

**Desain Grafis Sebagai Media Dakwah  
(Studi Deskriptif Pada Akun Instagram @Iqomic)**



**SKRIPSI**

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

**Oleh:**

**IRA ASIATUL AZIZAH  
NIM. 1917102081**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
JURUSAN MANAJEMEN DAN KOMUNIKASI ISLAM  
FAKULTAS DAKWAH  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI  
PURWOKERTO  
2023**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini, saya:

Nama : Ira Asiatul Azizah  
NTM : 1917102081  
Jenjang : S1  
Fakultas : Dakwah  
Jurusan : Manajemen dan Komunikasi Islam (MKI)  
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)

Menyatakan bahwa skripsi berjudul **“Desain Grafis Sebagai Media Dakwah (Studi Deskriptif Pada Akun Instagram @Iqomic)”** secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau hasil karya saya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya dalam skripsi ini, telah disertakan tanda sitasi dan tertera dalam daftar pustaka.

Purwokerto, 3 Juli 2023

Saya menyatakan,



Ira Asiatul Azizah  
NIM. 1917102081



**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:

**Desain Grafis Sebagai Media Dakwah  
(Studi Deskriptif Pada Akun Instagram @Iqomic)**

Yang disusun oleh **Ira Asiatul Azizah** NIM. 1917102081 Program Studi **Komunikasi dan Penyiaran Islam** Jurusan **Manajemen dan Komunikasi Islam** Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari Rabu tanggal 12 Juli 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Sosial (S.Sos)** dalam Ilmu Komunikasi oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Pembimbing

Ulul Aedi, M.Ag.

NIP. 19870507 202012 1 006

Sekretaris Sidang/Penguji II

Iif Alfiatul Mukaromah, M.Kom

NIDN. 0616049501

Penguji Utama

Ali Nur'aini, M.Ag.

NIP. 19930730 201908 2 001

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  
Di Purwokerto

*Assalamu 'alaikum wr. wb.*

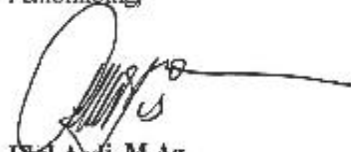
Setelah melakukan bimbingan, koreksi dan perbaikan terhadap naskah skripsi:

Nama : Ira Asiatol Azizah  
NIM : 1917102081  
Jenjang : S1  
Fakultas : Dakwah  
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)  
Judul : "Desain Grafis Sebagai Media Dakwah (Studi Deskriptif Pada Akun Instagram @Iqomic)"

Dengan ini dinyatakan bahwa naskah skripsi tersebut sudah dapat diajukan dalam sidang munaqosyah.

*Wassalamu 'alaikum wr. wb.*

Purwokerto, 5 Juli 2023  
Pembimbing,



Utul Aedi, M.Ag.  
NIP. 19870507 202012 1 006

**Desain Grafis Sebagai Media Dakwah  
(Studi Deskriptif Pada Akun Instagram @Iqomic)**

**Ira Asiatul Azizah  
1917102081**

[iraasiatul12@gmail.com](mailto:iraasiatul12@gmail.com)

**ABSTRAK**

Informasi dan komunikasi menjadi sangat penting terutama dalam berdakwah dan menginformasikan nilai-nilai Islam dari satu generasi ke generasi lainnya. Pesatnya perkembangan teknologi dan informasi sekarang ini banyak memunculkan inovasi-inovasi baru dalam bidang dakwah, Inovasi dakwah dapat dihadirkan melalui sosial media atau media masa berupa media gambar atau bentuk salah satunya melalui penggunaan desain grafis. Salah satu pemanfaatan desain grafis untuk kegiatan dakwah ada pada akun Instagram @Iqomic (*Islamic Quote & Comic*). *Islamic Quote & Comic* atau lebih dikenal dengan @Iqomic adalah sebuah tempat berkumpulnya para pelaku dakwah visual di Indonesia. Desain grafis melalui Instagram menjadi salah satu peluang cukup efektif dalam menyampaikan pesan dakwah kepada *mad'u*. karenanya, pada penelitian ini akan dibahas bagaimana desain grafis di akun Instagram @Iqomic menjadi media dakwah.

Penelitian ini termasuk dalam penelitian kualitatif deskriptif. Metode pengumpulan data penelitian dilakukan dengan mengumpulkan data melalui penelusuran, membaca dan mencatat, tindakan selanjutnya adalah penyusunan data, mengkasifikasikannya, dan kemudian dilanjutkan dengan analisis data yang ada untuk menghasilkan kesimpulan.

Dari hasil penelitian yang didapat, produk desain grafis yang dihasilkan untuk media dakwah pada akun Instagram @Iqomic berupa poster, quotes, dan komik strip serta video pesan dakwah. Desain grafis yang digunakan pada konten akun @Iqomic menggunakan prinsip kesederhanaan, *balance* atau keseimbangan, penekanan, dan irama. Unsur tipografi lebih mendominasi pada desain dengan tujuan untuk mempermudah penyampaian pesan. Selain memperhatikan pengemasan pesan dakwah melalui desain grafis, @Iqomic menggunakan parameter seperti *timeliness* (kebaruan atau relevan dengan waktu yang sedang berlangsung), *posting* konten secara konsisten, melakukan *repost* konten-konten menarik, dan memberikan *reward* kepada kontributor berupa *Generated Content* (UGC) dan berkolaborasi serta media partner. Selain itu, konten-konten yang dihadirkan juga menjadi suatu fenomena umum atau mewakili fenomena yang terjadi dimasyarakat.

**Kata kunci: Dakwah, Media Dakwah, Desain Grafis, Instagram, Islamic Quote & Comic**

**Graphic Design as a Medium of Da'wah**  
**(Descriptive Study on Instagram Account @Iqomic)**

**Ira Asiatul Azizah**  
**1917102081**

[iraasiatul12@gmail.com](mailto:iraasiatul12@gmail.com)

**ABSTRACT**

*Information and communication is very important, especially in preaching and informing Islamic values from one generation to another. The rapid development of technology and information today has given rise to many new innovations in the field of da'wah. Da'wah innovations can be presented through social media or mass media in the form of media images or forms, one of which is through the use of graphic designs. One of the uses of graphic design for da'wah activities is on the Instagram account @Iqomic (Islamic Quote & Comic). Islamic Quote & Comic or better known as @Iqomic is a place for visual da'wah practitioners in Indonesia to gather. Graphic design through Instagram is one of the opportunities that is quite effective in conveying da'wah messages to mad'u. Therefore, this research will discuss how the graphic design on the Instagram account @Iqomic becomes a medium of da'wah.*

*This research is included in the descriptive qualitative research. The research data collection method was carried out by collecting data through tracing, reading and recording, the next action was compiling the data, classifying it, and then proceeding with the analysis of existing data to produce conclusions.*

*From the research results obtained, the graphic design products produced for da'wah media on the Instagram account @Iqomic are in the form of posters, quotes, and comic strips as well as videos of da'wah messages. The graphic design used in the @Iqomic account content uses the principles of simplicity, balance, emphasis, and rhythm. Typographical elements dominate the design with the aim of facilitating the delivery of messages. In addition to paying attention to packaging da'wah messages through graphic design, @Iqomic uses parameters such as timeliness (newness or relevance to the current time), consistently posting content, reposting interesting content, and giving rewards to contributors in the form of Generated Content (UGC) and collaborating and media partners. In addition, the content presented also becomes a general phenomenon or represents a phenomenon that occurs in society.*

**Keywords:** *Da'wah, Media Da'wah, Graphic Design, Instagram, Islamic Quote & Comic*

## MOTTO

*“Allah tidak membebani seseorang, melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”*

(Q.S Al-Baqarah [2]:286)

*“Maka, sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan,  
Sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan.”*

(Q.S Al-Insyirah [94]:5-6)



## PERSEMBAHAN

Untaian syukur tak terukur kepada Allah SWT. Atas segala garis takdir yang memberiku sempat untuk mengarungi lautan ilmu-Nya, serta dibekali-Nya aku kekuatan, kesabaran, dan semangat hingga sampailah pada dermaga pendidikan strata satu melalui skripsi ini. Lantunan sholawat semoga sampai pada kekasih Allah SWT yakni Nabi Muhammad SAW.

Dalam setiap langkahku, aku selalu berusaha dan berdoa untuk mewujudkan harapan-harapan dari orang-orang terkasihku serta selalu berusaha untuk membahagiakan orang-orang disekelilingku. Dengan penuh rasa bangga dan cinta, skripsi ini dipersembahkan untuk:

1. Kedua orang tua tercinta yang telah merawat, membimbing, dan membesarkan penulis dengan penuh kasih sayang, Bapak Ilyas dan Ibu Asiyah yang sudah menjadi tempat pulang paling teduh saat dunia begitu riuh dan diri begitu rapuh serta selalu memberikan doa, nasihat, semangat dan dukungan kepada penulis.
2. Kedua adik ku tercinta, Muhammad I'zaz Amrulloh dan Muhammad Aiman Zaid.
3. Almamater kebanggaan, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.



## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puja dan puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan nikmat sehat, sempat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Desain Grafis Sebagai Media Dakwah (Studi Deskriptif Pada Akun Instagram @Iqomic)”** sebagai satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana (S1) pada jurusan Manajemen dan Komunikasi Islam Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

Penulis menyadari tentu skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bimbingan dan nasihat dari berbagai pihak selama penyusunan proposal penelitian hingga menjadi sebuah skripsi. Dengan segenap ketulusan hati penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Rektor UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, Prof. Dr. H. Moh. Roqib, M.Ag.
2. Dekan Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, Prof. Dr. H. Abdul Basit, M.Ag.
3. Ketua Jurusan Manajemen Komunikasi Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, Uus Uswatussholihah, M.A.
4. Kepala Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, Dedy Riyadin Saputro, M.I.Kom.
5. Dosen Penasehat Akademik Saya, Wardo, M.Kom.
6. Dosen Pembimbing Skripsi, Ulul Aedi, M.Ag yang sudah membimbing dengan maksimal
7. Segenap Dosen dan staf di Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
8. Staf Perpustakaan UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
9. Staf Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Purbalingga.
10. Keluarga yang selalu mendoakan tiada henti dan memberikan dukungan pada setiap langkah yang penulis ambil.

11. Oktaviana yang telah menemani hari-hari penulis dalam menjalani proses *up & down* fase skripsi.
12. Sofi Kamilah, Dwi Setyo Arini, Arinal Khusna, Roihanifa Al Kudus, dan Linta Andrisna yang sudah menjadi teman melangkah selama kuliah.
13. Teman-teman seperjuangan khususnya KPI B 2019 yang saling memberi semangat dan keceriaan melalui komedi yang ada-ada saja.
14. Teman-teman PPL dan KKN yang senantiasa memberikan *support* kepada penulis.
15. Seluruh pihak yang tidak bisa penulis sebut satu persatu.
16. *Last but not least, I wanna thank me. I wanna thank me for believing in me. I wanna thank me for doing all this hard work. I wanna thank me for having no days off. I wanna thank me for never quitting. I wanna thank me for just being me at all this times.*

Akhir kata penulis berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan kepada semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini bisa membawa manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Purbalingga, 3 Juli 2023

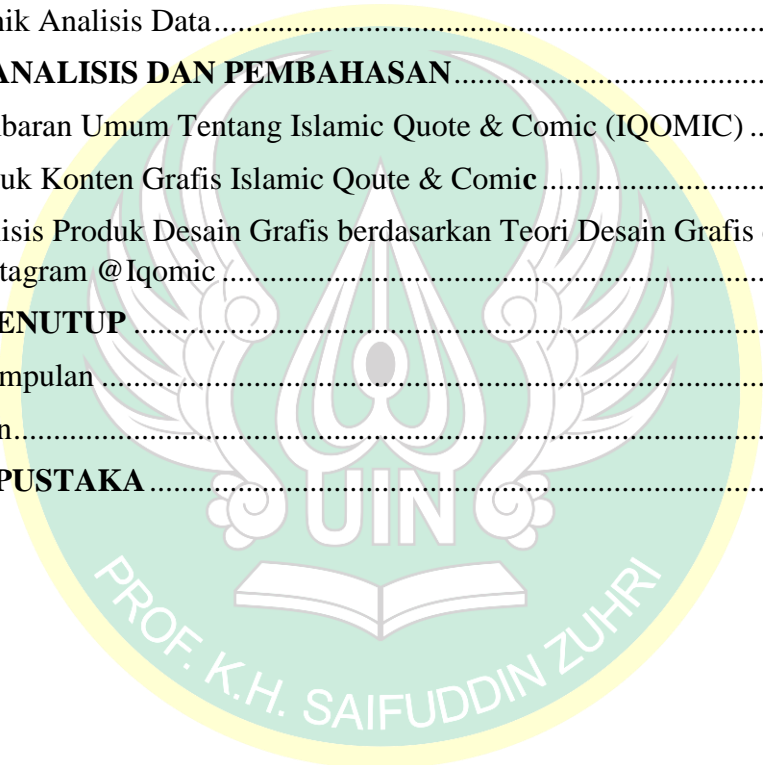
Penulis,

**Ira Asiatul Azizah**  
**NIM. 1917102081**

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	ii
<b>PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>MOTTO</b> .....	vii
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	viii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Penegasan Istilah.....	6
C. Rumusan Masalah.....	8
D. Tujuan Penelitian .....	8
E. Manfaat Penelitian .....	8
F. Kajian Pustaka.....	9
G. Sistematika Pembahasan .....	13
<b>BAB II : LANDASAN TEORI</b> .....	15
A. Konsep Dasar Desain Grafis .....	15
1. Pengertian Desain Grafis .....	15
2. Perkembangan Desain Grafis .....	18
3. Elemen-Elemen Desain Grafis .....	20
4. Prinsip Desain Grafis.....	31
5. Teori Tipografi .....	35
6. Fungsi dan Manfaat Desain Grafis .....	39
B. Dakwah .....	39
1. Pengertian Dakwah.....	39
2. Fungsi dan Tujuan Dakwah.....	41

3. Pesan Dakwah .....	41
4. Media Dakwah .....	44
C. Desain Grafis sebagai Media Dakwah .....	46
D. Media Sosial Instagram.....	48
<b>BAB III : METODE PENELITIAN.....</b>	<b>52</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	52
B. Data dan Sumber Data .....	53
C. Subjek dan Objek Penelitian .....	54
D. Metode Pengumpulan Data .....	54
E. Teknik Analisis Data.....	56
<b>BAB IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>59</b>
A. Gambaran Umum Tentang Islamic Quote & Comic (IQOMIC) .....	59
B. Produk Konten Grafis Islamic Qoute & Comic.....	65
C. Analisis Produk Desain Grafis berdasarkan Teori Desain Grafis dalam Akun Instagram @Iqomic .....	70
<b>BAB V : PENUTUP .....</b>	<b>97</b>
A. Kesimpulan .....	97
B. Saran.....	99
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>100</b>

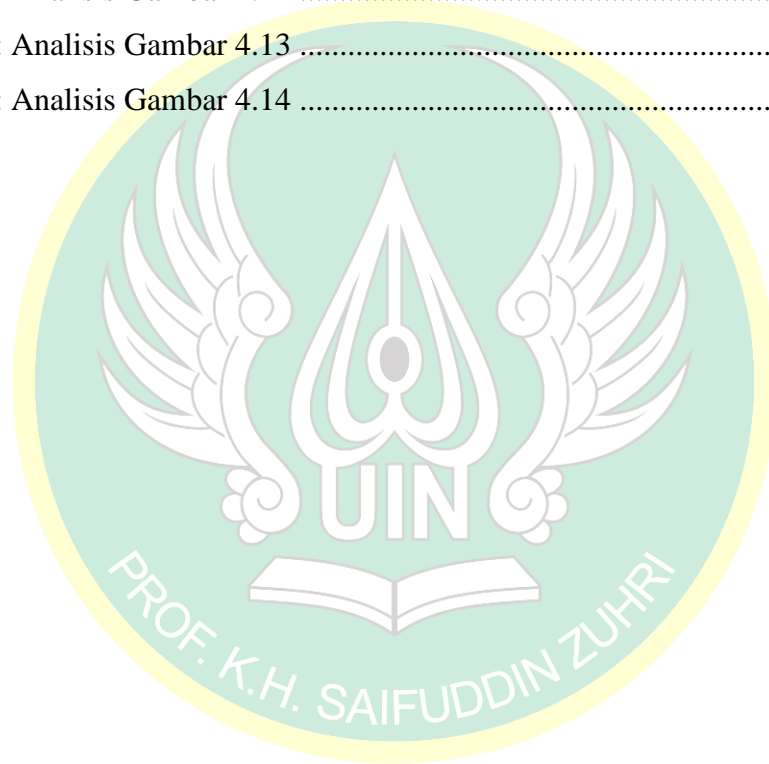


## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1: Beranda Akun Instagram @Iqomic.....	5
Gambar 2.1: Elemen Titik.....	21
Gambar 2.2: Elemen Garis.....	22
Gambar 2.3: Bentuk Geometris.....	23
Gambar 2.4: Bentuk Organik.....	23
Gambar 2.5: Elemen Ruang.....	24
Gambar 2.6: Standar Warna.....	27
Gambar 2.7: Prinsip Keseimbangan.....	33
Gambar 2.8: Huruf Tak Berkait (Sans Serif).....	36
Gambar 2.9: Huruf Berkait (Serif).....	36
Gambar 2.10: Huruf Tulis/Latin (Script).....	37
Gambar 2.11: Huruf Dekoratif.....	37
Gambar 2.12: Huruf Monospace.....	38
Gambar 3. 1: Interactive Model Miles dan Huberman.....	57
Gambar 4. 1: Bang Iqo' (Karakter Iqomic).....	60
Gambar 4. 2: Beranda Akun Instagram @Iqomic.....	61
Gambar 4. 3: Kegiatan IqomicTalk.....	62
Gambar 4. 4: Kegiatan IqomiClass.....	63
Gambar 4. 5: Kegiatan IqomiCamp.....	63
Gambar 4. 6: Kolaborasi Bersama.....	64
Gambar 4. 7: Quotes.....	71
Gambar 4. 8: Quotes.....	73
Gambar 4. 9: Poster.....	76
Gambar 4. 10: Poster.....	79
Gambar 4. 11: Komik Strip.....	82
Gambar 4. 12: Komik Strip.....	86
Gambar 4. 13 : Video Pesan Dakwah (Reels).....	90
Gambar 4. 14: Video Pesan Dakwah (Reels).....	94

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1: Korelasi psikologis antara warna dan manusia.....	29
Tabel 4. 1: Analisis Gambar 4.7 .....	71
Tabel 4. 2: Analisis Gambar 4.8 .....	73
Tabel 4. 3: Analisis Gambar 4.9 .....	77
Tabel 4. 4: Analisis Gambar 4.10 .....	79
Tabel 4. 5: Analisis Gambar 4.11 .....	82
Tabel 4. 6: Analisis Gambar 4.12 .....	86
Tabel 4. 7: Analisis Gambar 4.13 .....	90
Tabel 4. 8: Analisis Gambar 4.14 .....	94



## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Agama Islam memberikan pedoman untuk menciptakan insan yang berbudi luhur, berakhlak, dan cakap yang mampu menciptakan peradaban maju, peradaban maju dalam arti sistem kehidupan manusia yang adil, cangguh, dan mandiri. Bebas dari semua bahaya, ancaman, dan kekhawatiran. Tentu untuk mencapai apa yang diinginkan maka diperlukan yang namanya dakwah. Sebab, ketika Islam pertama kali muncul dalam sejarah manusia, ia berusaha meyakinkan orang-orang tentang kebenaran dan mengajak mereka untuk bergabung dan menjadi pengikutnya.<sup>1</sup>

Pada dasarnya agama Islam menyerukan kepada setiap manusia agar senantiasa melakukan kebaikan, seperti berdakwah. Dakwah adalah bentuk aktivitas berupa ajakan, himbuan, seruan kepada kebaikan yang sesuai dengan nurani, kodrat manusia dan ajaran Al-Qur'an dan Hadits.<sup>2</sup> Allah berfirman dalam surah An-Nahl ayat 125 yang berbunyi:

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

*Artinya: Serulah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik serta debatlah mereka dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang paling tahu siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia (pula) yang paling tahu siapa yang mendapat petunjuk.” (Q.S An-Nahl ayat 125)*

Ayat diatas menjelaskan bahwa perintah dakwah bagi umat Islam hukumnya wajib. Yakni menyampaikan dakwah dengan cara yang arif bijaksana, yaitu melakukan pendekatan sedemikian rupa sehingga pihak objek dakwah mampu melaksanakan dakwah atas kemauan sendiri, tidak merasa ada paksaan, tekanan maupun konflik. Berdakwah juga memberikan nasihat-nasihat atau menyampaikan ajaran-ajaran Islam dengan rasa kasih

<sup>1</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2004), 1.

