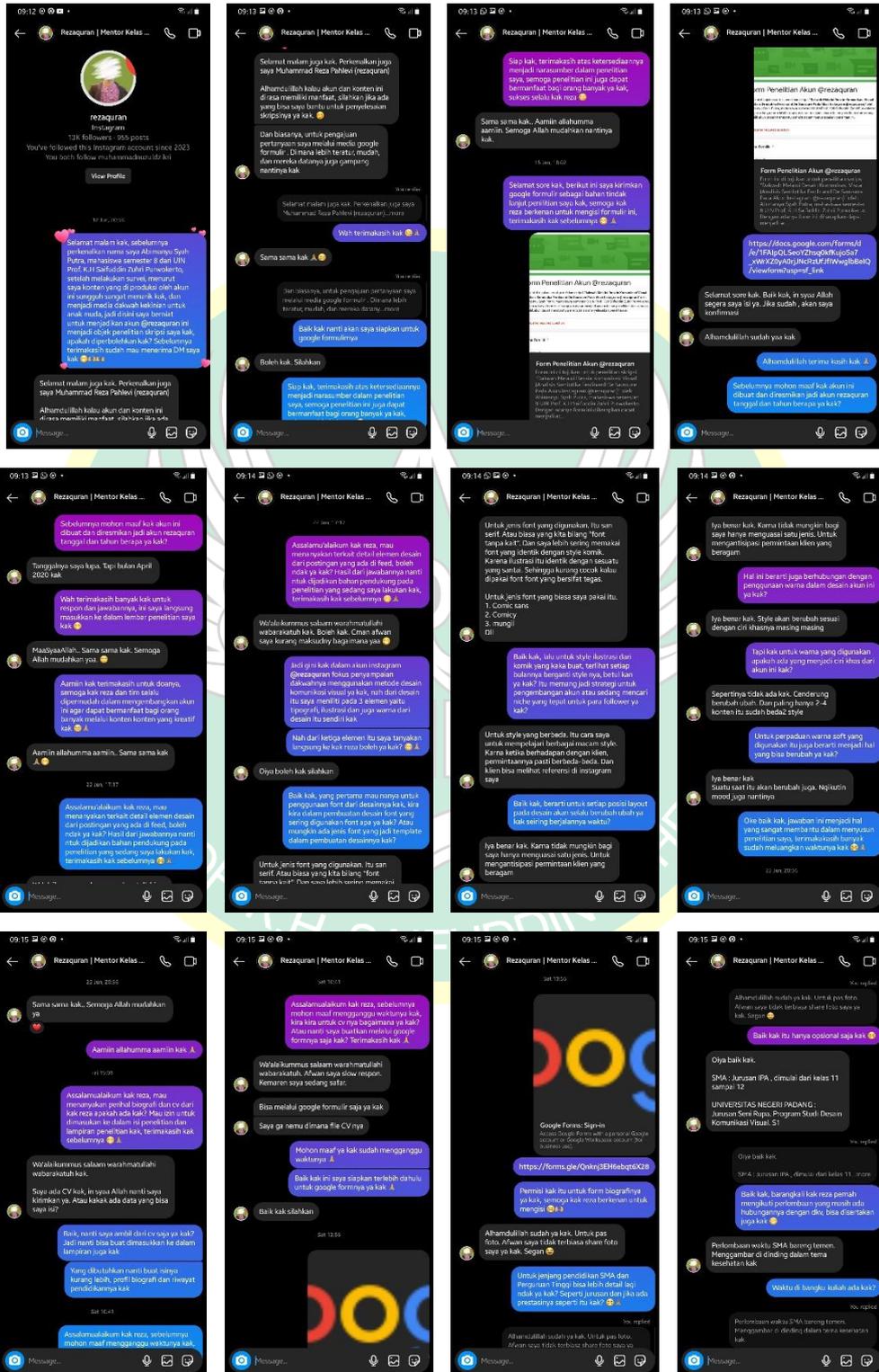
- Ferdinand De Saussure*”). Skripsi. Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2019.
- Rulli Nasrullah, Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosioteknologi. (Bandung : Simbiosis Rekatama Media. 2015).
- Sambas, Syukriadi. *Sembilan Pasal Pokok-Pokok, Filsafat Dakwah*. (Bandung: KP Hadid Fakultas Dakwah IAIN Bandung, 1999)
- Sari, Astari Clara, et al. "Komunikasi dan Media Sosial." *Jurnal The Messenger* 3.2 (2018)
- Sari, Putri Swastika. “*Manajemen Konten Akun Instagram Pt. Jokopi Indonesia Selama Masa Pandemi Covid-19*” Skripsi. UIN Atma Jaya Yogyakarta, 2022
- Setyowati, Fany. “*Pesan Toleransi dalam Kartun Animasi Diva The Series (Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure)*”, Skripsi. Purwokerto: IAIN Purwokerto, 2021
- Simarmata, Salvatore. “Media Baru, Ruang Publik Baru, Dan Transformasi Komunikasi Politik Di Indonesia.” *Jurnal Prodi Ilmu Komunikasi*, Vol. 3, No. 2, (Unika Atma Jaya Jakarta, November, 2014)
- Sobur, Alex. *Semiotika Komunikasi*. (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2016)
- Solihatini, Nofita. “*Analisis Desain Komunikasi Visual Akun Instagram @arielsyafrin Berdasar Semiotika Ferdinand de Saussure*”. Skripsi. UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2021
- Sriwitari, Nyoman & I Gusti Nyoman Widnyana. *Desain Komunikasi Visual* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014)
- Sudarto, Anderson Daniel, dkk. “Analisis Semiotika Film Alangkah Lucunya Negeri Ini”. *Jurnal Acta Diurna*, Vol. 4 No. 1, (Februari 9, 2015)
- Toybah, Nur Rizky. “Dakwah Komunikasi Visual Melalui Instagram Akun @haditsku.” *Alhiwar Jurnal Ilmu dan Teknik Dakwah* Vol. 04 No. 07 (Januari-Juni, 2016)