<sup>2</sup> Abdul Rani Usman, “Metode Dakwah Kontemporer”, *Jurnal Al-Bayan*: Vol. 19, No. 28, (Juli-Desember, 2013), 109.

sayang, sehingga nasihat dan ajaran Islam yang disampaikan tersebut menyentuh hati.<sup>3</sup>

Pada zaman moderen ini, informasi dan komunikasi menjadi sangat penting terutama dalam berdakwah dan menginformasikan nilai-nilai Islam dari satu generasi ke generasi lainnya. Kegiatan dakwah Islam bukan lagi menjadi kewenangan tokoh agama saja. Siapa saja dan dengan metode apa saja bisa mempelajari seputar kajian Islam. Agamawan bukanlah sumber utama pengetahuan agama dalam budaya saat ini. Sumber-sumber ini tersedia melalui penggunaan media audiovisual, audio, surat kabar, ponsel, video, buku, dan sebagainya. Bahkan, dengan kehadiran internet persoalan agama bisa dipelajari dengan mudah dan praktis, baik dari persoalan kecil mengenai ibadah hingga persoalan kompleks. Internet hadir memberikan kemudahan dan dijadikan sumber serta rujukan utama untuk memperoleh informasi terkait pengetahuan agama.<sup>4</sup>

Seiring perkembangan waktu aktivitas dakwah tidak lagi harus selalu hadir dengan model dakwah konvensional, melalui mimbar dan dilakukan oleh seorang da'i; termasuk pengajian, ceramah, majelis taklim, dan teknik dakwah konvensional lainnya. Pesatnya perkembangan teknologi dan informasi sekarang ini banyak memunculkan inovasi-inovasi baru dalam bidang dakwah. Kegiatan dakwah yang tidak mampu menyesuaikan perkembangan teknologi akan membuat agama Islam tidak berkembang dan statis serta jalan ditempat. Karena hal tersebutlah dakwah kontemporer sangat dibutuhkan sekarang ini, dakwah kontemporer menjadi kegiatan dakwah yang memanfaatkan fasilitas teknologi moderen, dakwah konvensional atau dakwah tradisional tidak ditinggalkan secara keseluruhan. Namun, ada inisiatif menggunakan teknologi kontemporer

---

<sup>3</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, 136.

<sup>4</sup> Abdul Basit, "Dakwah Cerdas di Era Moderen", *Jurnal Komunikasi Islam*: Vol 03, no 01, (2013): 77.



untuk memperluas dan memperhatikan topik dakwahnya, materi dakwah yang baru dan media dakwah baru juga tentunya.<sup>5</sup>

Dakwah masa kini harus fleksibel, baru, dan segar. Da'i harus menciptakan karya-karya baru yang lebih substansial dan bermanfaat bagi masyarakat. Dakwah hendaknya tidak menjadi beban atau sumber perpecahan dalam masyarakat. Dakwah harus disampaikan dengan cara yang lebih welas asih dan menyeluruh, dengan mempertimbangkan kebutuhan, bakat, dan kemampuan masyarakat.<sup>6</sup> Dakwah tumbuh menjadi profesi yang membutuhkan pemahaman dan kemampuan tertentu, serta pola pikir yang positif. Akibatnya, kita membutuhkan sekelompok individu yang secara teratur belajar, menggali, tumbuh, dan berinovasi dalam kegiatan dakwah dengan tetap mempertahankan sikap profesional sesuai dengan standar yang berlaku dan tuntutan kebutuhan zaman.<sup>7</sup>

Inovasi dakwah dapat dihadirkan melalui sosial media atau media masa berupa media gambar atau bentuk, media suara, dan media audiovisual. Kita kini memasuki abad dengan fenomena komunikasi yang canggih dan moderen, sehingga kita perlu lebih kreatif dalam menggunakan teknologi untuk melayani kehidupan kita. Media dakwah tidak hanya terdapat di majelis-majelis. Pada zaman moderen ini, dakwah juga dapat ditemukan di media sosial, khususnya Instagram. Desain grafis merupakan salah satu penghubung media sosial untuk berdakwah. Pemikiran inventif anak muda kini dapat ditumpahkan ke media sosial melalui karya desain grafis.

Penggunaan desain grafis sebagai alat dakwah semakin marak. Aktivis dakwah ada pada level individu dan kolektif. Partisipasi masyarakat dalam proses penggunaan desain grafis untuk mengungkapkan pesan dakwah secara grafis merupakan salah satu bukti akan hal tersebut. wujudnya berupa pembuatan grafis atau penyertaan ajakan atau pengingat ibadah yang

---

<sup>5</sup> Mahmuddin, "Aplikasi Dakwah Kontemporer di Bulukumba (Upaya Menangkal Radikalisme Agama)", *Jurnal al Ulum*: volume 16, (2016).

<sup>6</sup> Abdul Basit, "Dakwah Cerdas di Era Moderen", 78.

<sup>7</sup> Fani Agung Mulyani et.al., "Pengaruh Desain Grafis Sebagai Media Dakwah Pada Akun Instagram @taqwart Terhadap Akhlak Followers", Volume 7, No. 2 (2021): 49.

dikemas dalam poster dan dibagikan di media sosial. Video dan foto menjadi karya output yang umumnya digunakan.<sup>8</sup> *Photoshop, Lightroom, Corel Draw, Paint, Canva, Medibang Paint* menjadi aplikasi yang umumnya digunakan.

Salah satu pemanfaatan desain grafis untuk kegiatan dakwah ada pada akun Instagram @Iqomic (*Islamic Quote & Comic*). *Islamic Quote & Comic* atau lebih dikenal dengan @Iqomic adalah sebuah tempat berkumpulnya para pelaku dakwah visual di Indonesia. Tempat berbagi dan kolaborasi seni islami khususnya dalam aspek visual baik secara *offline* maupun *online*, tidak hanya untuk berkarya, tetapi berusaha untuk semata-mata untuk tujuan dakwah *lillahi ta'ala*. Akun Instagram @Iqomic memiliki *followers* kurang lebih 481.000 dengan jumlah postingan 26.000 postingan yang mulai diunggah dari tahun 2016. Dengan metode *repost* ataupun *invite* kolaborator untuk menghadirkan "*User Generated Content*" sebagai galeri yang akan selalu diperbarui. @Iqomic juga memiliki beberapa kegiatan-kegiatan diantaranya: IqomicTalk, IqomiClass, IqomiCamp, Merchandise, Kolaborasi bersama @Iqomic, Komik Cetak, dan Media Partner, serta *event-event* lainnya.

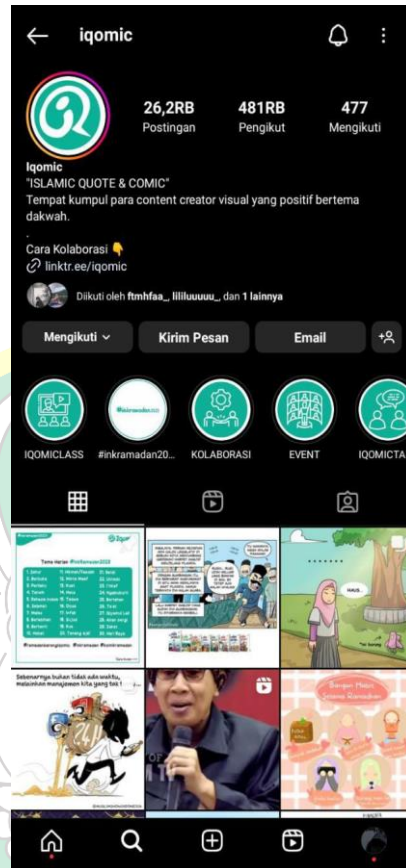
Inovasi dalam bidang dakwah menjadi sesuatu yang penting dalam menjawab tantangan zaman. Sekarang ini terkadang orang cenderung jenuh dengan model dakwah secara tatap muka ataupun hanya dengan mendengar kajian-kajian monoton saja sehingga dakwah menggunakan desain grafis melalui Instagram menjadi salah satu peluang yang cukup efektif dalam menyampaikan pesan dakwah kepada mad'u.

Pada setiap harinya, @Iqomic dapat mengunggah *posting-an* hingga 10 sampai dengan 15 gambar dengan jumlah *like* cukup banyak. Hal tersebut menunjukkan bahwa *followers* akun tersebut merasa tertarik dengan konten dakwah yang dihadirkan. *Quote* dan komik strip menjadi pilihan @Iqomic dengan memadupadankan seni grafis berupa gambar dan tulisan serta warna

---

<sup>8</sup> Fani Agung Mulyani et.al., "Pengaruh Desain Grafis Sebagai Media Dakwah Pada Akun Instagram @taqwart Terhadap Akhlak Followers", 49.

untuk dijadikan sebagai perantara dakwahnya membuat para pembaca semakin tertarik dengan isi pesan yang tertuang dalam setiap unggahan yang mereka *posting*.



Gambar 1.1: Beranda Akun Instagram @Iqomic

Instagram menjadi media utama dalam menyebarkan karya positif dan bermanfaat bagi para pembaca atau netizen. Tentunya dengan menghadirkan konten dakwah visual, materi-materi dakwah Islam yang dikemas melalui desain grafis yang penuh kreativitas. Komposisi warna, bentuk, dan tekstur, serta proporsi desain yang bagus dan kreatif tentunya sangat menarik ditambah dengan penyampian materi dakwah yang *simple* dan mudah dipahami. Dari situlah desain grafis bisa menjadi alternatif atau inovasi dakwah di masa sekarang. Audiens tidak lagi selalu dihadirkan model dakwah yang monoton.

Dari hal tersebutlah, peneliti mengambil kesimpulan untuk melakukan penelitian mengenai, “Desain Grafis Sebagai Media Dakwah (Studi Deskriptif pada Akun Instagram @Iqomic)” yang berupa *feed* yang ada pada akun @Iqomic.

## **B. Penegasan Istilah**

Untuk menghindari penafsiran yang kurang tepat maka penulis memberikan penegasan istilah terhadap istilah-istilah yang terkandung dalam skripsi berjudul, “Desain Grafis Sebagai Media Dakwah (Studi Deskriptif pada Akun Instagram @Iqomic)”.

### **a. Desain Grafis**

Muhammad Suyanto mendefinisikan desain grafis sebagai “aplikasi dari keterampilan seni dan komunikasi untuk kebutuhan bisnis dan industri”. Aplikasi-aplikasi ini dapat meliputi periklanan dan penjualan produk, menciptakan identitas visual untuk institusi, produk, dan perusahaan, lingkungan grafis, desain informasi, dan secara visual menyempurnakan pesan dalam publikasi. Senada dengan Suyanto, Jessica Helfand mendefinisikan desain grafis sebagai kombinasi kompleks kata-kata dan gambar, angka-angka dan grafik, serta foto-foto dan ilustrasi yang membutuhkan pemikiran khusus dari seorang individu yang bisa menggabungkan elemen-elemen ini sehingga mereka dapat menghasilkan sesuatu yang khusus, sangat berguna, mengejutkan, atau sesuatu yang mudah diingat.<sup>9</sup>

Danton Sihombing juga menjelaskan bahwa adanya elemen-elemen grafis; seperti marka, simbol, tipografi dan fotografi atau ilustrasi, diterapkan sebagai perangkat visual dan perangkat komunikasi. Sehingga secara umum, pengertian dari desain grafis adalah seni dalam berkomunikasi menggunakan tulisan, ruang, dan gambar. Desain grafis

---

<sup>9</sup> Leonardo Adi Dharma Widya and Andreas James Darmawan, *Pengantar Desain Grafis*, (Jakarta: Kemendikbud, 2016), 9.

merupakan bagian dari komunikasi visual. Ilmu desain grafis mencakup seni visual, tipografi, tata letak, dan desain interaksi.<sup>10</sup>

Desain grafis dalam kajian ini yaitu untuk menguraikan bagaimana pesan-pesan dakwah yang ada di akun @Iqomic di kemas melalui desain grafis dengan memperhatikan berbagai unsur atau komponen dalam desain grafis yang mencakup titik, garis, bidang, ilustrasi, tipografi, warna, tekstur dan ruang dengan memperhatikan prinsip desain grafis. Desain grafis menjadi salah satu media dakwah dalam kajian ini.

#### b. Media Dakwah

Secara sederhana media merupakan alat, sarana atau saluran yang digunakan sebagai perantara pesan dari sumber kepada penerima pesan. Menurut Mira Fauziah, media dakwah adalah alat atau sarana yang dipergunakan untuk berdakwah dengan tujuan supaya memudahkan penyampaian pesan dakwah kepada *mad'u*.<sup>11</sup> Dari definisi tersebut tadi, maka media dakwah adalah alat yang menjadi perantara penyampaian pesan dakwah kepada mitra atau khlayak dakwah.

Media dakwah ini biasa juga disebut sebagai *wasilah*. Hamzah Ya'qub membagi *wasilah* dakwah menjadi lima macam, yaitu lisan, tulisan, lukisan, audio visual, dan akhlak:

- a) Lisan, inilah *wasilah* dakwah yang paling sederhana yang menggunakan lidah dan suara, dakwah dengan *wasilah* ini dapat berbentuk pidato, ceramah, kuliah, bimbingan, dan penyuluhan.
- b) Tulisan, buku majalah, surat kabar, surat menyurat (korespondensi), spanduk, *flash-card*, dan sebagainya.
- c) Lukisan, gambar, karikatur, dan sebagainya.
- d) Audio visual, yaitu alat dakwah yang merangsang indra pendengaran atau penglihatan dan kedua-duanya, televisi, film, internet, dan sebagainya.

9. <sup>10</sup> Leonardo Adi Dharma Widya and Andreas James Darmawan, *Pengantar Desain Grafis*,

<sup>11</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2016), 404.

e) Akhlak, yaitu perbuatan-perbuatan nyata yang mencerminkan ajaran Islam dapat dinikmati serta didengarkan oleh *mad'u*.<sup>12</sup>

Berdasar uraian di atas desain grafis sebagai media dakwah dalam penelitian ini yaitu merujuk kepada aktivitas seseorang atau sekelompok orang yang memiliki tujuan mengajak, menyeru, atau memanggil sesama manusia untuk berbuat baik, melaksanakan kebajikan dan mencegah kemungkaran dengan menghadirkan model dakwah moderen dengan memanfaatkan perkembangan teknologi yang ada, salah satunya dengan desain grafis.

### C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

Bagaimana desain grafis di akun Instagram @Iqomic menjadi media dakwah?

### D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini berdasar pada uraian rumusan masalah di atas adalah untuk mengkaji lebih dalam dan mendeskripsikan desain grafis di akun Instagram @Iqomic menjadi media dakwah.

### E. Manfaat Penelitian

Dari adanya penelitian harapannya mampu memberikan manfaat, baik itu dari aspek teoritis ataupun aspek praktis. Kedua kategori manfaat ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

#### 1. Manfaat Teoritis

Secara teori, relevansi penelitian ini adalah untuk melengkapi *body of knowledge* terkait dengan pemanfaatan desain grafis untuk mengemas pesan-pesan dakwah. Selanjutnya, Penelitian ini bertendensi untuk menambah dan memberikan informasi segar dan baru tentang desain grafis sebagai media dakwah dan temuan tersebut kemudian dapat digunakan sebagai referensi dan rujukan sebagai kajian dakwah

---

<sup>12</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, 120.

menyikapi penggunaan desain grafis pada Instagram, sebagai jenis media dakwah di Indonesia pada masa moderen ini.

## 2. Manfaat Praktis

Secara efektif, temuan penelitian ini memiliki kecenderungan untuk digunakan sebagai literatur, terutama terkait dengan topik dakwah melalui desain grafis. Penelitian ini juga diharapkan menjadi referensi ilmiah mengenai bagaimana pesan-pesan dakwah dikemas melalui desain grafis yang ada di media sosial khususnya Instagram.

Selanjutnya, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan dorongan kepada para penggiat dakwah visual agar semakin istiqomah dan kreatif dalam mengembangkan media dakwah.

## F. Kajian Pustaka

Kajian pustaka berisi uraian teori dari hasil tinjauan studi yang pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, dimana menjelaskan sejumlah penelitian yang sama dengan penelitian nantinya hendak dilakukan. Peneliti mencoba menggali beberapa penelitian terdahulu sebagai bahan rujukan terkait penelitian yang akan dilakukan mengenai “Desain Grafis Sebagai Media Dakwah (Studi Deskriptif pada Akun Instagram @Iqomic)”. Berikut beberapa referensi yang berkaitan dengan penelitian yang penulis lakukan:

*Pertama*, penelitian yang dilakukan oleh Afrizal Zulkarnain dengan judul “Penggunaan Desain Grafis Pada Majalah Hidayatullah Sebagai Media Dakwah Dalam Menarik Minat Baca Mad’u Di Bandar Lampung”. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.<sup>13</sup> Untuk meningkatkan motivasi membaca mad’u di Bandar Lampung, penelitian ini melihat bagaimana konsep desain grafis yang digunakan pada majalah Hidayatullah. Penggunaan desain grafis sebagai alat dakwah di majalah Hidayatullah memiliki fungsi dan pengaruh yang signifikan, berdasarkan temuan atau kesimpulan penulis. Gambaran ini mampu menangkap minat

---

<sup>13</sup> Afrizal Zulkarnain, “*Penggunaan Desain Grafis Pada Majalah Hidayatullah Sebagai Media Dakwah Dalam Menarik Minat Baca Mad’u Di Bandar Lampung*”, (Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018).

pembaca mad'u Bandar Lampung. Hal ini terlihat dari peningkatan pelanggan Majalah Hidayatullah dari tahun sebelumnya.

Metode penelitian kualitatif deskriptif peneliti mirip dengan skripsi Afrizal Zulkarnain. Perbedaannya adalah objek penelitian Afrizal Zulkarnain adalah desain grafis di Majalah Hidayatullah, sedangkan peneliti mengkaji desain grafis pada akun @Iqomic di Instagram yang dijadikan sebagai media dakwah.

*Kedua*, Fitri Miftahul Jannah melakukan penelitian dengan judul “Desain Grafis Sebagai Media Dakwah (Studi Deskriptif Desain Grafis Sebagai Media Dakwah di Lembaga Dakwah Mahasiswa (LDM) UIN Sunan Gunung Djati Bandung)”. Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati.<sup>14</sup> Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana desain grafis dibuat, bagaimana elemen dan prinsip desain grafis digunakan, dan bagaimana pesan dakwah disampaikan di Instagram menggunakan media desain grafis. Menurut temuan penelitian, pesan dakwah disebarakan melalui platform seni visual, dengan informasi yang ditampilkan dalam desain *Microblogging*, *Listicle*, dan *Comic*. Pesan-pesan dari Al-Qur'an dan As-Sunnah yang berkaitan dengan keadaan *mad'u* disediakan sebagai bahan dakwah.

Pendekatan yang digunakan Fitri Miftahul Jannah dengan peneliti menggunakan penelitian kualitatif deskriptif. Obyek kajian Fitri Miftahul Jannah adalah LDM UIN Sunan Gunung Djati Bandung yang menjadikan penelitiannya unik. Sedangkan, objek yang peneliti gunakan adalah akun @Iqomic di Instagram.

*Ketiga*, penelitian yang dilakukan oleh Fani Agung Mulyani, Bambang S Ma'arif, Parihat Kamil dengan judul “Pengaruh Desain Grafis Sebagai Media Dakwah Pada Akun Instagram @taqwart Terhadap Akhlak

---

<sup>14</sup> Fitri Miftahul Jannah, “Desain Grafis Sebagai Media Dakwah (Studi Deskriptif Desain Grafis Sebagai Media Dakwah di Lembaga Dakwah Mahasiswa (LDM) UIN Sunan Gunung Djati Bandung)”, (Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati, 2021).



*Followers*”. Universitas Islam Bandung.<sup>15</sup> @taqwart adalah akun media sosial Instagram yang memuat aktivitas dakwah dengan tema desain grafis. Aspek desain grafis akun memiliki kekuatan persuasif dan dapat mempengaruhi moral para pengikutnya. Keberhasilan upaya persuasif akan ditentukan oleh aspek desain grafis. Kajian ini mencoba melihat dampak desain grafis sebagai media dakwah terhadap moralitas penganutnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh desain grafis sebagai media dakwah akun Instagram @taqwart (X) terhadap akhlak berdasarkan nilai R-Square pada tabel LXI dan hasil pengujian hipotesis pada tabel LX pengikut (Y). Asumsi H1a, H1b, H1c, H2 dan H3 benar dan sah dalam penelitian ini mengingat H0 tidak terbukti dan Ha diterima.

Metodologi penelitian yang digunakan oleh peneliti dan penelitian yang disebutkan di atas berbeda. Dalam kajiannya, Fani Agung Mulyani, Bambang S Ma'arif, dan Parihat Kamil menilai sejauh mana pengaruh desain grafis sebagai alat dakwah terhadap akhlak pengikutnya dengan menggunakan metodologi kuantitatif. Sementara itu peneliti menggunakan metode kualitatif deskriptif.

*Keempat*, Andi Pranata melakukan penelitian dengan judul “Desain Grafis Akun Dakwah Sebagai Media Dakwah (Studi Deskriptif Media Sosial Line)”. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.<sup>16</sup> Dalam karya ini, penulis mencermati bagaimana desain grafis dapat membantu menyebarkan pesannya dengan menampilkan gambar-gambar akhlak kepada Allah. Dalam penelitian ini, metodologi kualitatif deskriptif digunakan. Penerapan kaidah dan estetika akun dakwah memiliki sejumlah kekurangan. Secara keseluruhan, pendekatan visual yang digunakan dapat menyampaikan dakwah segar yang menarik perhatian *followers* untuk melihat, membaca, dan kemudian mem-*posting* ulang melalui akun pribadi kepada orang lain melalui media sosial LINE.