- Utari, Monica. “Pengguna Media Sosial Instagram Akun @Princessyahrini Terhadap Gaya Hidup Hedonis Pada Followersnya”, *Jurnal* Vol. 4 No.2 (Oktober,2017)
- Utomo, Bayu Budi. “*Konsep Desain Komunikasi Visual Website Muslim.or.id Sebagai Media Dakwah*”, Skripsi. Yogyakarta: Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga, 2014
- Muhbib Abdul Wahab, “Kontekstualisasi Amar Ma’ruf Nahi Munkar” *Jurnal UIN Syarif Hidayatullah dan UMJ* (2015)
- Wibowo, Ari. “Digitalisasi Dakwah Di Media Sosial Berbasis Desain Komunikasi Visual” *Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam*. Vol. 02, No. 02 (Juli-Desember 2020)
- Wijaya, Priscilia Yunita. “Tipografi Dalam Desain Komunikasi Visual” *Nirmana Jurnal Desain Komunikasi Visual* (Universitas Kristen Petra, 1999)
- Witabora, Joneta. “Peran Dan Perkembangan Ilustrasi”. *Jurnal Humaniora* Vol.3 No.2 (Oktober, 2012)
- Yusuf, Oik. “Pengguna Internet Indonesia Nomor Enam Dunia”. Kominfo. (November 24, 2014)
https://www.kominfo.go.id/content/detail/4286/pengguna-internet-indonesia-nomor-enam-dunia/0/sorotan_media