---

<sup>15</sup> Fani Agung Mulyani et.al., “Pengaruh Desain Grafis Sebagai Media Dakwah Pada Akun Instagram @taqwart Terhadap Akhlak Followers”, Volume 7, No. 2 (2021).

<sup>16</sup> Andi Pranata, “*Desain Grafis Akun Berdakwah Sebagai Media Dakwah (Studi Deskriptif Terhadap Media Sosial Line)*”, (Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2016).

Metode penelitian peneliti adalah deskriptif kualitatif, sesuai dengan skripsi Andi Pranata. Obyek penelitian inilah yang membedakannya. Akun dakwah di platform media sosial Line menjadi objek penelitian Andi Pranata sementara peneliti adalah akun @Iqomic di media sosial Instagram.

*Kelima*, Vanny Rosa Marini melakukan penelitian dengan judul “Strategi Muslim Designer Community (MDC) Dalam Mengembangkan Desain Komunikasi Visual Sebagai Media Dakwah”.<sup>17</sup> Univeristas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. Penelitian ini menggunakan teknik kualitatif dan deskriptif. Strategi keseluruhan MDC adalah mengembangkan karya desain yang kemudian didistribusikan melalui media cetak dan digital, serta menyelenggarakan berbagai pelatihan desain, pameran, konferensi, dan kegiatan debat tentang kolaborasi desain dan dakwah. MDC telah menggunakan berbagai pendekatan untuk menyempurnakan desain komunikasi visual sebagai platform penyampaian pesan. Desain tersebut dipilih oleh MDC karena sesuai dengan keahlian mereka. MDC dimaksudkan untuk menjadi perpanjangan inovatif bagi para mubaligh untuk berdakwah.

Skripsi peneliti dan skripsi Vanny Rosa Marini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif deskriptif. Perbedaan penelitian terletak pada fokus analisisnya; Analisis Vanny Rosa Marini difokuskan pada Desain Komunikasi Visual. Sedangkan analisis peneliti berfokus pada desain grafis yang dijadikan media penyampai pesan dakwah.

*Keenam*, Sugeng Nur Oktaviani melakukan penelitian berjudul, “Karya Desain Grafis Sebagai Media Dakwah Dalam Akun “Santri Design Community” Pada Instagram”. IAIN Ponorogo.<sup>18</sup> Penelitian ini mengklaim bahwa desain grafis adalah sejenis komunikasi visual yang menggunakan gambar untuk menyampaikan ide atau informasi dengan jelas. Tujuan dari

---

<sup>17</sup> Vanny Rosa Marini, “*Strategi Muslim Designer Community (MDC) Dalam Mengembangkan Desain Komunikasi Visual Sebagai Media Dakwah*”, (Univeristas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2017).

<sup>18</sup> Sugeng Nur Oktaviani, “*Karya Desain Grafis Sebagai Media Dakwah Dalam Akun “Santri Design Community” Pada Instagram*”, (IAIN Ponorogo, 2020).

penelitian ini adalah menganalisis pernyataan dakwah yang diposting di akun Santri Design Community (SDC) dan menentukan karya desain grafis yang diposting di sana. Untuk mengumpulkan data, penulis menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut data penelitian, produk Santri Design Community adalah poster dengan pesan dakwah yang disebarakan melalui media sosial. Poster-poster ini dimaksudkan untuk mengirimkan informasi, saran, atau ide tertentu untuk menarik minat pemirsa dalam menjalankan konten. Pesan-pesan dakwah yang terdapat dalam akun Santri Design Community ditinjau dari kandungan elemen desain grafis dan dari sudut pandang Islami agar dapat menggugah keinginan pemirsa untuk menjalankan konten-konten tersebut.

Peneliti dan skripsi Sugeng Nur Oktaviani memiliki metode penelitian yang sama, yaitu kualitatif. Perbedaan penelitian ini terletak pada objek penelitian dan analisis yang digunakan. Obyek penelitian Sugeng Nur Oktaviani untuk analisis konten adalah akun Santri Design Community. Sedangkan akun @Iqomic di Instagram menjadi subjek penelitian peneliti ini, analisis yang digunakan khususnya model Milles dan Huberman.

#### **G. Sistematika Pembahasan**

Untuk memudahkan apa yang ada dalam penelitian ini, peneliti akan membagi sistematika pembahasan menjadi lima bab.

Bab pertama adalah pendahuluan yang berisi latar belakang masalah, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka, dan sistematika pembahasan.

Bab kedua membahas mengenai teori desain grafis, teori dakwah, pesan dan media dakwah, serta desain grafis sebagai media dakwah.

Bab ketiga membahas metode penelitian yang berisi tentang pendekatan dan jenis penelitian, subjek dan objek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data dan analisis data.

Bab keempat menjelaskan mengenai gambaran umum dan analisis hasil penelitian. Pada bab ini berisi gambaran umum @Iqomic, media sosial

Instagram, dan analisis seni desain grafis sesuai dengan teori yang digunakan.

Bab kelima, penutup yang berisi kesimpulan dan saran.



## BAB II LANDASAN TEORI

### A. Konsep Dasar Desain Grafis

#### 1. Pengertian Desain Grafis

Grafis dalam istilah Bahasa Inggris disebut *Graphic* diartikan sebagai goresan yang berupa titik-titik atau garis yang berhubungan dengan kegiatan cetak mencetak. Desain menurut Atisah Sipahelut diartikan sebagai bentuk rumusan dan suatu proses pemikiran. Rumusan atau proses pemikiran yang dituangkan dalam wujud gambar tersebut merupakan pengalihan gagasan kongkrit perancang kepada orang lain. Desain grafis dapat diartikan sebagai proses pemikiran untuk mengalihkan gagasan dalam wujud gambar. Istilah grafis seringkali dikaitkan dengan gambar dan dikategorikan sebagai bahan komunikasi visual. Penggunaan bahan-bahan visual (gambar, foto, film, televisi, transparansi, bagan, diagram, ilustrasi teks, animasi, dan sebagainya).<sup>19</sup>

Kata desain memiliki arti merancang atau merencanakan. Kata grafis sendiri mengandung dua pengertian: (1) *graphien* (Latin = garis, marka) yang kemudian menjadi *graphic arts* atau komunikasi grafis, (2) *graphise vakken* (Belanda = pekerjaan cetak) yang di Indonesia menjadi grafika, diartikan sebagai percetakan. Jadi, pengertian desain grafis adalah pekerjaan dalam bidang komunikasi visual yang berhubungan dengan grafika (cetakan) dan atau pada bidang dua dimensi, dan statis (tidak bergerak dan bukan *time-based image*). Secara khusus, desain grafis adalah keahlian menyusun dan merancang unsur visual menjadi informasi yang dimengerti publik atau masyarakat.<sup>20</sup>

Menurut pakar semiotika visual Sumbo Tinarbuko, desain grafis adalah ilmu yang mendalami kreasi seni seperti yang digunakan dalam

---

<sup>19</sup> Pujiriyanto, *Desain Grafis Komputer (Teori Grafis Komputer)*, (Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2005), 1-2.

<sup>20</sup> Leonardo Adi Dharma Widya and Andreas James Darmawan, *Pengantar Desain Grafis*, (Jakarta: Kemendikbud, 2016), 4.

berbagai media komunikasi grafis dengan menerapkan komponen-komponen desain grafis seperti gambar (ilustrasi), huruf dan seni visual, warna, proporsi, struktur, dan tata letak.<sup>21</sup> Danton Sihombing juga menjelaskan bahwa adanya elemen-elemen grafis; seperti marka, simbol, tipografi dan fotografi atau ilustrasi, diterapkan sebagai perangkat visual dan perangkat komunikasi. Sehingga secara umum, pengertian dari desain grafis adalah seni dalam berkomunikasi menggunakan tulisan, ruang, dan gambar. Desain grafis merupakan bagian dari komunikasi visual. Ilmu desain grafis mencakup seni visual, tipografi, tata letak, dan desain interaksi.<sup>22</sup>

Desain grafis adalah suatu bentuk komunikasi visual yang menggunakan gambar untuk menyampaikan informasi atau pesan seefektif mungkin. Dalam desain grafis, teks juga dianggap gambar karena teks merupakan hasil abstraksi simbol-simbol yang bisa dibunyikan. Terkadang kita juga bisa menikmati seni visual grafis yang tidak hanya berupa gambar, tetapi serangkaian huruf yang dibentuk dengan mudah.

Desain grafis pada masa sekarang dikenal sebagai “Desain Komunikasi Visual”, dinamakan demikian karena dalam proses penyampaian pesan dan informasi kepada audiens melalui penggunaan komponen yang sangat visual seperti warna, ilustrasi, tipografi, dan garis. Karena menggabungkan seni rupa dengan komunikasi korporat, desain grafis terkadang digambarkan sebagai seni komersial.<sup>23</sup> Menurut definisi ini, desain grafis adalah seni yang dimaksudkan atau dibuat untuk mengirim pesan dalam simbol yang diungkapkan oleh penyelarasan komponen warna, tipografi, grafik, atau gambar ke dalam media yang dapat diakses oleh komunikator sasaran.

---

<sup>21</sup> Namuri Migotuwio, *Desain Grafis: Kemarin, Kini, dan Nanti*, (Lampung: Alinei Media Dipantara, 2020), 5.

<sup>22</sup> Leonardo Adi Dharma Widya and Andreas James Darmawan, *Pengantar Desain Grafis*, 4.

<sup>23</sup> Fahmi Casofa, Akib Isa, *Gerbang Kreativitas: Jagat Desain Grafis*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013), 1.

Desain grafis adalah jenis media transmisi yang menggabungkan komponen visual seperti bentuk, gambar, bahasa, dan elemen lain untuk menyampaikan ide atau konsep kepada khalayak. Selain itu, Desain grafis adalah teknik visual lain yang digunakan untuk mengkomunikasikan tujuan pencipta kepada pembaca atau penonton atas pesan apa yang ingin disampaikan. Secara umum, dengan menggunakan desain grafis manusia akan lebih mudah memahami makna yang disarankan dari item yang dilihat secara lebih sederhana jika disajikan dalam bentuk gambar ataupun tipografi.

Desain grafis sebagai seni dekat dengan apa yang kita sebut sebagai keindahan (estetika). Keindahan sebagai kebutuhan setiap orang, mengandung nilai-nilai subjektivisme. Oleh sebab itu kualitas rasa seni seseorang pasti berbeda. Dalam menghasilkan karya visual desain grafis yang menarik dan bernilai seni, pemahaman terhadap elemen-elemen atau unsur-unsur dasar desain grafis adalah wajib.

Dalam desain grafis terdapat beberapa elemen atau unsur penyusun. Elemen grafis ini berkaitan erat dengan pembuatan *layout*. Elemen grafis tersebut diantaranya mencakup garis, titik, bidang, warna, tipografi dan fotografi.<sup>24</sup> Yang dimana ketika unsur-unsur tersebut digabungkan dan dirancang dengan baik untuk menghasilkan sebuah media komunikasi yang komunikatif dan sugestif. Untuk membuat desain yang berkualitas, diperlukan pertimbangan yang cerdas dalam mengorganisasikan elemen-elemen grafis sesuai dengan prinsip-prinsip desain secara tepat dengan memperhatikan ketersediaan bahan atau material. Hal tersebut selaras dengan pendapat Stephen McElroy, bahwa ciri desain yang kreatif adalah dapat menarik minat pembaca, tulisan didalamnya mudah dimengerti dan dipahami, informasi tulisan dilengkapi dengan informasi visual, dapat mengangkat intisari tulisan

---

<sup>24</sup> Pujiriyanto, *Desain Grafis Komputer (Teori Grafis Komputer)*, 87.

dan dapat menceritakan suasana setempat dan perasaan orang yang bersangkutan.<sup>25</sup>

## 2. Perkembangan Desain Grafis

Sejak abad ke-15, masyarakat telah meletakkan peranan seni dalam menambah nilai estetika dalam kehidupan mereka. Pada saat ini, profesi desain grafis belum berdiri sendiri, masih menjadi bagian dari dunia seni. Pada abad ke-17, Henry Cole menjadi salah seorang yang paling berpengaruh dalam pendidikan desain di Inggris. Ia meyakinkan pemerintah tentang pentingnya desain dalam sebuah jurnal yang berjudul *Journal of Design and Manufactures*. Ia menyelenggarakan *The Great Exhibition* sebagai perayaan atas munculnya teknologi industri modern dan desain bergaya Victoria.<sup>26</sup>

Pada abad ke-18, tepatnya dari tahun 1891 sampai 1896, percetakan William Morris Kelmscott mempublikasikan buku karya desain grafis yang dibuat oleh gerakan *Arts and Crafts* dan membuat buku dengan desain yang lebih bagus dan elegan untuk dijual kepada orang-orang kaya. Morris membuktikan adanya potensi pasar untuk produk-produk desain grafis. Morris juga memelopori pemisahan desain grafis dari seni rupa. Karya-karya Morris dan karya dari pergerakan *Private Press* secara langsung memengaruhi Art Nouveau, dan secara tidak langsung mempengaruhi perkembangan awal dunia desain grafis.<sup>27</sup>

Pada abad ke-19, komunikasi grafis menjadi bidang profesi yang berkembang sangat pesat sejak Revolusi Industri, di saat informasi melalui media cetak semakin luas digunakan dalam perdagangan (iklan, kemasan), penerbitan (koran, buku, majalah), dan informasi seni budaya. Perkembangan bidang ini erat hubungannya dengan meningkatnya kesadaran akan manfaat yang dapat dipetik dari keakuratan penyampaian informasi pada masyarakat. Kata *graphic*

---

<sup>25</sup> Pujiriyanto, *Desain Grafis Komputer (Teori Grafis Komputer)*, 92.

<sup>26</sup> Leonardo, *Pengantar Desain Grafis*, 12.

<sup>27</sup> Leonardo, *Pengantar Desain Grafis*, 12



*design* kali pertama digunakan pada tahun 1922 di sebuah esai berjudul *New Kind of Printing Calls for New Design* yang ditulis oleh William Addison Dwiggins, seorang desainer buku Amerika.<sup>28</sup>

Tahun 1880-1930, perkembangan seni grafis mengalami akselerasi pada dekade ini. Art Nouveau memperkenalkan bahwa grafis dan desain bukan sekedar media untuk mengomunikasikan ide-ide baru namun juga mengekspresikan sesuatu. Seniman seperti Toulouse Lautrec, pengusaha Peter Behrens, arsitek Frank Lloyd Wright dan Charles Mackintosh membawa gaya baru dalam desain grafis dengan berbagai cara dan mulai menempatkan grafis sebagai media secara serius.<sup>29</sup>

Masa Bauhaus 1920-an, pada masa ini perkembangan, *layout* dan jenis desain mulai dikenalkan oleh *The de Stijl Group*. Secara bersamaan di Rusia telah diintegrasikan struktur formal dalam pengajaran grafis. Grafis mulai dipelajari dalam bentuk disiplin ilmu baru, khususnya di Bauhaus, Rusia. Sekolah-sekolah desain didirikan oleh arsitek Walter Gropius pada tahun 1919. Bauhaus merupakan sumber inspirasi penting perkembangan gaya desain grafis pada Abad 20. Pada periode yang sama 1900-1930 pertumbuhan periklanan merupakan pasar baru bagi desainer. Tipografi secara eksklusif berperan dalam publikasi buku. Kompetisi untuk memperlihatkan diri sebagai iklan modern mendorong penggunaan teknik dan cara baru seperti teknologi *halftone* dan *line block full color* dalam proses cetak, termasuk variasi berbagai jenis *display*. Gaya moderen masuk menjadi arus utama (*main stream*). Contohnya semangat Mondrian tervisualisasikan di dalam kemasan makanan coklat (*Black Magic*) dan pembungkus rokok du Maurier pada tahun 1930-an. Pada akhir Perang Dunia II desain grafis menjadi gaya dan selera internasional.<sup>30</sup>

---

<sup>28</sup> Leonardo, *Pengantar Desain Grafis*, 12

<sup>29</sup> Pujiriyanto, *Desain Grafis Komputer (Teori Grafis Komputer)*, 4.

<sup>30</sup> Pujiriyanto, *Desain Grafis Komputer (Teori Grafis Komputer)*, 4.

Pada abad ke-20, peranan komunikasi yang diemban makin beragam, antara lain informasi umum (*information graphics, signage*), pendidikan (materi pelajaran dan ilmu pengetahuan, pelajaran interaktif pendidikan khusus), persuasi (periklanan, promosi, kampanye sosial), dan pementasan identitas (*logo, corporate identity, branding*). Munculnya istilah komunikasi visual sebenarnya juga merupakan akibat dari makin meluasnya media yang dicakup dalam bidang komunikasi lewat bahasa rupa ini, yaitu percetakan/grafika, film/video, televisi, web design, CD interaktif, gadget (*android, tablet, iphone*), dan lain-lain. Perkembangan itu telah membuat bidang ini menjadi kegiatan bisnis yang sekarang sangat marak melibatkan modal besar dan banyak tenaga kerja. Kecepatan perkembangannya pun berlomba dengan kesiapan tenaga penunjang pada profesi desain grafis.<sup>31</sup>

Hingga pada masa sekarang yaitu abad ke-21 ini, peranan desain grafis menjadi sangat individual. Hal ini terjadi karena adanya pengaruh tren media sosial dalam dunia komunikasi teknologi, yang menjadikan media komunikasi lebih berbasis personal, testimonial, dan komunitas. Dengan demikian, kuantitas pengguna desain grafis menjadi semakin luas, untuk itu semakin dibutuhkan pula nilai-nilai profesionalisme untuk memberikan lingkup dan peranan yang jelas bagi dunia desain grafis dalam dunia komunikasi seni.<sup>32</sup>

### 3. Elemen-Elemen Desain Grafis

Dalam desain grafis elemen erat kaitannya dengan pembuatan *layout*. Masing-masing sifat-sifat dari elemen perlu dipelajari sehingga untuk menggabungkan sekian banyak elemen menjadi bentuk yang serasi. Elemen desain grafis merupakan unsur pembentuk desain grafis itu sendiri. Dalam membuat sebuah desain grafis, diperlukan komponen-komponen yang menjadi dasar visual dalam memberikan peranan komunikasi secara visual. Elemen-elemen tersebut diantaranya:

---

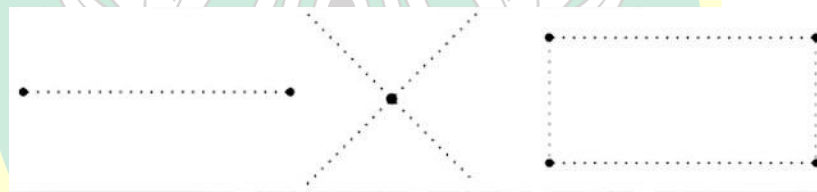
<sup>31</sup> Leonardo, *Pengantar Desain Grafis*, 13.

<sup>32</sup> Leonardo, *Pengantar Desain Grafis*, 13.

a. Titik

Sebagai salah satu komponen desain grafis yang paling mendasar, baik berdiri sebagai individual maupun sebagai kelompok, komponen titik memberikan nuansa komunikasi yang berarti dalam sebuah desain.<sup>33</sup> Potensi titik, antara lain sebagai berikut:

- 1) Membentuk sebuah makna: titik tunggal bermakna selesai, titik berkelompok bermakna kesatuan atau kebersamaan.
- 2) Mengekspresikan nilai statis dan emosi: titik tunggal yang berdiri sebagai kemantapan atau bernilai absolut serta berdiri sebagai penekanan selesai;
- 3) dalam desain, bisa berperan sebagai pemberian aksent (sebagai elemen dekoratif, elemen emosi, dan elemen bahasa gambar).<sup>34</sup>



Gambar 2.1: Elemen Titik

b. Garis

Garis adalah sebuah komponen desain grafis yang merupakan perapatan dari sekelompok titik yang berurut, baik berdiri sebagai elemen utama maupun bagian dari (aksent) komunikasi. Komponen garis memberikan juga nuansa komunikasi yang berarti dalam sebuah desain.<sup>35</sup> Potensi garis, antara lain sebagai berikut:

- 1) Membentuk garis tepi atau kontur sebuah benda.
- 2) Mengekspresikan gerak dan emosi (garis horizontal: tenang, mati; garis diagonal: labil (tidak stabil); garis zigzag:

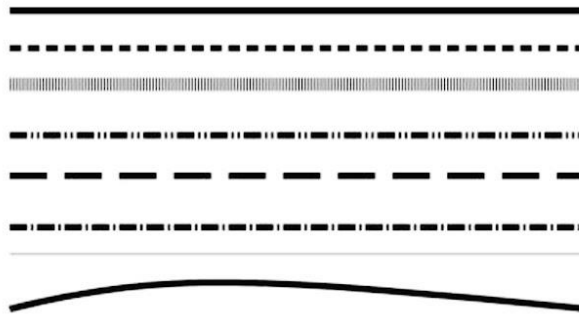
<sup>33</sup> Leonardo, *Pengantar Desain Grafis*, 25.

<sup>34</sup> Leonardo, *Pengantar Desain Grafis*, 25.

<sup>35</sup> Leonardo, *Pengantar Desain Grafis*, 26.

kehancuran, retak, tidak tenang; garis bergelombang: hidup, kelembutan);

- 3) dalam desain, bisa berperan sebagai pemberian aksen (sebagai pembatas, kolom, dan dekoratif desain).<sup>36</sup>



Gambar 2.2: Elemen Garis

#### c. Bentuk

Bentuk adalah sebuah komponen desain grafis yang merupakan bertemunya titik awal garis dengan titik akhir garis. Tentunya, hasil dari garis yang bertemu ini membentuk sebuah bidang. Bidang tersebut, baik berdiri sebagai elemen utama maupun bagian dari (aksen) komunikasi, sangat berperan dalam memberikan nuansa komunikasi yang berarti dalam sebuah desain. Potensi bentuk antara lain sebagai berikut:

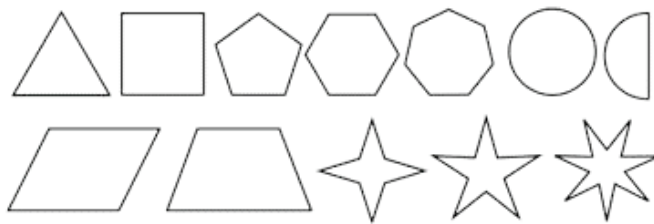
- 1) Istilah bentuk digunakan untuk menyatakan suatu bangun/shape yang tampak dari suatu benda.
- 2) Bentuk merupakan rupa keliling dari sebuah rancang.
- 3) Bentuk mempunyai garis luar (outline) atau pembatas disekitarnya.
- 4) Bentuk memaksimalkan karakter/kesan yang ingin dicapai.<sup>37</sup>

Ada 2 bentuk dasar dalam desain grafis, yaitu: Geometris dan Organik.

<sup>36</sup> Leonardo, *Pengantar Desain Grafis*, 26.

<sup>37</sup> Leonardo, *Pengantar Desain Grafis*, 26.

- 1) Bentuk Geometris (segitiga, segiempat, segilima, lingkaran, trapesium, dan seterusnya). Bentuk geometris ini, merupakan sebagian dari bentuk dasar yang dipergunakan sebagai acuan dasar desainer dalam merancang.
- 2) Bentuk Organik, lengkungan bebas dan fleksibel.<sup>38</sup>



Gambar 2.3: Bentuk Geometris



Gambar 2.4: Bentuk Organik

#### d. Ruang

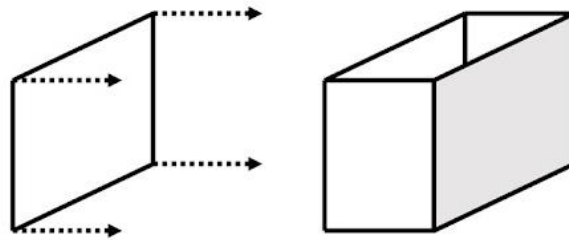
Ruang adalah sebuah komponen desain grafis yang merupakan kelanjutan dari bentuk yang dikembangkan dapat membentuk ruang imajiner yang terkait persepsi pengamatnya.<sup>39</sup> Ruang sangat berperan dalam memberikan nuansa 3 dimensi dalam unsur komunikasi visual. Potensi ruang, antara lain sebagai berikut:

- 1) Ruang menjadi pengembangan bidang yang menjadi bidang lain tetapi tidak hanya sekadar bidang baru. Ruang harus memiliki dimensi sehingga melahirkan berat/massa pada bidang baru yang disebut ruang.

<sup>38</sup> Leonardo, *Pengantar Desain Grafis*, 27.

<sup>39</sup> Leonardo, *Pengantar Desain Grafis*, 28.

- 2) Sebuah bentuk 3 dimensi dapat digambarkan pada permukaan papir yang terdiri atas beberapa bentuk 2 dimensi.
- 3) Selain membentuk nuansa 3 dimensi, ruang juga dapat memperlihatkan penggabungan bentuk dari sisi/cara pandang yang berbeda (*gestalt*).
- 4) Ruang kosong dimanfaatkan agar rancangan tidak terlalu penuh.
- 5) Ruang kosong dimanfaatkan sebagai pemisah.<sup>40</sup>



Gambar 2.5: Elemen Ruang

e. Warna

Warna merupakan unsur penting dalam desain. Selain itu, warna dapat menampilkan identitas atau citra yang ingin disampaikan. Warna adalah hal yang pertama dilihat oleh seseorang. Warna akan membuat kesan atau *mood* untuk keseluruhan gambar. Warna menjadi penting dalam desain grafis karena dapat menarik perhatian, meningkatkan mood, memberikan dampak psikologis kepada yang melihat, dan mampu memberikan sugesti mendalam pada manusia. Dalam komunikasi grafis, penggunaan warna perlu ditata dan disusun dengan tepat sehingga menimbulkan suasana, mempengaruhi luas kehidupan manusia sekaligus lambing psikologis.<sup>41</sup>

<sup>40</sup> Leonardo, *Pengantar Desain Grafis*, 29.

<sup>41</sup> Pujiriyanto, *Desain Grafis Komputer (Teori Grafis Komputer)*, 43.

Warna juga merepresentasikan terhadap pesan komunikasi yang akan di sampaikan. Untuk mencapai desain warna yang efektif dimulai dengan memilih warna yang bisa merepresentasikan tujuan daripada komunikasi grafis yang dibuat sesuai dengan tujuan atau pesan yang ingin di sampaikan. Misalnya, ketika hendak mendesain media grafis untuk anak-anak TK, maka ada baiknya memilih warna-warna cerah untuk membuat suasana ceria. Sementara untuk membuat situs komunitas dapat dipergunakan warna-warna hangat agar menimbulkan suasana yang lebih santai. Sebaliknya jika bermaksud untuk menonjolkan informasi, dimana *content* akan mendominasi, maka sebaiknya menggunakan warna-warna sederhana dan tidak mengganggu. Misalnya jangan menggunakan *background* bunga-bunga dengan warna-warna mencolok.

Ahli grafis dari Jerman Le Blond menyederhanakan temuan Newton menjadi tiga warna pokok, yaitu merah, kuning, biru yang dinamakan warna primer. Percampuran dua warna pokok disebut warna sekunder, yaitu merah dan biru menjadi ungu, merah dan kuning menjadi oranye, hijau dan ungu menjadi hijau ungu. Percampuran warna sekunder disebut warna tersier, yaitu orange dan ungu menjadi orange ungu, orange dan hijau menjadi orange hijau, hijau dan ungu menjadi hijau ungu.<sup>42</sup>

#### 1) Warna pokok (primer)

Warna primer adalah warna yang menjadi pedoman setiap orang untuk menggunakannya. Dalam penggunaannya warna pokok ada dua macam. Untuk grafis, yang dipakai adalah pigmen yang terdiri dari biru (*cyan*), merah (*magenta*), dan kuning (*yellow*). Pada foto dan grafis komputer, warna pokok cahaya terdiri dari *red*, *green*, dan *blue* (RGB). Dalam komputer, warna-warna yang pertama *cyan*, *magenta*, dan *yellow* masih

---

<sup>42</sup> Pujiriyanto, *Desain Grafis Komputer (Teori Grafis Komputer)*, 44.

bisa ditambahkan warna *key* (hitam) sehingga dikenal istilah CMYK.

## 2) Warna sekunder

Warna sekunder merupakan pencampuran antara warna primer.

- a. Merah + biru = ungu/violet
- b. Merah+ kuning = oranye/jingga
- c. Kuning + biru = hijau

## 3) Warna tersier

Warna tersier merupakan pencampuran antara warna sekunder dengan warna primer.

- a. Merah + ungu = merah ungu
- b. Ungu + biru = ungu biru
- c. Biru + hijau = hijau biru
- d. Hijau + kuning = kuning hijau
- e. Kuning + oranye = oranye kuning<sup>43</sup>

Dimensi warna merupakan sifat-sifat dasar dari warna itu sendiri.

Menurut The Prang System, warna dapat dibagi menjadi 3 dimensi yaitu:

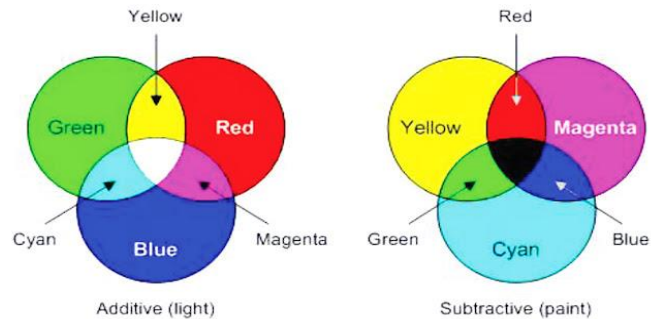
- 1) *Hue*, berkait dengan panas-dinginnya warna, termasuk dalamnya warna primer, sekunder, dan tersier.
- 2) *Value*, berkait dengan terang-gelapnya warna, menunjukkan kualitas sinar yang direfleksikan oleh sebuah warna atau menunjukkan gelap terangnya warna, dilakukan
- 3) *Intensity*, berkait dengan cerah suramnya warna, menunjukkan kuat lemahnya warna. Pengurangan intensitas dicapai dengan mencampur atau menambah warna murni dengan warna-warna

---

<sup>43</sup> Pujiriyanto, *Desain Grafis Komputer (Teori Grafis Komputer)*, 45.



netral seperti putih, hitam, abu-abu, atau dengan warna-warna komponen.<sup>44</sup>



Gambar 2.6: Standar Warna

Warna memiliki fungsi dan arti yang berpengaruh secara psikologis terhadap seseorang yang melihatnya. Setiap warna dapat menimbulkan respon psikologis yang berbeda-beda, namun secara umum hubungan psikologis antara warna dengan manusia dapat dilihat dalam tabel berikut.<sup>45</sup>

Warna	Respon Psikologi	Catatan
<b>Merah</b>	Power, energy, kehangatan, cinta, nafsu, agresi, bahaya	Warna merah kadang berubah arti jika dikombinasikan dengan warna lain. Warna merah yang dikombinasikan dengan hijau akan menjadi symbol natal. Merah jika dikombinasikan dengan putih akan mempunyai arti 'bahagia' dalam lingkungan budaya oriental

<sup>44</sup> Pujiriyanto, *Desain Grafis Komputer (Teori Grafis Komputer)*, 45.

<sup>45</sup> Pujiriyanto, *Desain Grafis Komputer (Teori Grafis Komputer)*, 47-48.

<b>Biru</b>	Kepercayaan, konservatif, keamanan, teknologi, kebersihan, keteraturan	Banyak digunakan sebagai warna pada logo bank di Amerika Serikat untuk memberikan kesan 'kepercayaan'
<b>Hijau</b>	Alami, sehat, keberuntungan, pembaharuan	Warna hijau tidak terlalu 'sukses' untuk ukuran global. Di Cina dan Perancis, kemasan dengan warna hijau tidak begitu mendapat sambutan. Tetapi di Timur Tengah, warna hijau sangat disukai. Sebaliknya di sini warna merah tidak disukai karena identic dengan darah, yang dalam pandangan mereka haram.
<b>Yellow</b>	Optimis, harapan, filosofi, ketidak-jujuran, pegecut (untuk budaya barat), pengkhianatan.	Kuning adalah warna keramat dalam agama Hindu.
<b>Ungu/Jingga</b>	Spiritual, misteri, kebangsawanan, transformasi, kekasaran, keangkuhan	Warna ungu sangat jarang ditemui di alam.
<b>Oranye</b>	Energi, keseimbangan, kehangatan	Menekankan sebuah produk yang tidak mahal.

<b>Coklat</b>	Tanah/bumi, <i>reliability</i> , <i>comfort</i> , daya tahan	Kemasan makanan di Amerika sering memakai warna coklat dan sangat sukses, tetapi di Kolumbia, warna coklat untuk kemasan kurang begitu membawa hasil.
<b>Abu-abu</b>	Intelek, masa depan (seperti warna millenium), kesederhanaan, kesedihan	Warna abu-abu adalah warna yang paling mudah dangampang dilihat oleh mata.
<b>Putih</b>	Kesucian, kebersihan, ketepatan, ketidakbersalahan, steril, kematian	Di Amerika, warna putih melambangkan perkawinan (gaun pengantin berwarna putih), tapi di banyak budaya Timur (terutama India dan Cina), warna putih melambangkan kematian.
<b>Hitam</b>	Power, seksualitas, kecanggihan, kematian, misteri, ketakutan, kesedihan, keanggunan	Melambangkan kematian dan kesedihan di budaya Barat. Sebagai warna kemasan, hitam melambangkan keanggunan ( <i>elegance</i> ), kemakmuran ( <i>wealth</i> ), dan kecanggihan ( <i>sophisched</i> ).

Tabel 2. 1: Korelasi psikologis antara warna dan manusia

f. Tekstur

Tekstur adalah tampilan permukaan atau corak dari suatu benda yang dapat dinilai dengan cara dilihat atau diraba. Permukaan dapat polos, bersisik, licin, kasar, pudar, kusam, kilap, lembut, halus, berlendir, terasa gatal, berbulu, dan lain-lain. Tekstur merupakan salah satu unsur seni yang unik karena ia dapat mengaktifkan 2 proses penginderaan sekaligus (visual dan raba). Tekstur dapat berukuran kecil, menekankan pada kedua-dimensian permukaan sebagai hiasan, atau berukuran besar yang menekankan pada kesan raba pada 3D.<sup>46</sup> Potensi tekstur, antara lain sebagai berikut:

- 1) memperkaya kenikmatan visual;
- 2) dipakai dalam memvisualkan objek;
- 3) membangkitkan perasaan untuk meraba;
- 4) memperjelas kesan adanya ruang;
- 5) tekstur dan kesan ruang: tekstur detail/halus (jarak dekat) dan tekstur blur/kurang jelas (jarak jauh).

Untuk meningkatkan sensasi rabaan lewat tekstur, kita bisa lakukan dengan teknik cetak, misalnya matte (dilapisi dengan bahan kimia sehingga hasil cetakan terasa keset/doff), uv gloss (dilapisi dengan bahan kimia sehingga tampilan lebih mengkilap dan tahan air).

Selain dari teknik cetak, kita juga dapat meningkatkan kekuatan desain lewat material/media cetaknya yaitu kertas. Pada masa sekarang sudah sangat banyak pabrik dan distributor kertas dengan beragam ketebalan, warna, dan tekstur untuk meningkatkan tampilan fisik desain grafis. Dengan berbagai pilihan tekstur kertas, kita dapat menyesuaikan karakter desain yang ingin dicapai.<sup>47</sup>

---

<sup>46</sup> Leonardo, *Pengantar Desain Grafis*, 33.

<sup>47</sup> Leonardo, *Pengantar Desain Grafis*, 33.

Dari elemen-elemen desain grafis tadi ketika unsur-unsur tersebut digabungkan dan dirancang dengan baik maka dapat menghasilkan sebuah media komunikasi yang komunikatif dan sugestif. Untuk membuat desain yang berkualitas, komunikatif dan sugestif pertimbangan cerdas harus diberikan. Mulai dari mengelompokkan elemen grafis secara tepat sesuai dengan prinsip desain sambil mempertimbangkan batasan material. Hal tersebut senada dengan pendapat Stephen McElroy, sehingga imajinasi diperlukan untuk menghadirkan desain yang tentunya kreatif dengan memadupadankan elemen-elemen grafis namun tetap memperhatikan prinsip desain itu sendiri.

Stephen McElroy menyatakan bahwa ciri desain yang kreatif adalah dapat menarik perhatian pembaca, tulisan di dalamnya mudah dibaca dan dimengerti, informasi tulisan dilengkapi dengan informasi visual, dapat mengangkat intisari tulisan tersebut dan dapat menceritakan suasana setempat atau perasaan orang yang bersangkutan. Pada intinya adalah bagaimana caranya agar desain itu bisa komunikatif dan persuasif.<sup>48</sup>

#### **4. Prinsip Desain Grafis**

##### **a. Komposisi**

Merancang atau mendesain pada dasarnya adalah hasil penyusunan pengalaman visual dan emosional dengan memperhatikan elemen-elemen dan prinsip-prinsip desain yang dituangkan dalam satu kesatuan komposisi yang mantap. Komposisi = *Composition* = *Componere* (asal kata dari bahasa Latin), yang artinya penggabungan. Pada dasarnya, suatu komposisi merupakan penggabungan dari banyak bagian menjadi suatu bentuk yang serasi.

---

<sup>48</sup> Pujiriyanto, *Desain Grafis Komputer (Teori Grafis Komputer)*, 92.

Komposisi sebagai pedoman dasar atau arahan umum atau wacana berpikir awal ini mampu mencapai rancangan bentuk abstrak, alamiah, nonobjektif, ornamental, ataupun struktural.<sup>49</sup>

Dalam menyusun unsur-unsur untuk membuat suatu karya rancang harus mengetahui/memperhatikan 4 dasar pokok prinsip seni dan desain berikut ini. Prinsip-prinsip ini patut dipahami, untuk mendapatkan satu pandangan yang efektif (tepat guna) terhadap suatu karya seni/desain.

b. Keseimbangan

Keseimbangan dapat dicapai dengan menampilkan unsur-unsur desain, seperti bentuk dan ukuran, warna, tekstur, dan sebagainya agar unsur-unsur yang ada dikomposisikan dengan serasi, sepadan, dan memberi kesan mantap serta tepat pada tempatnya. Dalam ilmu desain bentuk keseimbangan terbagi menjadi dua macam yaitu simetris (*symmetric*) dan asimetris (*asymetric*). Prinsip dasar dari keseimbangan ini adalah bilamana pada dua sisi terdapat benda dengan berat dan jarak yang sama terhadap sumbu khayal atau maya, pada kedua belah sisi dari sumber khayal tersebut tampak seolah berbobot sama.<sup>50</sup>

1) Simetris (berkesan statis)

Pada umumnya, yang terjadi bersifat *formal balance*, tetapi bisa juga *informal balance*. Keseimbangan simetris terbagi dalam 2 macam, yaitu *axial balance* (berdasar garis sumbu), bentuk yang sama (posisi, letak, ukuran, warna, dan lain-lain) dalam 2 ruang (kiri-kanan, atas bawah sebagai garis sumbu), dan *radial balance* (berdasarkan titik sumbu). Keseimbangan bisa terjadi, baik secara fisik maupun secara optis. Untuk menghayatinya hanya diperlukan satu titik atau sumbu khayal,

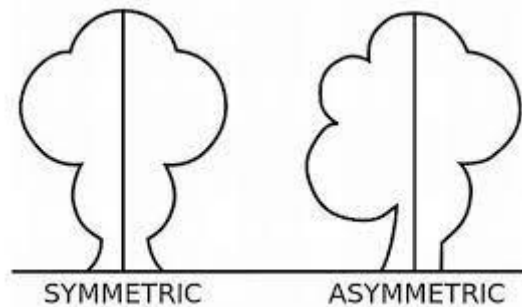
<sup>49</sup> Leonardo, *Pengantar Desain Grafis*, 38

<sup>50</sup> Leonardo, *Pengantar Desain Grafis*, 39.

guna menentukan letak objek yang akan disusun menurut prinsip keseimbangan.

2) Asimetris (berkesan dinamis)

Memiliki sifat *informal balance*, karena bagian-bagiannya (entah itu posisinya, letaknya, ukurannya, warnanya, atau lainnya) dirancang variatif untuk pencapaian kedinamisan. Namun, memiliki kesan sama berat/seimbang. Hal ini merupakan upaya menciptakan penekanan dalam sebuah tampilan visual. Penekanan ini dilakukan untuk mengurangi unsur kejenuhan visual yang tampil dari sudut visual yang simetris. Pola asimetris ini pada hakikatnya juga menyentuh upaya aplikasi golden ratio dalam meningkatkan unsur estetika.<sup>51</sup>



Gambar 2.7: Prinsip Keseimbangan

c. Irama

Merupakan upaya memvisualisasikan unsur gerak pada media grafis yang statis. Penampilan gerak ini dilakukan untuk mendapatkan unsur dinamis dalam menambah nuansa penekanan yang informatif. Untuk itu, unsur gerak tidak selalu ditampilkan dalam visual yang ikonik, tetapi juga permainan psikologi visual yang dapat mengarahkan mata pengamat. Secara psikologi, mata

<sup>51</sup> Leonardo, Pengantar Desain Grafis, 40.

manusia akan mengarah dari unsur warna yang gelap ke terang, dan/atau dari area yang kompleks ke area yang sederhana.<sup>52</sup>

d. Kesederhanaan

Banyak pakar desain grafis yang mneyarankan prinsip ini dalam pembuatan karya desain grafis. Hal ini sangat logis demi kepentingan pembaca memahami isi pesan yang di sampaikan. Desainer grafis lazim juga menyebut prinsip ini sebagai KISS (Keep It Simple Stupid). Prinsip ini bisa diterapkan dengan penggunaan ruang kosong dan tidak banyak menggunakan unsur-unsur aksesoris serta seperlunya saja.<sup>53</sup>

e. Perbandingan

Suatu perbandingan antara suatu unsur/materi yang satu dengan yang lain, berhubungan dengan ukuran dan bentuk bidang yang akan disusun untuk menunjukkan ukuran perbandingan bagian-bagian atau keseluruhan antara serangkaian unsur yang dikomposisikan. Perbandingan merupakan salah satu prinsip yang menentukan baik-tidaknya suatu komposisi/struktur/susunan, dan seterusnya dalam mewujudkan bentuk, bisa merupakan perbandingan ukuran, perbandingan posisi, ataupun perbandingan ruang (*space*) yang berelasi dengan satuan ukuran: panjang, lebar, dan tinggi.<sup>54</sup>

f. Kesatuan

Keserasian adalah prinsip desain yang diartikan sebagai keteraturan di antara unsur-unsur desain lainnya. Penggabungan elemen-elemen/ unsur-unsur desain dengan memperhatikan keseimbangan, irama, perbandingan, dan semuanya dalam suatu komposisi yang utuh agar nikmat untuk dipandang. Semua hal yang membentuk suatu rancangan harus ada hubungannya satu sama lain dengan seluruh rancangan sehingga memberi kesan menjadi satu

---

<sup>52</sup> Leonardo, Pengantar Desain Grafis, 41.