LAMPIRAN

Screenshot Wawancara melalui Direct Message pada Akun Instagram

@rezaquran

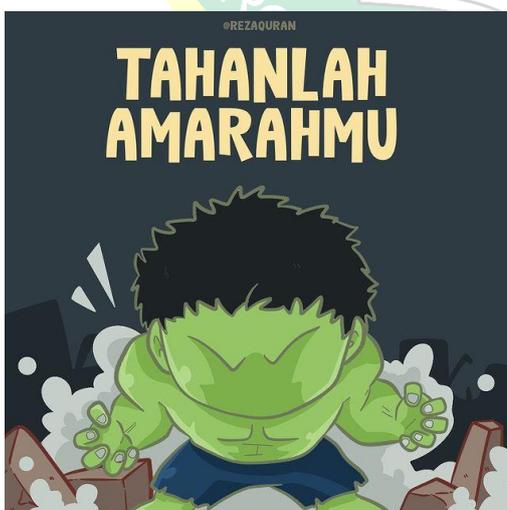
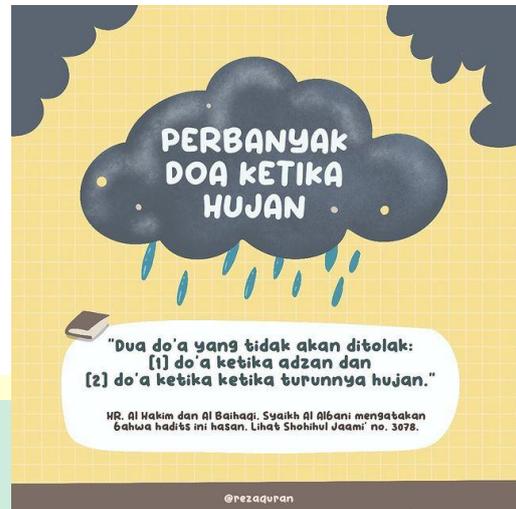


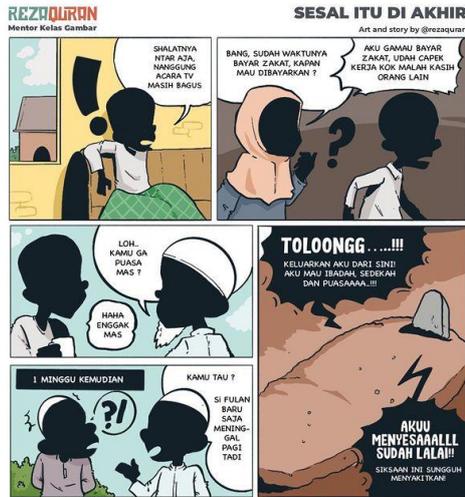
Screenshot Format Google Formulir Guna Memperoleh Informasi Kepada Akun Instagram @rezaquran

The screenshot shows a Google Form titled "Form Penelitian Akun @rezaquran". The form is designed for research purposes, specifically for a thesis titled "Dakwah Melalui Desain Komunikasi Visual (Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure Pada Akun Instagram @rezaquran)" by Abimanyu Syah Putra, a student at UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto. The form includes a description of the research and two text input fields: "Nama Pemilik" (Owner Name) and "Nama Akun" (Account Name), both marked as required fields with a red asterisk. The form is displayed in a browser window with the URL docs.google.com/forms/d/1ki2-bigI2Rz-FayNdsVb0UcFbnUycpuUfswqopRfn7g/edit.

The screenshot shows a Google Form titled "Biografi Pemilik Akun @rezaquran". The form is designed for research purposes, specifically for a thesis titled "Dakwah Melalui Desain Komunikasi Visual (Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure Pada Akun Instagram @rezaquran)" by Abimanyu Syah Putra, a student at UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto. The form includes a description of the research and three text input fields: "Nama Lengkap" (Full Name), "Tempat, Tanggal Lahir" (Place, Date of Birth), and "Alamat Tempat Tinggal" (Residence Address), all marked as required fields with a red asterisk. The form is displayed in a browser window with the URL docs.google.com/forms/d/1KD5MIAACH70sPnaQB7OTjQAs_p_wXagFptpl4VA/edit.

Gambar Postingan Poster yang Dianalisis





SEMAKIN AMALAN DICINTAI ALLAH, SETAN SEMAKIN BESAR MENGGODA

PERHATIKANLAH DIRIMU, DI AMALAN MANA SETAN KUAT MENGGODA