<sup>53</sup> Vinsensius Sitepu, *Panduan Mengenal Desain Grafis*, (PT Elex Media, 2017), 27.

<sup>54</sup> Leonardo, Pengantar Desain Grafis, 42.



(hubungan/ikatan antara unsur-unsur yang satu dengan yang lainnya sebagai suatu bentuk yang tak dapat dipisahkan).<sup>55</sup>

## 5. Teori Tipografi

### a. Jenis huruf

Tipografi merupakan sebuah disiplin khusus dalam desain grafis yang mempelajari mengenai seluk beluk huruf (font). Huruf-huruf tersebut dikelompokkan menurut beberapa kategori tertentu. Hal ini menunjukkan demikian banyaknya jenis dan karakter huruf yang bisa digunakan dalam desain publikasi. Sebab beberapa jenis huruf bisa menciptakan kesan-kesan tertentu sesuai dengan tema publikasi. Pemilihan jenis huruf disesuaikan dengan citra yang ingin diungkapkan.

Huruf tetap menjadi unsur penting dari keberhasilan komunikasi grafis meskipun tidak menjadi unsur paling utama. Kebanyakan desainer cenderung terjebak pada pemikiran gagasan dan penggarapan visual dan hanya menempatkan huruf sebagai pelengkap. Pada dasarnya huruf dapat ditransformasikan menjadi sebuah karya seni, yaitu dengan mengolah bentuk kata atau blok tulisan sesuai fungsi masing-masing sehingga kemudian tercipta suatu bentuk, tekstur yang kemudian dikomunikasikan sebagai pesan. Huruf yang artistik dapat memperkuat pesan dan kesan yang ingin disampaikan.

#### 1) Huruf Tak Berkait (*Sans Serif*)

Huruf *sans serif* adalah bentuk huruf yang tidak memiliki kait, bertangkai tebal, sederhana dan mudah dibaca. Ciri lain huruf ini adalah tidak memiliki *stroke* atau ekor. Sifat huruf ini kurang formal, lebih hangat dan bersahabat. *Sans serif* biasanya sangat cocok untuk *screen-font* karena tajam dan mudah dibaca. Bentuk huruf *sans serif* yang paling populer adalah Helvetica

---

<sup>55</sup> Leonardo, Pengantar Desain Grafis, 43.

dan Arial.<sup>56</sup> Huruf jenis ini cocok bila didampingi dengan grafis yang berkesan modern.

# Sans Serif

Gambar 2.8: Huruf Tak Berkait (Sans Serif)

## 2) Huruf berkait (Serif)

Adalah bentuk huruf yang memiliki kait, dengan ketebalan yang kontras. Jenis huruf dengan *stroke* atau ekor yang menghiasi jenis huruf ini. Jenis ini merupakan huruf yang formal. *Serif* mengekspresikan organisasi dan intelektualitas. Sangat anggun dan konservatif.<sup>57</sup> Contoh *Times New Roman*, *Garamond*, *Book Antiqua*, *Bitstream Vera Serif*, *Palatino*, *Linotype*, *Bookman Old Style*, *Calisto MT*, *Dutch*, *Euro Roman*, *Georgia*, *Pan Roman*, *Romantic*, *Souvenir*, *Super French*, dan lain-lain.



serif

Gambar 2.9: Huruf Berkait (Serif)

## 3) Huruf Tulis atau Latin (Script)

Jenis ini merupakan dasar dari bentuk huruf yang ditulis dengan tangan, kontras tebal dan tipisnya sedikit, saling berhubungan dan mengalir. Jenis huruf ini juga sering disebut

<sup>56</sup> Pujiriyanto, *Desain Grafis Komputer (Teori Grafis Komputer)*, 56.

<sup>57</sup> Pujiriyanto, *Desain Grafis Komputer (Teori Grafis Komputer)*, 57.

Kursif (*Cursive*). Memberikan kesan keanggunan, pribadi, dan akrab.<sup>58</sup> Jenis huruf ini banyak digunakan untuk undangan dan media cetak yang sifatnya formal.

*Script*

Gambar 2.10: Huruf Tulis/Latin (*Script*)

#### 4) Dekoratif (*Decorative*)

Huruf jenis ini merupakan pengembangan dari bentuk-bentuk huruf yang sudah ada ditambah hiasan dan *ornament*, atau garis-garis dekoratif. Kesan yang dimiliki oleh jenis huruf ini adalah dekoratif dan ornamental. Biasanya huruf dekoratif hanya digunakan pada judul/heading.<sup>59</sup>

A B C D E F G  
H I J K L M N  
O P Q R S T U  
V W X Y Z

Gambar 2.11: Huruf Dekoratif

<sup>58</sup> Pujiriyanto, *Desain Grafis Komputer (Teori Grafis Komputer)*, 58.

<sup>59</sup> Pujiriyanto, *Desain Grafis Komputer (Teori Grafis Komputer)*, 58.

## 5) Monospace

Setiap huruf yang berjenis *monospace* mempunyai jarak atau lebih yang sama setiap hurufnya. Contoh huruf *monospace* adalah *Courier*. Huruf pada mesin ketik juga merupakan contoh huruf *monospace*. Jenis huruf ini banyak digunakan oleh para pemrogram untuk *coding*. Belakangan ini, bentuk *monospace* banyak dipakai oleh desainer yang beraliran *grunge alternative*.<sup>60</sup>



Gambar 2.12: Huruf Monospace

### b. Legibility (Keterbacaan)

Legibility adalah tingkat kemudahan mata mengenali suatu karakter/huruf tanpa harus bersusah payah. Misalnya bentuk huruf yang terlalu abstrak bisa membuat huruf tersebut tidak dikenali atau tidak terbaca. Untuk menghindari hal ini, maka seorang desainer harus mengenal dan mengerti karakter dari pada bentuk suatu huruf dengan baik.<sup>61</sup> Hal ini bisa ditentukan oleh:

- 1) Kerumitan desain huruf, seperti penggunaan serif, kontras stroke dan lain-lain.
- 2) Penggunaan warna.
- 3) Frekuensi pengamat penemu huruf tersebut dalam kehidupan sehari-hari.

<sup>60</sup> Pujiriyanto, *Desain Grafis Komputer (Teori Grafis Komputer)*, 59.

<sup>61</sup> Anggraini Lia dan Nathalia Kirana, *Desain Komunikasi Visual Dasar-Dasar Panduan untuk Pemula* (Bandung: Nuansa Cendikia, 2014), 64.

Keterbacaan adalah tingkat kenyamanan suatu susunan huruf saat dibaca, yang dipengaruhi oleh: Jenis huruf, Ukuran, Pengaturan, termasuk di dalam alur, spasi, perataan, dan lain-lain, Kontras warna terhadap latar belakang.<sup>62</sup>

## 6. Fungsi dan Manfaat Desain Grafis

Desain grafis muncul sebagai perkembangan teknologi dan tentunya memiliki fungsi dalam kehidupan manusia diantaranya sebagai media informasi dan komunikasi. Hasil karya dalam membuat desain grafis bisa digunakan sebagai media informasi dan komunikasi. Seperti contohnya digunakan untuk membuat banner, slogan, atau gambar dan tulisan sebagai informasi. Membuat banner atau slogan tentu lebih menarik jika dibuat dengan gambar dibanding hanya tulisan. Sehingga orang akan mudah memahami informasi tersebut. Selain sebagai media informasi, fungsi desain grafis adalah untuk promosi, menjadi media untuk apresiasi seni. Selain itu, desain grafis dapat digunakan untuk menyalurkan hobi. Tidak hanya itu, membuat desain grafis juga bisa mendapat penghasilan. Hal ini disebabkan kebutuhan akan desain grafis semakin meningkat. Banyak kebutuhan komersial yang menggunakan desain grafis. Adanya desain grafis juga dapat menambah keindahan pada sebuah gambar, gambar akan terlihat jauh lebih menarik.

### B. Dakwah

#### 1. Pengertian Dakwah

Dakwah adalah frasa linguistik yang berasal dari kata Arab "da'wah". Dakwah terdiri dari tiga huruf asal: *dal*, *a'in*, dan *wawu*. Muncul beberapa kata benda dan makna dari ketiga huruf awal tersebut diantaranya memanggil, mengundang, meminta bantuan, meminta, memohon, menanamkan, memerintahkan untuk datang, membujuk,

---

<sup>62</sup> Anggraini Lia and Nathalia Kirana, Desain Komunikasi Visual Dasar-Dasar Panduan untuk Pemula, 64.

menyebabkan, membawa, dan berdoa (Ahmad Warson Munawwir, 1997:406).<sup>63</sup>

Dakwah adalah ajakan, himbauan, seruan, dan dorongan kebajikan sejalan dengan asal-usul manusia dan ajaran Al-Qur'an dan Hadits.<sup>64</sup> Dakwah digambarkan sebagai ajakan atau seruan untuk pindah agama atau upaya untuk menciptakan lingkungan yang lebih baik dan lebih sempurna bagi manusia dan masyarakat oleh Quraish Shihab. Hikmah, *mauidhah hasanah*, dan *mujadalah* adalah tiga sarana utama dakwah. Lisan, tulisan, audio visual, *uswah*, *qudwah hasanah*, dan ormas Islam adalah contoh media dakwah yang dapat digunakan.<sup>65</sup>

Dakwah merupakan masalah konkrit yang ada, bukan hanya sebagai perintah dari Allah. Sampai saat ini para ahli dakwah lebih banyak berkonsentrasi pada dakwah sebagai perintah dari Allah, bukan sebagai masalah tertentu. Dakwah adalah himbauan, ajakan, seruan, atau dakwah yang berarti upaya menyeru, menyebarkan dakwah Islam, yang berarti usaha menyampaikan pokok-pokok ajaran Islam, arahnya, dan perkembangannya di tengah-tengah masyarakat. Dakwah juga harus mengembangkan individu, membina umat, memberdayakan perempuan dan kesetaraannya, membangun masyarakat, dan mendidik mereka. Dakwah itu seluas keberadaan manusia itu sendiri. Dakwah tidak terbatas pada *tabligh* tetapi juga dapat dicapai melalui tindakan. Kegiatan dakwah hadir dalam kehidupan sehari-hari, seperti di kantor, saat berinteraksi dengan tetangga, di pasar, dan di lingkungan perkotaan. Akibatnya, perasaan senang dan simpati muncul, yang mengarah pada keinginan untuk membentuk kelompok muslim yang beriman. Dakwah juga harus mencakup hal-hal yang mengarah pada upaya mewujudkan

---

<sup>63</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah: Edisi Revisi*, 5.

<sup>64</sup> Abdul Rani Usman, "Metode Kontemporer Jurnal", *Jurnal Al-Bayan*: Vol. 19, No. 28, (Juli-Desember, 2013): 109.

<sup>65</sup> Bahri Fathul, *Meneliti Jalan Dakwah Bekal Perjuangan Para Da'i* (Jakarta: Sinar Grafika Offset, 2008), 235-237.

keadilan, seperti kesetaraan gender, antidiskriminasi, antirasisme, dan antiradikalisme-terorisme.<sup>66</sup>

## 2. Fungsi dan Tujuan Dakwah

Menjadi salah satu kewajiban setiap muslim, tujuan dakwah harus dipahami secara jelas oleh setiap muslim. Pemahaman yang jelas ini akan membimbing usaha dakwah yang dilakukan kepada tujuan yang benar dan menghasilkan efek yang diinginkan. Secara umum tujuan dakwah dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a. Membimbing manusia kepada agama Allah.
- b. Memberikan bukti kepada mereka yang menjauh atau menentang agama.
- c. Melaksanakan kewajiban yang Allah berikan kepada kita, kaum muslim.
- d. Memuliakan kalimat Allah di muka bumi.<sup>67</sup>

Dengan mengetahui tujuan dakwah yang diperintahkan oleh Allah dan Rasul-nya, maka kita dapat melaksanakan dakwah dengan lebih terarah dan penuh kesadaran akan tujuan yang hendak dicapai.

## 3. Pesan Dakwah

Dalam Ilmu Komunikasi pesan dakwah adalah *message*, yaitu simbol-simbol. Dalam literature berbahasa Arab, pesan dakwah disebut *maudlu' al-da'wah*. Istilah pesan dakwah dipandang lebih tepat untuk menjelaskan, “isi dakwah berupa kata, gambar, lukisan dan sebagainya yang diharapkan dapat memberikan bahkan perubahan sikap dan perilaku mitra dakwah.” Jika dakwah melalui tulisan, maka yang ditulis itulah pesan dakwah. Jika dakwah melalui lisan, maka yang diucapkan pembicara itulah pesan dakwah. Jika melalui tindakan, maka perbuatan baik yang dilakukan itulah pesan dakwah.<sup>68</sup>

<sup>66</sup> Fahrurrozi, et.al., *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2019), 60-61.

<sup>67</sup> Fathul Wahid, *e-Dakwah: Dakwah Melalui Internet*, (Jogjakarta: Gava Media, 2004),

<sup>68</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*, 318.

Pada prinsipnya, pesan apapun dapat dijadikan sebagai pesan dakwah selama tidak bertentangan dengan sumber utamanya, yaitu Al-Qur'an dan Hadits. Pesan dakwah pada garis besarnya terbagi menjadi dua, yaitu pesan utama (Al-Qur'an dan hadits) dan pesan tambahan atau penunjang (selain Al-Qur'an dan hadits). Berikut beberapa jenis pesan dakwah, diantaranya:<sup>69</sup>

a. Ayat-ayat Al-Qur'an

Al-Qur'an adalah wahyu penyempurna. Seluruh wahyu yang diturunkan Allah SWT kepada nabi-nabi terdahulu termaktub dan teringkas dalam Al-Qur'an. Semua pokok ajaran Islam berupa akidah, ibadah dan muamalah disebutkan secara global dalam Al-Qur'an, sedangkan detailnya dijelaskan dalam hadits.

b. Hadits Nabi Muhammad SAW

Segala hal yang berkenaan dengan Nabi SAW yang meliputi ucapan, ketetapan, sifat, bahkan ciri fisiknya dinamakan hadits.

c. Pendapat Para Sahabat Nabi Muhammad SAW

Orang-orang yang hidup semasa dengan Nabi SAW., pernah bertemu dan beriman kepadanya adalah sahabat Nabi SAW. Pendapat sahabat Nabi SAW memiliki nilai tinggi, karena kedekatan mereka dengan Nabi SAW dan proses belajarnya yang langsung dari beliau.

d. Pendapat Para Ulama

Maksud ulama disini dikhususkan untuk orang yang beriman, menguasai ilmu keislaman secara mendalam dan menjalankannya. Sehingga, menghindari pendapat uama yang buruk (*'ulama' al-su'*) yakni ulama yang tidak berpegang pada Al-Qur'an dan hadits sepenuhnya dan tidak ada kesesuaian antara ucapan dan perbuatannya.

---

<sup>69</sup> Moh. Ali Aziz, Ilmu Dakwah Edisi Revisi, 320.



e. Hasil Penelitian Ilmiah

Tidak sedikit ayat Al-Qur'an yang bisa kita pahami lebih mendalam dan luas setelah dibantu hasil sebuah penelitian ilmiah. Inilah hasil penelitian yang menjadi salah satu sumber pesan dakwah.

f. Kisah dan Pengalaman Teladan

Ketika mitra dakwah merasa kesulitan dalam mencerna konsep-konsep yang kita sampaikan, kita mencari upaya-upaya yang memudahkannya. Salah satu diantaranya adalah menceritakan pengalaman atau pribadi yang terkait dengan topik.

g. Berita dan Peristiwa

Pesan dakwah juga bersumber dari berita tentang sebuah kejadian tetapi lebih menonjolkan pada peristiwanya bukan tentang siapa yang melakukan. Berbicara tentang berita berarti mengulik tentang sebuah kejadian yang nyata. Sebagai pendukung sumber pesan dakwah, menyertakan berita dan peristiwa tetap harus memperhatikan beberapa etika seperti mengecek berita tersebut sampai diyakini kebenarannya, melihat bagaimana dampak dari peristiwanya jika dampak berita tersebut memungkinkan dapat membahayakan mitra dakwah maka berita itu tidak boleh diceritakan meskipun benar-benar terjadi dan saat menyampaikan berita sebagai pesan dakwah berita harus mengandung hikmah.

h. Karya Sastra

Keindahan dari sebuah seni dimanfaatkan sebagai sumber pesan dakwah. Dimana keindahan ini tentu menambah daya tarik dari sebuah pesan dakwah. Beberapa bentuk dari karya sastra ini seperti puisi, syair, puisi dan pantun. Nilai sastra adalah nilai keindahan dan kebijakan. Keindahan membuat pesan menyentuh perasaan dan kebijakan menggugah jiwa seseorang

i. Karya Seni

Jika karya sastra memuat tentang apa yang diucapkan maka karya seni menjadi sumber pesan dakwah dengan memperlihatkan keindahan. Bagi mereka yang mencintai seni tentu media ini akan lebih membuat berfikir tentang Allah SWT dan lebih mengena dari pada mendengarkan ceramah.

Selain jenis-jenis pesan dakwah yang telah diuraikan tadi, terdapat pula tema-tema pesan dakwah. Berdasarkan temanya, pesan dakwah tidak berbeda dengan pokok-pokok ajaran Islam. Endang Saifuddin Anshari, membagi pokok-pokok ajaran Islam sebagai berikut:

- a. Akidah, yang meliputi iman kepada Allah SWT, iman kepada malaikat-malaikat Allah, iman kepada kitab-kitab Allah, iman kepada rasul-rasul Allah, dan iman kepada *qadla* dan *qadar*.
- b. Syariah, yang meliputi ibadah dalam arti khas (*thaharah, shalat, as-shaum, zakat, haji*) dan muamalah dalam arti luas (*al-qanun al khas/hukum perdata dan al-qanun al-'am/ hokum publik*).
- c. Akhlak, yang meliputi akhlak kepada *al khaliq* dan *makhluk* (manusia dan non manusia).<sup>70</sup>

#### 4. Media Dakwah

Media berasal dari bahasa Latin *medius* yang secara harfiah berarti perantara, tengah, atau pengantar. Dalam bahasa Inggris *media* merupakan bentuk jamak dari *medium* yang berarti tengah, antara, rata-rata. Dari pengertian ini ahli komunikasi mengartikan media sebagai alat yang menghubungkan pesan komunikasi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan (penerima pesan). Dalam bahasa Arab media sama dengan *wasilah* atau dalam bentuk jamak, *wasail* yang berarti alat atau perantara.

Menurut Wardi Bachtiar, media dakwah adalah peralatan yang digunakan untuk menyampaikan pesan dakwah. Sedangkan menurut

---

<sup>70</sup> Moh. Ali Aziz, Ilmu Dakwah Edisi Revisi, 320.

Mira Fauziyah, media dakwah adalah alat atau sarana yang dipergunakan untuk berdakwah dengan tujuan supaya memudahkan penyampaian pesan dakwah kepada *mad'u*.<sup>71</sup> dari definisi tersebut tadi, maka media dakwah adalah alat yang menjadi perantara penyampaian pesan dakwah kepada mitra atau khlayak dakwah.

Banyak alat yang bisa dijadikan media dakwah. Secara lebih luas, dapat dikatakan bahwa alat komunikasi apapun yang halal bisa digunakan sebagai media dakwah. Mira Fauziyah membagi media dakwah menjadi dua macam: media eksternal (media cetak, media auditif, media visual, dan media auditif visual) dan media dakwah internal (surat, telepon, pertemuan, wawancara, dan kunjungan).<sup>72</sup>

Dalam ilmu komunikasi, media dapat diklasifikasikan menjadi tiga macam yaitu:

- a. Media Terucap (*The Spoken Words*) yaitu alat yang bisa langsung mengeluarkan bunyi seperti radio, telepon, dan sejenisnya.
- b. Media Tertulis (*The Printed Writing*) yaitu media berupa tulisan atau cetakan seperti majalah, surat kabar, buku, pamflet, lukisan, gambar, dan sejenisnya
- c. Media Dengar Pandang (*The Audio Visual*) yaitu media yang berisi gambar hidup yang bisa dilihat dan didengar yaitu film, video, televisi, dan sejenisnya.<sup>73</sup>

Selain itu, ada yang mengklasifikasikan jenis media dakwah menjadi dua bagian, yaitu media tradisional (tanpa teknologi komunikasi) dan media modern (dengan teknologi komunikasi).

Media dakwah bukan penentu utama bagi kegiatan dakwah, akan tetapi media ikut memberikan andil yang besar untuk kesuksesan dakwah. Media dakwah dapat berfungsi secara efektif bila ia dapat

---

<sup>71</sup> Moh. Ali Aziz, Ilmu Dakwah Edisi Revisi, 404.

<sup>72</sup> Moh. Ali Aziz, Ilmu Dakwah Edisi Revisi, 406.

<sup>73</sup> Moh. Ali Aziz, Ilmu Dakwah Edisi Revisi, 406.

menyesuaikan diri dengan pendakwah, pesan dakwah, dan mitra dakwah. Hal penting lain yang tidak boleh diabaikan dalam pemilihan media adalah etika. Media dapat menurunkan kualitas dakwah bila melanggar etika. Dengan demikian untuk memilih media dakwah perlu dipertimbangkan paling tidak ada empat aspek, yaitu: efektivitas media, efisiensi penggunaannya, kesesuaiannya dengan unsur-unsur dakwah dan legalitasnya menurut etika islam.

### C. Desain Grafis sebagai Media Dakwah

Karya desain grafis membutuhkan kesadaran akan *scene* dan seni digital (estetika). Karena desain grafis menciptakan barang visual dengan menggabungkan komponen dan konsep desain (komposisi). Desain grafis menganut beberapa konsep, seperti sederhana, simetri/keseimbangan, harmoni, fokus, dan konsistensi. Ini mencakup aspek-aspek seperti garis, bentuk, ruang, tekstur, dan warna. Akhirnya, seperti yang dikatakan Kant, penikmat seni rupa akan membentuk opini berdasarkan isi dan nilai estetis. Nilai estetika dicapai dengan penerapan komponen dan prinsip. Sementara itu, muncul nilai-nilai baru, antara lain aktivitas/gerakan (animasi), akselerasi, gelombang, suasana hening, dan sebagainya.<sup>74</sup>

Kegiatan dakwah semakin beragam dan berkembang di zaman moderen ini, seiring dengan munculnya teknologi informasi dan komunikasi. Desain grafis saat ini digunakan sebagai semacam seni dakwah. Sebagai salah satu jenis seni, desain grafis sebanding dengan apa yang kita sebut sebagai estetika atau keindahan. Kecantikan yang mengandung nilai-nilai subjektivisme terkadang menjadi kebutuhan setiap orang. Tentunya hal ini dapat dimanfaatkan dalam praktik dakwah agar pesan yang disampaikan kepada khalayak efektif dan mendapat perhatian lebih dari khalayak.

Setiap manusia memiliki kewajiban untuk menyebarkan ajaran Islam. Dakwah pada hakekatnya adalah perbuatan mengajak manusia kepada kebaikan dan menjauhi keburukan, yang dikenal dengan *amar ma'ruf nahi*

---

<sup>74</sup> Vinsensius Sitepu, *Panduan Mengenal Desain Grafis*, 7.

*munkar*. Dengan demikian, dakwah tidak harus dilakukan dengan pengajaran atau ceramah oleh ustad atau ustadzah. Penyampaian pesan dengan memanfaatkan gambar dan visual menjadi salah satu alternatif media dakwah. Mayoritas individu lebih menyukai gambar daripada teks atau bahkan membaca lisan. Sangat penting untuk memiliki media pendukung yang dapat membantu penceramah (*Dai*) dalam memudahkan *mad'u* untuk memperoleh ilmu agama dari Dai ketika menyampaikan pesan-pesan keagamaan.

Menurut Hamzah Ya'qub, media atau wasilah dakwah dapat diklasifikasikan menjadi lima golongan, yaitu:

- a. Lisan : Golongan yang termasuk di dalamnya adalah khotnah, ceramah, kuliah, diskusi, seminar, musyawarah, nasehat.
- b. Lukisan : Gambar-gambar hasil seni lukis, foto, film cerita, kaligrafi, dan lain-lain
- c. Tulisan : Buku-buku, majalah-majalah, surat kabar, bulletin, risalah, pamflet, spanduk, dan lain-lain.
- d. Audio visual : Yaitu suatu cara penyampaian yang merangsang penglihatan dan pendengaran. Seperti radio dan televisi.
- e. Akhlaq : Suatu cara penyampaian yang langsung ditujukan dengan perbuatan nyata.<sup>75</sup>

Berdasarkan klasifikasi media yang telah dirumuskan oleh Hamzah Ya'qub di atas, akun @Iqomic di media sosial Instagram yang memposting materi-materi dakwah adalah salah satu media dakwah. Desain grafis termasuk dalam klasifikasi lukisan, karena didalam akun @Iqomic pada media sosial Instagram di-*posting* gambar-gambar desain yang kemudian dilengkapi dengan caption yang dapat dibaca. Penggunaan desain grafis pada sosial media sebagai media dakwah merupakan salah satu upaya agar

---

<sup>75</sup> Moh. Ali Aziz, Ilmu Dakwah, 120.

memudahkan da'i atau umat muslim untuk menyebarkan pesan-pesan dakwah kepada audience.

#### D. Media Sosial Instagram

Instagram adalah perangkat lunak gambar yang memberikan fasilitas kepada pengguna untuk mengambil foto, menggunakan filter lanjutan, dan membagikannya di situs jejaring sosial. Mike Krieger, seorang mahasiswa pascasarjana di Universitas Stanford jurusan Sains dan Teknik Manajemen, meluncurkan Instagram pada tahun 2010.<sup>76</sup>

Mengetahui cara kerja perangkat lunak secara umum membantu dengan Instagram. Kata "*insta*" berasal dari "*instan*", seperti pada kamera Polaroid, pernah disebut sebagai "gambar instan". Instagram dapat menampilkan foto secara instan, menjadikannya tampilan polaroid. Istilah "*gram*" berasal dari kata "*telegram*", yang digunakan untuk menyampaikan pesan dengan cepat kepada orang lain. Ini sebanding dengan Instagram, yang memungkinkan Anda mengunggah foto secara *online* sehingga pesan yang ingin Anda ungkapkan langsung diterima.

Fitur Instagram memberi banyak pilihan kepada para penggunanya. Instagram dapat digunakan untuk mempromosikan, membeli, dan menjual secara *online*, mengecek *timeline* teman, mem-*posting* gambar, dan mengirim pesan, dan lain sebagainya. pengguna media sosial Instagram bisa dari segala usia, selain itu dalam Instagram terdapat berbagai karakteristik seperti hiburan, pendidikan, iklan bahkan dakwah. Berdakwah melalui Instagram dilakukan dengan cara yang sama seperti berbagi konten pada umumnya, terutama berupa foto, video, dan *caption*.

- a. Gambar atau foto, pengguna Instagram dapat mengunggah dan membagikan konten berupa foto atau gambar atau desain dalam format JPEG (*Join Photographic Expert Group*) dan PNG (*Protocol Network Graphic*). Informasi dakwah yang digunakan untuk membuat sebuah visual bervariasi dan dicirikan oleh pembuat

---

<sup>76</sup> <https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>, diakses pada 24 mei 2023 jam 15.43.

konten dakwah tersebut, dan dapat berupa teks yang berisi nasihat, cerita bergambar, realitas sosial, atau cerita gambar/komik, dan lain-lain.

- b. Video, pembuat konten dapat mengirimkan video dengan informasi atau konten dakwah dalam format MP4 dengan durasi maksimum satu menit. Konten dakwah melalui video ini dapat berupa ceramah, realitas sosial, musikalisasi puisi dan lagu atau campurannya dan lain sebagainya.
- c. *Caption* atau deskripsi, ketika kita mengunggah foto ataupun video, pengunggah dapat memberikan deskripsi. Instagram menentukan jumlah deskripsi atau *caption* yang diberikan terhadap sebuah foto atau video hingga 2200 karakter dan memungkinkan pengguna lain untuk menggunakan font atau bentuk huruf yang berbeda. Teks tersebut dapat memberikan deskripsi dari pengalaman pengunggah atau menjelaskan foto atau video yang di-*posting*.

Selain itu dalam Instagram terdapat pula algoritma atau pola, Algoritma Instagram menjadi parameter yang menentukan konten mana yang disukai oleh pengguna saat membuka feed mereka kemudian Instagram akan membaca semua konten yang ada. Ada beberapa parameter yang digunakan oleh Instagram untuk menampilkan untuk menentukan konten mana yang akan ditampilkan di *feed* pengguna, halaman jelajah, dan lainnya. Berikut parameter-parameter ini digunakan Instagram untuk menampilkan konten yang paling sesuai dengan minat pengguna yang paling relevan dan menarik diantaranya:

- a. *Interest*, Instagram memeriksa konten yang disukai pengguna untuk menentukan jenis konten yang sering ditampilkan di *feed* pengguna.
- b. *Timeliness*, Instagram mengukur seberapa baru sebuah postingan dan apakah konten tersebut relevan dengan waktu yang sedang berlangsung.

- c. *Relationship*, Instagram menghitung seberapa sering interaksi pengguna dengan orang lain di platform, seperti berapa banyak komentar dan *likes* yang diberikan pada postingan.
- d. *Frequency*, seberapa sering pengguna membuka aplikasi Instagram dan seberapa sering konten di-*posting*.
- e. *Following*, jumlah akun yang diikuti oleh pengguna dan intensitas interaksi pengguna dengan akun tersebut.
- f. *Usage*, berapa lama pengguna berada di aplikasi dan seberapa sering mereka menggunakan fitur Instagram seperti *stories* atau IG TV.

Dengan algoritma atau pola tersebut bisa digunakan untuk meningkatkan performa konten yang ingin kita unggah Instagram. Berikut beberapa tips sukses agar memaksimalkan performa konten yang hendak kita unggah, diantaranya:

- a. *Posting* konten secara konsisten, dengan melakukan *posting* konten secara teratur dapat membantu meningkatkan performa kita di Instagram. Selain itu, unggah konten menarik dan berkualitas tinggi adalah kunci serta lengkapi *posting-an* dengan *caption* yang menarik dan relevan dengan gambar yang di-*posting*. Pastikan juga untuk menggunakan kata kunci atau *hashtag* untuk meningkatkan kemungkinan tampil di *feed*.
- b. *Posting* tepat waktu, setiap akun Instagram, memiliki waktu terbaik masing-masing dalam melakukan *posting* konten baru. Oleh karena itu, penting untuk mempelajari kebiasaan audiens. Lakukan *posting* ketika sedang *online*. Selain berpatokan pada waktu tertentu, bisa juga menyesuaikan dengan kalender konten dan data yang ada pada akun.
- c. Analisis akun, jika Instagram sudah dialihkan ke akun bisnis atau kreator, akan mendapatkan fitur *insight* pada akun tersebut. Fitur *insight* tadi berguna untuk mengetahui konten mana yang berpengaruh pada audiens, dengan fitur ini memudahkan dalam memahami kebutuhan audiens.



- d. *Repost* konten yang menarik, *posting* ulang konten-konten menarik yang memiliki banyak interaksi sangat membantu akun mendapatkan banyak kunjungan baru.
- e. Berikan *reward* pada audiens, menghasilkan lebih banyak *traffic* dan interaksi dalam penerapan strategi *digital marketing* di Instagram bisa dilakukan dengan banyak cara. Salah satunya memberikan *reward* kepada audiens. Tidak harus selalu dengan uang atau barang, bisa menggunakan *reward* dalam bentuk *User Generated Content (UGC)*. Banyak sekali akun besar di Instagram yang melakukan *posting* ulang konten dari audiens mereka. Selain untuk menghasilkan konten baru yang lebih cepat, ini juga akan memberikan kepuasan tersendiri pada orang yang kontennta di-*repost* dan membuat hubungan mereka menjadi semakin kuat.
- f. Berkolaborasi, temukan orang yang sesuai dengan audiens agar kolaborasi yang dilakukan bisa saling melengkapi dan memberikan keuntungan atau *feedback*.

Dakwah melalui Instagram dipandang sangat praktis, efisien dan berpotensi karena berbagai alasan:

- a. Kemampuan untuk melintasi ruang dan waktu secara instan dengan biaya dan waktu yang cenderung murah,
- b. Penggunaan layanan internet meningkat secara signifikan setiap tahun, mempengaruhi jumlah sasaran dakwah, dan keterpaksaan tidak bisa dihindari karena situs berbagi,
- c. Akses dakwah secara online menjadi alternatif dan pilihan sosial, masyarakat bebas memilih konten dakwah yang mereka inginkan.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif digunakan untuk mengkaji dan memahami signifikansi individu atau kelompok dalam hubungannya dengan kemanusiaan dan problematika sosial. Pendekatan penelitian kualitatif ini membutuhkan banyak pekerjaan, seperti membuat pernyataan dan proses, mengumpulkan data tertentu dari partisipan, mengevaluasi data secara induktif dari subjek khusus ke tema yang lebih besar, dan menafsirkan makna data.<sup>77</sup> Menurut Bodagan dan Taylor yang dikutip oleh Moleong, menyatakan bahwa metode penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.<sup>78</sup>

Tujuan penerapan metodologi ini adalah untuk memahami fenomena yang dialami subjek penelitian, seperti perilaku, cara pandang, niat, motivasi, dan sebagainya, secara komprehensif dan melalui penjelasan dalam bentuk kalimat dan bahasa dengan menggunakan metode alamiah.<sup>79</sup> Penelitian kualitatif memiliki dua tujuan utama, yaitu pertama, menggambarkan dan mengungkap (*to describe and to explore*); kedua, menggambarkan dan menjelaskan (*to describe and to explain*).<sup>80</sup>

Penelitian ini nantinya akan membahas mengenai bagaimana desain grafis akun @Iqomic di media sosial Instagram dalam penggunaan unsur-unsur dan prinsip desain grafis sebagai media dakwah. Penelitian ini menghasilkan informasi deskriptif berupa kata-kata yang terbentuk dari

---

<sup>77</sup> John W. Creswell, *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Metode Campuran* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), 4.

<sup>78</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2019), 4.

<sup>79</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif...*, 6.

<sup>80</sup> M. Djunaidi Ghony and Fauzan Almansur, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2016), 29.

subjek yang diteliti atau observasi. Untuk menyajikan sajian yang menyeluruh yang menuntut ketelitian dalam penyajiannya, peneliti menggunakan teknik deskriptif kualitatif dalam penelitian ini. Strategi ini menyajikan data dengan meringkas hasil yang telah peneliti kumpulkan. Pendekatan yang digunakan untuk penelitian ini adalah *Grounded Theory* (Teori Dasar), penelitian teori dasar atau sering disebut penelitian dasar merupakan penelitian yang diarahkan pada penemuan atau minimal menguatkan suatu teori.<sup>81</sup> Penelitian kualitatif memberikan deskripsi yang bersifat terurai, tetapi dari deskripsi tersebut diadakan abstraksi atau inferensi sehingga diperoleh kesimpulan yang mendasar yang dapat membentuk prinsip dasar, dalil, atau kaidah-kaidah. Kumpulan dari prinsip, dalil, atau kaidah tersebut tadi berkenaan dengan sesuatu hal yang dapat menghasilkan teori baru, atau minimal memperkuat teori yang telah ada. Dengan kata lain *grounded theory* merupakan prosedur penelitian kualitatif yang sistematis, dimana peneliti menerangkan konsep, proses, tindakan, atau interaksi suatu topik pada level konseptual yang luas.<sup>82</sup>

## **B. Data dan Sumber Data**

### **a. Data Primer**

Data primer yaitu data yang diperoleh peneliti secara langsung dari sumber data. Data primer pada dasarnya adalah memperoleh data langsung secara personal. Data primer dalam penelitian ini adalah media sosial Instagram khususnya pada akun @Iqomic.

### **b. Data Sekunder**

Data sekunder adalah penelusuran data melalui bahan tulis. Bentuk sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah informasi yang peneliti dapatkan dari penelitian terdahulu, teori yang terdapat dalam buku, jurnal, artikel, dan sebagainya yang mendukung penelitian ini.

---

<sup>81</sup> M. Djunaidi Ghony and Fauzan Almansur, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 66.

<sup>82</sup> M. Djunaidi Ghony and Fauzan Almansur, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 67.

### C. Subjek dan Objek Penelitian

#### a. Subjek Penelitian

Subjek penelitian merupakan sumber tempat kita memperoleh keterangan penelitian atau sesuatu yang mengenainya dapat diperoleh keterangan. Adapun Subjek penelitian ini adalah akun @Iqomic di media sosial Instagram.

#### b. Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan masalah penelitian yang akan diteliti. Objek dalam penelitian ini adalah desain grafis yang dijadikan media dakwah. Adapun karakteristik objek penelitian yang akan dilakukan penulis adalah sebagai berikut:

- 1) Objek yang diteliti adalah konten yang di-*upload* dari bulan November sampai Januari dengan jumlah lima hingga sepuluh postingan
- 2) Objek yang diteliti adalah konten yang mendapat respon *like* lebih dari 500 *followers* yang ada di akun @Iqomic
- 3) Objek yang diteliti adalah konten yang berisi informasi dunia Islam seputar pesan dakwah seperti akhlak, syariah, akidah, dan muamalah.
- 4) Objek yang diteliti adalah konten yang memiliki unsur desain grafis.

### D. Metode Pengumpulan Data

Data adalah informasi material tentang objek penelitian. Data dalam studi kualitatif bersifat deskriptif bukan numerik. Data dalam penelitian ini dapat berupa peristiwa, kejadian, atau fenomena, yang nantinya dikategorikan dan diteliti.<sup>83</sup> Oleh karena itu, dalam penelitian ini, penulis berupaya mengidentifikasi dan mengumpulkan data yang relevan, antara lain melalui proses observasi dan analisis dokumen. Sumber data untuk penelitian meliputi sumber tertulis, video, gambar, karya grafis, dan karya

---

<sup>83</sup> Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, (Yogyakarta: Suluh Media, 2018), 205.

monumental, yang semuanya memberikan informasi untuk proses penelitian.

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Pengumpulan data penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode sebagai berikut:

a. Observasi

Melakukan kegiatan observasi memerlukan pendokumentasian yang cermat atas semua kejadian, perilaku, penglihatan, dan detail lain yang diperlukan untuk membantu melanjutkan penelitian. Penulis mengumpulkan informasi atau data sebanyak mungkin dilakukan pada tahap awal observasi. Peneliti kemudian harus melakukan pengamatan yang terkonsentrasi, mulai mempersempit fakta atau informasi yang diperlukan.<sup>84</sup>

Pengamatan penelitian ini dilakukan dengan maksud untuk mendapatkan gambaran yang akurat tentang apa yang terjadi dalam kaitannya dengan peristiwa aktual dari sebuah isu. Pengamatan ini akan dilakukan dengan memantau akun Instagram @Iqomic (Islamic Quote & Comic).

b. Analisis Dokumen

Dokumen merupakan sebuah materi atau bahan seperti: fotografi, video, film, memo, surat, *diary*, rekaman kasus klinis, dan sebagainya yang digunakan sebagai bahan informasi penunjang, dan sebagai bagian berasal dari kajian khusus yang merupakan sumber data pokok berasal dari hasil observasi partisipan dan wawancara mendalam. Dokumen adalah catatan peristiwa yang sudah berlalu. Jadi, berdasarkan beberapa pandangan pakar penelitian kualitatif, dokumen dapat dipahami sebagai

---

<sup>84</sup> Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), 218.

setiap catatan tertulis yang berhubungan dengan suatu peristiwa masa lalu, baik yang dipersiapkan maupun yang tidak dipersiapkan untuk suatu penelitian.<sup>85</sup>

Data dalam penelitian kualitatif pada umumnya diperoleh dari sumber manusia atau *human resources* melalui observasi dan wawancara. Disamping itu, ada pula sumber bukan manusia atau *nonhuman resources*, antara lain berupa dokumen, foto, dan bahan statistik. Analisis dokumen dalam penelitian ini nantinya yaitu dengan menganalisis setiap foto yang diunggah oleh akun @iqomic menggunakan teori yang berkaitan dengan perancangan desain grafis.

#### **E. Teknik Analisis Data**

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik analisis data deskriptif kualitatif, yaitu analisis yang bertujuan untuk menggambarkan hal tertentu mengenai situasi-situasi atau gejala-gejala tertentu dan bertujuan untuk menggambarkan suatu keadaan, peristiwa atau fenomena sehingga mudah untuk dipahami dan disimpulkan.<sup>86</sup> Tindakan mengatur dan mengklasifikasikan informasi ke dalam pola, kategori, dan elemen deskriptif dasar untuk mengungkap tema dan membangun asumsi kerja berdasarkan fakta ini dikenal sebagai analisis data atau tinjauan data. Analisis data adalah tindakan menyusun data yang dikumpulkan melalui catatan observasi, survei, dan sumber lain melalui proses penataan, pemilahan, pengelompokan, klasifikasi, dan pengkategorian.<sup>87</sup>

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknis analisis dari Miles dan Huberman yaitu *interactive model*. Teknik analisis ini terdiri dari pengumpulan data (*collection*), reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Grafik analisis data Miles dan Huberman sebagai berikut:

---

<sup>85</sup> M. Djunaedi Ghony & Fauzan Almansur, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 199.

<sup>86</sup> Saifudin Azwar, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 1998), 91

<sup>87</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 280.



Gambar 3. 1: Interactive Model Miles dan Huberman

Berikut penjelasan *interactive model* dari Miles dan Huberman:

a. Pengumpulan Data

Pengumpulan data ialah pengumpulan data-data yang kita dapatkan dan dikumpulkan selama melakukan penelitian.

b. Reduksi Data

Pemilihan, fokus, abstraksi, dan transformasi data mentah dari lapangan. Reduksi data berarti merangkum, peneliti memilih hal-hal yang pokok dan memfokuskan data-data yang penting. Setelah itu peneliti membuat kategori-kategori data sesuai dengan masalah yang sedang diteliti. Data dapat direduksi dengan meringkas atau mengelompokkannya berdasarkan komponen desain visual seperti titik, warna, garis, bidang, gambar dan tipografi.

Dari proses penelitian, reduksi akan didapatkan hasil ringkasan catatan data dari lapangan. Proses reduksi data akan dapat memperpendek, mempertegas, membuat fokus, membuang hal yang tidak perlu. Reduksi data ini berlangsung secara terus-menerus selama kegiatan penelitian yang berorientasi kualitatif berlangsung. Selama pengumpulan data berjalan, terjadilah tahapan reduksi selanjutnya (membuat ringkasan, mengkode, menelusuri tema, membuat gugus-gugus, membuat partisi, dan menulis memo).

Reduksi data ini bahkan berjalan hingga setelah penelitian di lokasi penelitian berakhir dan laporan akhir penelitian lengkap tersusun.<sup>88</sup>

c. Penyajian Data

Penyajian data yang dapat dilakukan dalam penelitian kualitatif yaitu dapat berupa uraian singkat dan hubungan antar target. Data yang disajikan dalam penelitian ini adalah semua data yang diperoleh dari hasil wawancara ataupun melalui telaah terhadap dokumentasi dari beberapa sumber. Menyajikan informasi yang dikumpulkan dari hasil pengamatan dan menyusunnya sedemikian rupa sehingga tersusun suatu gambaran yang jelas dan sistematis tentang data yang dihasilkan dari penelitian. Penyajian data disini merupakan sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.

d. Menarik Kesimpulan

Menurut Miles dan Huberman, tahapan terakhir setelah penyajian data adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Setelah peneliti melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi ataupun analisis dokumen peneliti memilih data yang sesuai dengan tujuan penelitian dan yang tidak sesuai.

Gambaran kegiatan suatu objek secara keseluruhan; proses penarikan kesimpulan didasarkan pada sintesis informasi yang dikumpulkan sambil menyajikan data. Peneliti dapat menggunakan informasi tersebut untuk mengambil kesimpulan yang tepat sebagai tujuan penelitian.<sup>89</sup>

---

<sup>88</sup> M. Djunaedi Ghony & Fauzan Almansur, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 307.

<sup>89</sup> Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman, *Analisis Data Kualitatif*, terj. Tjetjep Rohendi Rohidi (Jakarta: Universitas Indonesia, 1992), 16-20.



## BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

### A. Gambaran Umum Tentang Islamic Quote & Comic (IQOMIC)

#### 1. Sejarah Islamic Quote & Comic

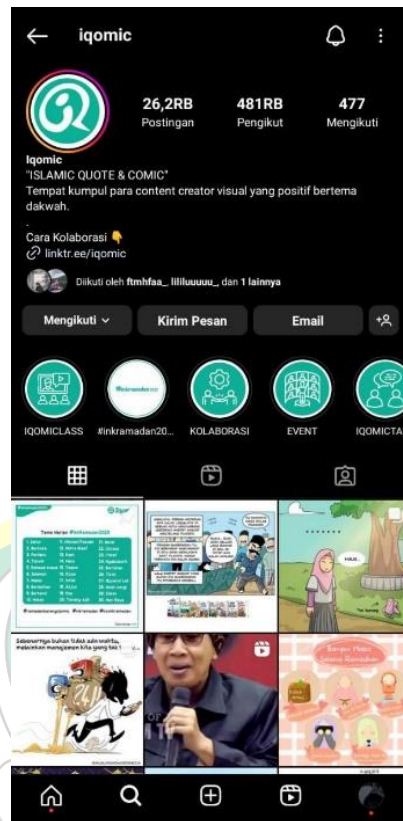
Islamic Quote & Comic atau lebih dikenal dengan Iqomic adalah sebuah wadah silaturahmi untuk para pelaku dakwah visual di Indonesia. Tempat *sharing* dan kolaborasi perihal seni islami khususnya dalam hal visual baik secara *offline* maupun *online*, bukan hanya sifatnya untuk berkarya namun berusaha untuk semata-mata diniatkan dakwah *lillahi ta'ala*. Sejatinya Iqomic berdiri karena kesamaan minat dan latar belakang para pendirinya. Iqomic kemudian berkembang menjadi sebuah komunitas berkumpulnya para pelaku dakwah visual untuk saling berinteraksi, berbagi ataupun sekedar untuk bersilaturahmi sehingga semua anggota kami anggap saudara (*ukhwah*). Harapannya *ukhwah* Iqomic ini terus berkembang menjadi sarana untuk berkolaborasi baik di dunia *online* maupun *offline*. Siapapun boleh bergabung dalam *ukhwah* Iqomic ini, yang diniatkan untuk hal-hal positif dan belajar bersama.

Sejalan perkembangan Iqomic, bang Iqo' hadir sebagai perwujudan *branding* Iqomic, sehingga harapannya mudah dikenal oleh para pembaca atau masyarakat. Bang Iqo' (diambil dari kata Iqomic), adalah karakter seorang pria yang semangat untuk belajar dan berusaha untuk selalu berbagi (berdakwah) kepada siapapun. Membangun nilai-nilai positif dan berusaha untuk selalu mengedepankan ilmu dan amal ibadah. Harapannya, Bang Iqo' ini bisa dijadikan kolaborator untuk para kontributor sehingga semangat dakwah nya bisa berbarengan.



Gambar 4. 1: Bang Iqo'  
(Karakter Iqomic)

Instagram sebagai media utama dalam menyebarkan karya positif dan bermanfaat bagi para pembaca dan netizen. Dengan metode *repost* ataupun *invite* kolaborator untuk menghadirkan “*User Generated Content*” sebagai galeri yang akan di-*update*. Melalui Instagram, umumnya Iqomic memberikan kesempatan kepada siapapun kontributor yang mempunyai konten komik maupun visual lainnya yang berkaitan dengan dakwah untuk bisa berkolaborasi dengan Iqomic. Hingga saat ini, ada ratusan kontributor yang aktif berkolaborasi dengan menjadi *ukhwah* Iqomic. Umumnya, dalam sehari ada lima sampai delapan konten kolaborasi yang di-*update* pada instagram Iqomic. Konten yang mereka *upload* sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan sesuai isu yang sedang berkembang (*timeliness*). Tema dan pokok bahasan pesan dakwahnya pun berada pada rumpun acak atau random, karena menggunakan sistem *tag* yang kemudian nantinya di-*repost* oleh Iqomic. Dengan menggunakan sistem tersebut membuat galeri atau *feed* @Iqomic senantiasa diperbarui setiap harinya dan tidak kehabisan ide untuk menghadirkan konten setiap hari.



Gambar 4. 2: Beranda Akun Instagram @Iqomic

## 2. Visi dan Misi Islamic Quote & Comic

Iqomic memiliki visi yaitu sebagai wadah utama silaturahmi komikus muslim dalam dakwah visual di Indonesia.

Sedangkan misi dari Iqomic itu sendiri di antaranya:

- a. Bersinergi untuk konsisten menyampaikan nilai Islam di sosial media.
- b. Terus berkarya positif dan bermanfaat lewat media visual.
- c. Menginspirasi kebaikan dan menunjukkan Islam sebagai *Rahmatan lil 'alamiin*.

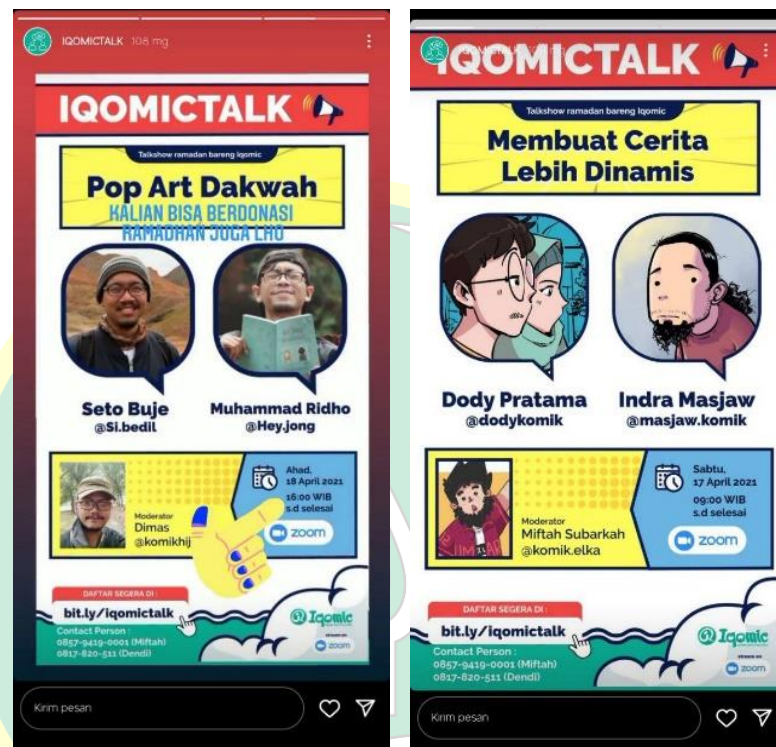
## 3. Kegiatan-Kegiatan Islamic Quote & Comic

Islamic Quote & Comic memiliki beberapa kegiatan, diantaranya:

### a. IqomicTalk

IqomicTalk adalah kegiatan Iqomic berupa *sharing* atau berbagi dimana kegiatannya adalah bincang bersama dengan seorang

narasumber pelaku dakwah visual, yang umumnya diadakan secara *live* atau langsung, baik melalui zoom ataupun *live* Instagram. Tidak ada jadwal tetap untuk kegiatan ini, akan tetapi akan ada pemberitahuan terlebih dahulu dari jauh-jauh hari dan biasanya di *share* di *story* Instagram secara berkala dan di-*posting* ke *feed*.



Gambar 4. 3: Kegiatan IqomicTalk

#### b. IqomiClass

IqomiClass adalah salah satu kegiatan utama Iqomic, yaitu memberikan kelas-kelas pembelajaran komik baik secara luring (*Offline*) maupun daring (*Online*). IqomiClass ini dibuka untuk umum, dan siapa saja boleh berpartisipasi. Setiap pertemuan, para partisipan yang mengikuti kegiatan ini biasanya dikenakan infak sejumlah lima puluh ribu rupiah.



Gambar 4. 4: Kegiatan IqomiClass

### c. IqomiCamp

IqomiCamp adalah salah satu kegiatan besar Iqomic yang umumnya diadakan sekali dalam setahun. Kegiatan ini adalah kegiatan silaturahmi *ukhwah* Iqomic yang dikemas dalam bentuk mabit dan *sharing* bareng sekaligus rihlah di lokasi tertentu.



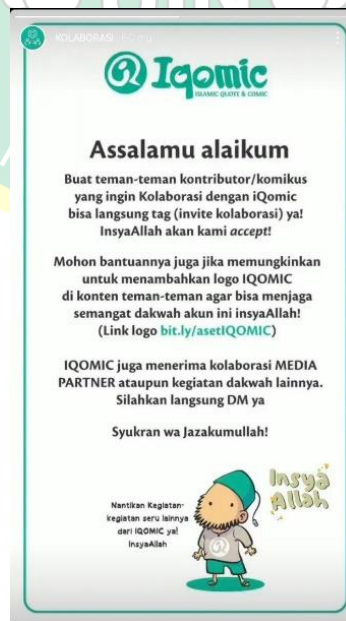
Gambar 4. 5: Kegiatan IqomiCamp

d. Merchandise

Untuk kebutuhan finansial tim Iqomic, Iqomic juga menjual berbagai macam *merchandise* Iqomic seperti masker. Selain itu, Iqomic juga memberikan kesempatan kepada kontributor untuk menjual *merchandise* mereka masing-masing.

e. Kolaborasi Bersama

Iqomic selain aktif di dunia dakwah digital, juga aktif berkolaborasi dengan para kontributor Iqomic untuk membuat komik dalam bentuk cetak, dengan bekerjasama penerbit ataupun dengan mandiri. Selain itu, Iqomic membuka kesempatan kepada siapapun baik secara personal, organisasi, institusi ataupun bentuk lainnya yang ingin berkolaborasi berupa media partner pada sosial media Iqomic. Tentunya agar bisa membantu dalam menyebar luaskan kebaikan. Tidak ada kriteria khusus untuk setiap konten yang ingin berkolaborasi, hanya dengan *tag* (*invite* kolaborasi) dan nantinya akan di *accept*, selain itu para kontributor juga menambahkan logo Iqomic pada setiap hasil karya grafis jika memungkinkan.



Gambar 4. 6: Kolaborasi Bersama

f. Event lainnya

Selain aktif dalam kegiatan Daring (*Online*), Iqomic juga seringkali Ikut di *event-event* pameran, *roadshow* komik ataupun diundang dalam acara media tv atau radio nasional.

## B. Produk Konten Grafis Islamic Qoute & Comic

Dalam mempublikasikan pesan dakwah yang dikemas dengan desain grafis, Iqomic memanfaatkan platform Instagram. Dimana pada masa sekarang aplikasi Instagram kini menjadi salah satu aplikasi media sosial yang digandrungi oleh masyarakat. @Iqomic saat ini sudah memiliki 26,8 ribu postingan dengan jumlah pengikut 483 ribu. Selain konten-konten menarik yang disajikan, Instagram juga menyediakan fitur pendukung lain yang dapat membuat konten foto ataupun video yang diunggah di Instagram menjadi lebih menarik, sehingga pesan dakwah yang hendak disampaikan dapat dipahami dengan mudah, yakni:

a. *Caption*

*Caption* adalah keterangan atau penjelasan yang kita tulis untuk memperkuat dan menambah daya tarik dari pesan yang kita ingin sampaikan dari foto atau video yang kita unggah. Karena *caption* yang menarik dapat menambah nilai lebih dari apa yang kita unggah di Instagram, atau membuat kita lebih memahami makna dari dakwah yang kita sebar.

b. Tagar

*Hashtag* atau tagar adalah tanda yang berbentuk pagar (#). Menambahkan tanda *hashtag* dibawah *caption* dapat memudahkan kita dan pengguna lain untuk menemukan foto-foto dan video di Instagram yang masih berkaitan dengan *hashtag* yang kita tulis. Sehingga dengan *hashtag* tersebut kita bisa memperluas ranah dakwah kita dan semua orang yang mengakses Instagram dapat melihat informasi yang berhubungan dengan *hashtag* tersebut.

Produk yang diunggah oleh @Iqomic dalam instagramnya adalah komik strip, quotes, poster, dan video pesan dakwah. Produk-produk tersebut merupakan hasil kolaborasi bersama dan atau mem-*posting* ulang hasil karya kolaborasi bersama @Iqomic. Quotes menjadi salah satu konten grafis yang ada pada Iqomic. Seperti namanya yaitu Islamic Quote dan Komik sehingga kebanyakan konten yang dihadirkan berupa kutipan-kutipan quotes islami. Quotes pada umumnya adalah sebuah kutipan serangkaian kalimat atau ucapan yang dianggap menarik yang berisikan ide, pendapat atau gagasan seseorang. Quotes islami pada umumnya berisi kutipan atau serangkaian kalimat yang dianggap menarik yang berisi ide, pendapat ataupun gagasan seseorang yang mengandung unsur-unsur keislaman.

Selain quote tadi, ada juga poster. Poster adalah media yang digunakan untuk menyampaikan suatu informasi, saran, ide-ide tertentu, sehingga dapat merangsang keinginan yang melihat untuk melaksanakan isi tersebut. Poster merupakan gabungan antara gambar dan tulisan dalam satu bidang yang memberikan informasi tentang satu ide atau dua ide pokok, poster hendaknya dibuat dengan gambar dekoratif dan huruf yang jelas.<sup>90</sup> Poster juga mampu mempengaruhi dan memotivasi tingkah laku orang-orang yang melihatnya.

Poster merupakan salah satu media grafis yang paling tampak kekuatannya sebagai media penyampai pesan. Media ini berfungsi menyalurkan pesan dari sumber pesan kepada penerima pesan, menarik perhatian, memperjelas sajian ide, mengilustrasikan fakta yang cepat dilakukan sehingga mudah diingat jika dilestarikan secara grafis atau melalui proses visualisasi, sederhana serta mudah pembuatannya. Media

---

<sup>90</sup> Adzim Fatchul Ulum, “Pengaruh Pemanfaatan Media Poster Terhadap Perilaku Siswa Dalam Menjaga Kebersihan Lingkungan di Kelas II MI Nashrul Fajar Meteseh Tembalang Semarang Tahun Pelajaran 2016/2017”, (Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2017), 5.



grafis mengutamakan indra penglihatan dengan menuangkan pesan simbol komunikasi visual dan simbol pesan yang perlu dipahami.<sup>91</sup>

Poster dakwah memiliki tujuan yang lebih spesifik, yaitu untuk kepentingan syiar atau dakwah islam. Sebagaimana poster layanan masyarakat pada umumnya, poster ini juga berisi himbauan, ajakan, atau peringatan, namun pesan-pesannya islami. Tema-tema keislaman yang luas bisa menjadi pesan di dalam poster dakwah, misalnya peringatan hari besar Islam (Ramadhan, Idul Fitri, Idul Adha, Tahun Baru Islam), ibadah *mahdhoh* (sholat, puasa, dan zakat), akhlak (sopan santun, lemah lembut, sabar, penyayang, *tawadhu'*, dan lain-lain), ajakan berhijab, ajakan berinfak, *amar ma'ruf nahi munkar* (anti miras, narkoba, korupsi, dan lain-lainnya). Poster-poster ini ditujukan kepada masyarakat, baik secara luas, atau secara khusus, bisa bagi sesama muslim ataupun non-muslim. Selain itu, poster dakwah juga bersifat non-profit (bukan untuk kepentingan komersial).

Selain poster, Iqomic juga menghadirkan produk konten grafis berupa komik strip (*strip comics*). Komik strip adalah sebuah gambar atau rangkaian gambar yang berisi cerita. Gambar-gambar yang dirangkai dalam komik strip terdiri dari tiga hingga enam panel. Gambar tersebut dirangkai dengan muatan cerita.<sup>92</sup> Tema-tema keislaman yang luas bisa juga dikemas dalam bentuk komik strip yang dirangkai dengan muatan cerita sesuai dengan ide dan kreativitas penyampai pesan. Komik strip sebagai media dakwah mempunyai sifat yang sederhana, jelas, mudah dipahami. Selain poster, quote dan komik strip, Selain quotes juga terdapat beberapa video pesan dakwah yang dikemas dalam desain grafis.

Berikut beberapa produk konten grafis Islamic Quote dan Comic,

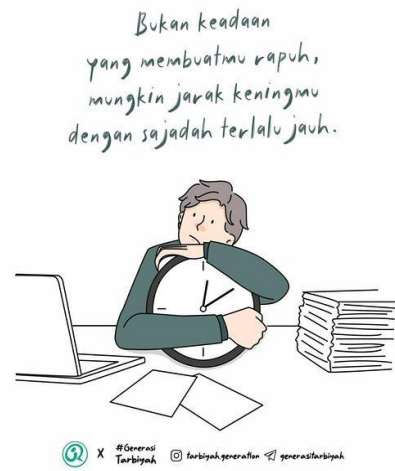
---

<sup>91</sup> Megawati, "Pengaruh Media Poster Terhadap Hasil Belajar Kosakata Bahasa Inggris (Eksperimen di SDIT Amal Mulia Tapos Kota Depok)", *Getsempena English Education Journal (GEEJ)* Vol.4 No.2, (2017): 111.

<sup>92</sup> Triani Ratnawuri, "Pemanfaatan Komik Strip Sebagai Media Pembelajaran Mahasiswa Pendidikan Ekonomi UM Metro", *Jurnal Promosi: Jurnal Pendidikan Ekonomi UM Metro* Vol. 4 No. 2, (2016): 9.



Gambar 4.7



Gambar 4.8



Gambar 4.9



Gambar 4.10



Gambar 4.11



Gambar 4.12





Gambar 4.13



Gambar 4.14

### C. Analisis Produk Desain Grafis berdasarkan Teori Desain Grafis dalam Akun Instagram @Iqomic

Salah satu unsur penting dalam penyampaian materi dakwah bisa lewat berbagai macam. Dalam penelitian ini pesan dakwah atau materi dakwah yang akan disampaikan kepada mad'u berupa gambar. Materi dakwah yang berupa gambar tersebut merupakan hasil dari desain grafis yang tergabung dalam Instagram Islamic Quote dan Comic atau dikenal dengan @Iqomic. Sehingga, desain grafis juga menjadi bagian dari media untuk menyampaikan pesan dakwah tersebut. Media dakwah adalah alat yang menjadi perantara penyampaian pesan dakwah kepada khalayak dakwah.

Dengan demikian, dimana pesan dakwah tadi dikemas menggunakan desain grafis untuk menghadirkan konten dakwah berupa gambar. Penggunaan desain grafis pada sosial media sebagai media dakwah merupakan salah satu upaya agar memudahkan da'i atau umat muslim untuk menyebarkan pesan-pesan dakwah kepada audiens.

#### 1. Quotes



Gambar 4. 7: Quotes

Elemen- elemen desain grafis	Prinsip Desain Grafis
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Garis</li> <li>- Bentuk</li> <li>- Ruang</li> <li>- Warna</li> <li>- Tipografi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kesederhanaan</li> <li>- Penekanan</li> </ul>

Tabel 4. 1: Analisis Gambar 4.7

Gambar (4.7) merupakan konten yang dipublikasikan pada tanggal 9 Januari 2023, dengan jumlah like 2.069. Quotes ini merupakan konten kolaborasi antara generasi tarbiyah dalam instagramnya yaitu #GenerasiTarbiyah dengan @Iqomic. Dalam gambar (4.7) memiliki jenis *font* bertipe *sans serif* dimana tidak memiliki kait, sederhana dan

mudah dibaca, ditambah menggunakan beberapa elemen desain grafis yaitu garis, bentuk dan ruang. Bentuk tersebut tadi merupakan hasil dari garis yang bertemu dan membentuk suatu bidang. Elemen ruang juga diterapkan untuk memberikan nuansa tiga dimensi. *Background* berwarna putih memiliki arti kesucian, bersih, dan ketepatan. Prinsip kesederhanaan sangat ditonjolkan pada desain ini, dengan menggunakan elemen ruang kosong (*white space*) dan tidak menggunakan terlalu banyak unsur-unsur aksesoris atau dekoratif. Selain itu, prinsip penekanan juga digunakan yaitu pada tipografi yang digunakan, “*Jangan berhenti belajar, karena ujian yang diberikan tak berhenti mengajar.*” Berfungsi untuk menekankan pesan yang ingin di sampaikan.

Dalam gambar (4.7) diilustrasikan orang yang berdiri di depan tangga untuk menuju sebuah ruang di atasnya. Gambar tersebut tadi merefleksikan tipografi yang disajikan. Tangga menggambarkan jenjang kehidupan. Hidup dan kehidupan di dunia layaknya sebuah lembaga pendidikan, dimana setiap jenjang proses kehidupan yang dilalui, tak pernah lepas dari ujian yang diberikan oleh Allah SWT. Ujian yang diberikan bisa secara moral maupun material, namun tingkat kesulitan yang Allah ujikan tidak akan melebihi batas kesanggupan makhluknya, Karena pada hakikatnya setiap ujian yang Allah SWT berikan senantiasa memberikan pelajaran, ketegaran, sikap sabar, dan keikhlasan.

Allah Subhanahu wa Ta'ala berfirman dalam Q.S Al-Baqarah ayat 286:

لَا يَكْلِفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا ۗ لَهَا مَا كَسَبَتْ وَعَلَيْهَا مَا اكْتَسَبَتْ ۗ رَبَّنَا لَا تُؤَاخِذْنَا إِنَّا  
 مَا لَا نَسِينَا أَوْ أَخْطَاْنَا ۗ رَبَّنَا وَلَا تَحْمِلْ عَلَيْنَا إصْرًا كَمَا حَمَلْتَهُ عَلَى الَّذِينَ مِن قَبْلِنَا ۗ رَبَّنَا وَلَا تُحْمِلْنَا  
 طَاقَةً لَّنَا بِهٖ ۗ وَاعْفُ عَنَّا وَاعْفِرْ لَنَا وَارْحَمْنَا ۗ أَنْتَ مَوْلَانَا فَانصُرْنَا عَلَى الْقَوْمِ الْكَافِرِينَ

Artinya: Allah tidak membebani seseorang, kecuali menurut kesanggupannya. Baginya ada sesuatu (pahala) dari (kebajikan) yang diusahakannya dan terhadapnya ada (pula) sesuatu (siksa) atas (kejahatan) yang diperbuatnya. (Mereka berdoa) “Wahai Tuhan kami, janganlah Engkau hukum kami jika kami lupa atau kami salah. Wahai Tuhan kami, janganlah Engkau bebani kami dengan beban yang berat sebagaimana Engkau bebani kepada

*orang-orang sebelum kami. Wahai Tuhan kami, janganlah Engkau pikulkan kepada kami apa yang tidak sanggup kami memikulnya. Maafkanlah kami, ampunilah kami, dan rahmatilah kami. Engkaulah pelindung kami. Maka, tolonglah kami dalam menghadapi kaum kafir. (Al-Baqarah [2]:286)*

Dalam *posting-an* gambar (4.7) juga dilengkapi dengan *caption* dengan maksud untuk memperjelas pesan yang ingin disampaikan. Selain *caption* terdapat juga beberapa tagar untuk memudahkan para pengguna untuk mengakses konten tadi diantaranya #GenerasiTarbiyah dan #quotesislami.



Gambar 4. 8: Quotes

Elemen- elemen desain grafis	Prinsip Desain Grafis
- Garis	- Kesederhanaan
- Bentuk	- Penekanan
- Warna	- Keseimbangan
- Tipografi	

Tabel 4. 2: Analisis Gambar 4.8

Gambar (4.8) masih dengan konten kolaborasi antara #GenerasiTarbiyah dengan @Iqomic, konten ini dipublikasikan pada 3

Januari 2022 dengan jumlah like 5.680. Dalam gambar (4.8) memiliki jenis *font* bertipe *sans serif* dimana tidak memiliki kait, mudah dibaca dan sederhana, ditambah menggunakan beberapa elemen desain grafis. Lebih menonjolkan prinsip kesederhanaan dalam mendesain quotes, elemen yang digunakan pun sangat sederhana yaitu garis dan bentuk. Garis disini memberikan nuansa komunikasi yang berarti dalam suatu desain, elemen garis digunakan dalam gambar (4.8) diantaranya sebagai pembatas, penambahan unsur dekoratif pada suatu desain atau gambar (garis untuk menunjukkan arah jarum jam dan setumpukan kertas). Selain itu elemen bentuk juga digunakan dalam gambar (4.8) yaitu bentuk lingkaran dan persegi. Bentuk adalah hasil dari garis yang bertemu dan membentuk suatu bidang. Bentuk lingkaran dan persegi adalah bentuk geometris yang digunakan sebagai acuan dasar dalam merancang sebuah desain, yang nantinya menjadi gambar jam dan laptop. Background berwarna putih memiliki arti kesucian, bersih, dan ketepatan. Terdapat pula tipografi, "*Bukan keadaan yang membuatmu rapuh, mungkin jarak keningmu dengan sajadah terlalu jauh.*" Memiliki arti lepaskan sejenak jubah kesibukanmu dan bersujudlah untuk mengingat Allah SWT.

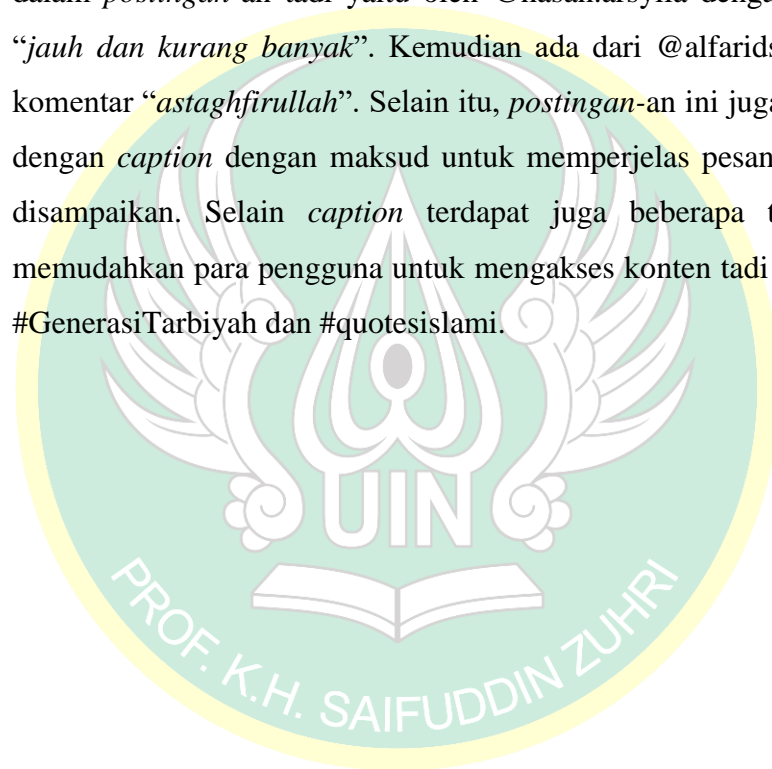
Selain menonjolkan prinsip kesederhanaan yaitu dengan penggunaan elemen grafis yang minim dan *white space*, prinsip penekanan juga digunakan pada tipografi atau tulisan yang digunakan untuk menekankan pesan yang ingin disampaikan. Selain itu, jika ditarik sumbu khayal pada garis yang terdapat dalam bentuk jam maka ada keseimbangan antara dua sisinya. Dimana pada dua sisi tersebut terdapat benda dengan berat dan jarak yang sama terhadap sumbu khayal atau maya, termasuk dalam kategori keseimbangan simetris dimana posisi dan letak berada pada posisi yang sama berdasar garis sumbu.

Dalam gambar (4.8) digambarkan seseorang dengan wajah murung yang sedang memeluk jam dan terdapat tumpukan kertas pada satu sisinya dan di sisi yang lain terdapat sebuah laptop, menggambarkan



sebuah kerumitan dan kesibukan yang terkadang membuat rapuh. Kemudian ada kalimat, “ *mungkin jarakkeningmu dengan sajadah terlalu jauh.*” Memiliki arti lepaskan sejenak jubah kesibukanmu, dan bersujudlah untuk mengingat Allah SWT.

Dalam *posting*-an gambar (4.8) cukup banyak mendapatkan like karena tema *posting*-an ini mewakili fenomena yang umum terjadi di kehidupan kita yaitu seringkali merasa lelah, banyak beban dalam menjalani kehidupan. Hal tersebut dibuktikan oleh beberapa komentar dalam *postingan*-an tadi yaitu oleh @hasan.arsyila dengan komentar “*jauh dan kurang banyak*”. Kemudian ada dari @alfaridsi\_\_ dengan komentar “*astaghfirullah*”. Selain itu, *postingan*-an ini juga dilengkapi dengan *caption* dengan maksud untuk memperjelas pesan yang ingin disampaikan. Selain *caption* terdapat juga beberapa tagar untuk memudahkan para pengguna untuk mengakses konten tadi diantaranya #GenerasiTarbiyah dan #quotesislami.





*Komentar dalam postingan gambar 4.8*

## 2. Poster



*Gambar 4. 9: Poster*

Elemen- elemen desain grafis	Prinsip Desain Grafis
- Garis	- Penekanan
- Bentuk	- Irama
- Warna	- Perbandingan
- Tipografi	

Tabel 4. 3: Analisis Gambar 4.9

Gambar (4.9) adalah konten grafis jenis poster yang dipublikasikan pada 12 Desember 2022, dengan jumlah like mencapai 1.841. Poster ini merupakan rancangan @arielsyafrin yang berkolaborasi dengan banyak pihak salah satunya @Iqomic. Dalam gambar (4.9) elemen garis dengan warna putih digunakan sebagai pembatas atau garis tepi. Selain itu, terdapat pula elemen bentuk juga digunakan untuk menyatakan suatu bangun yang tampak dari suatu benda yaitu laptop. Laptop tersebut berasal dari bentuk dasar bentuk geometris jajar genjang. Prinsip penekanan digunakan dalam poster ini yaitu pada judul poster, ukuran tulisan dibuat cukup besar sehingga terlihat berbeda dengan tulisan dibawahnya. Hal tersebut cukup menarik perhatian pembaca, sehingga yang melihat dan membacanya dapat dengan mudah memahami pesan apa yang ingin disampaikan. Selain itu, bentuk judul poster yang lebih besar daripada tulisan di bawahnya menunjukkan sebuah perbandingan unsur yang dikomposisikan.

Gambar (4.9) menggunakan *font* bertipe *decorative* pada bagian atas, bentuk *decorative* ini merupakan pengembangan dari bentuk huruf yang ditambah atau diganti dengan hiasan atau ornamen. Sedangkan, untuk huruf bagian bawah menggunakan jenis *sans serif* dimana tidak memiliki kait, mudah dibaca dan sederhana. *Background* berwarna merah dan ditambahkan warna turunannya untuk memberikan efek gradasi. Pemberian gradasi ini menerapkan prinsip irama dimana berusaha memvisualisasikan unsur gerak pada media grafis yang statis. Unsur gerak tidak selalu ditampilkan dalam visual ikonik, tetapi juga

permainan psikologi visual yang dapat mengarahkan mata pengamat karena secara psikologi manusia akan mengarah dari unsur warna gelap ke terang dan/atau dari area yang kompleks ke area yang sederhana. Warna merah yang digunakan menggambarkan keberanian, power, dan energi.

Gambar (4.9) berisi tentang pengingat atau himbauan yang mana dipublikasikan ketika sedang ada ajang World Cup 2022 di Qatar yang berlangsung dalam bulan November hingga Desember 2022. Poster ini sebagai bentuk pengingat untuk tidak menjadikan ajang World Cup 2022 sebagai bahan judi dikarenakan banyaknya judi bola pada saat itu. Pada hakikatnya judi adalah hal yang tidak diperbolehkan.

Allah Subhanahu wa Ta'ala berfirman dalam Q.S Al-Maidah ayat 90:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَامُ رِجْسٌ مِّنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: *Wahai orang-orang yang beriman, sesungguhnya minuman keras, berjudi, (berkurban untuk) berhala, dan mengundi nasib dengan anak panah adalah perbuatan keji (dan) termasuk perbuatan setan. Maka, jauhilah (perbuatan-perbuatan) itu agar kamu beruntung. Al-Mā'idah [5]:90*

Dalam *posting-an* gambar (4.9) juga dilengkapi dengan *caption* yang cukup singkat, “*mau judinya secara online atau offline, ya judi tetaplah judi jadi nggak boleh..*” dengan maksud untuk memperjelas pesan yang ingin disampaikan yang ada pada poster. Selain *caption* terdapat juga beberapa tagar untuk memudahkan para pengguna untuk mengakses konten tadi diantaranya #worldcup2022 dan #pialadunia



Gambar 4. 10: Poster

Elemen- elemen desain grafis	Prinsip Desain Grafis
- Garis	- Penekanan
- Warna	- Irama
- Tipografi	- Perbandingan

Tabel 4. 4: Analisis Gambar 4.10

Konten kolaborasi antara @Iqomic dengan @arielsyafrin ini dipublikasikan pada 25 Desember 2022, dengan jumlah like 5.809. Dalam gambar (4.10) terdapat elemen garis yang digunakan sebagai pembatas dan garis tepi. Garis pembatas itu ada bagian tengah sebagai pemisah antara tulisan bagian atas dan bagian bawah. Garis tepi digunakan untuk garis batas agar pembaca terfokus pada gambar dan tulisan serta pesan yang ada di dalamnya. Sedangkan jenis *font* yang digunakan, bertipe *sans serif*, tidak memiliki kait, mudah dibaca dan sederhana. Dalam poster ini juga terdesain animasi yang dipadukan dengan warna merah menggambarkan api di sekelilingnya dan didominasi menggunakan warna merah pada keseluruhan poster, untuk memberi efek bayangan atau *shading* diberikan warna turunan yang lebih gelap pada bagian yang ingin diberi bayangan berupa gradasi.

Warna merah ini identik dengan warna darah dan api. Warna merah juga diasosiasikan dengan keberanian, penuh semangat, power atau kekuatan dan energi, senada dengan pesan yang ingin disampaikan yaitu untuk jangan menya-nyiakan masa muda. Diusia muda cenderung memiliki semangat dan power yang kuat untuk itu gunakanlah sebaik mungkin.

Prinsip penekanan digunakan pada judul poster dengan menampilkan bentuk huruf yang cukup besar. Selain itu, terdapat pula penggunaan gradasi warna pada poster menambahkan nuansa penekanan yang informatif dan permainan psikologi visual yang dapat mengarahkan mata pengamat. Secara otomatis mata manusia akan mengarah dari unsur warna yang gelap ke terang, dan atau dari area yang kompleks menuju ke area yang sederhana yang menciptakan irama pada poster tersebut. Bentuk judul poster yang lebih besar daripada tulisan di bawahnya menunjukkan sebuah perbandingan unsur yang dikomposisikan.

Gambar (4.10) ini berisi pengingat untuk para pemuda, masa muda adalah masa untuk mencari jati diri, masa penuh semangat dan bergairah, akan tetapi dibalik semangat ini perlu dikontrol agar tidak berlebihan dan keluar dari bimbingan syariat. Karena kelak segala perbuatan diusia muda akan diminta pertanggung jawabannya, seperti hadits yang tertera dalam gambar (4.10). Nabi Muhammad SAW bersabda,

*Tidak akan bergeser kaki manusia di hari kiamat dari sisi Rabb-Nya, hingga dia ditanya tentang lima perkara (yaitu): tentang umurnya untuk apa ia habiskan, tentang masa mudanya untuk apa ia gunakan, tentang hartanya darimana ia dapatkan, dan dalam hal apa (hartanya tersebut) ia belanjakan, serta apa saja yang telah ia amalkan dari ilmu yang dimilikinya. (HR At-Tirmidzi, No. 2416)*

Dalam *posting-an* gambar (4.10) dilengkapi *caption* yang singkat yaitu, “Masa muda itu cuman sekali, jadi gunakanlah sebaik mungkin 🔥🔥🔥” dengan maksud untuk memperjelas pesan yang ingin disampaikan yang ada pada poster. *Posting-an* ini cukup banyak

mendapat *like* karena desain yang digunakan menggunakan referensi dari salah satu anime. Hal tersebut cukup banyak komentar tentang desain yang digunakan salah satunya oleh @fenji.azura yang berkomentar “*editornya wibu nih*”, dan komentar-komentar *support* seperti @farhannufairi, “*semangat min*”, komentar “🔥🔥🔥” oleh @bagasOksa. Selain itu, terdapat pula *caption* dan tagar untuk memudahkan para pengguna untuk mengakses konten tadi diantaranya #dakwahasik #kartundakwah.



Komentar dalam postingan gambar 4.10

### 3. Komik Strip



Gambar 4. 11: Komik Strip

Elemen- elemen desain grafis	Prinsip Desain Grafis
- Garis	- Kesederhanaan
- Ruang	- Penekanan
- Ilustrasi	- Keseimbangan
- Warna	- Kesatuan
- Tipografi	- Sequence

Tabel 4. 5: Analisis Gambar 4.11

Komik strip ini dipublikasikan pada 2 Februari 2023 yang mana hasil kolaborasi antara @akhlakpedia dengan @Iqomic, dengan jumlah *like* 1.603. Dalam gambar (4.11) yang terdiri dari dua panel dan setiap panel berisi dua ilustrasi. Tarikan garis pada gambar sederhana dan sedikit tebal. Karakter dalam gambar (4.11) ini cenderung memiliki ciri-ciri penampilan orang Indonesia, seperti berkulit sawo matang. Karakter berpenampilan berandalan dengan rambut di cat warna hijau dengan tambahan kalung tengkorak, sementara karakter lain yaitu anak-anak dan seorang perempuan berhijab di belakang. *Background* dalam komik sangat sederhana, hanya berupa satu atau dua warna saja.

Dalam setiap panel dalam gambar (4.11) terdiri dari dua ilustrasi pada bagian atas dan bagian bawah yang dipisahkan oleh garis. Komik



strip ini dipublikasikan ke Instagram yang memiliki sistem membaca dengan menggeser layar ke samping. Menggunakan prinsip *sequence* membuat pembaca otomatis mengurutkan pandangan matanya sesuai keinginan dan lebih memudahkan juga bagi para pembaca, karena setiap panel dipisah dalam setiap *slide*. Tipografi dalam komik strip ini menggunakan huruf dengan tipe *miscellaneous*, tipe ini tidak memiliki ciri khas atau rupa spesifik. Huruf dalam kategori ini merupakan pengembangan dari bentuk-bentuk yang sudah ada hanya ditambahkan hiasan, ornamen atau garis-garis dekoratif. *Font* yang digunakan seperti pada komik-komik umumnya yaitu Comic Sans.

Warna yang digunakan dalam gambar (4.11) juga sederhana. Panel pertama bagian atas ada beberapa unsur warna yaitu putih, merah, kuning dan abu-abu. Sementara itu, ilustrasi bagian bawah adalah *close up* wajah dari salah satu karakter dengan *background* abu-abu. Warna abu-abu ini melambangkan kesedihan. Panel kedua antara ilustrasi bagian atas dan bawah sama menggunakan *background* dengan warna biru. Biru adalah warna yang memberikan inspirasi atau ketenangan, biru juga warna langit dan warna air laut.

Prinsip kesederhanaan digunakan dalam elemen warna yang digunakan dimana tidak banyak terdapat gradasi yang digunakan, dan cenderung menggunakan beberapa unsur warna saja. Prinsip penekanan digunakan pada tulisan yang terdapat dalam *bubble* setiap ilustrasi, dimana tulisan tersebut secara jelas mengungkap pesan apa yang disampaikan. Selain itu, penempatan elemen-elemen yang serasi dan selaras, pembagian berat yang merata pada satu bidang *layout* menunjukkan adanya aspek keseimbangan dalam mendesain sehingga memberikan kesan seimbang dengan menggunakan elemen sesuai kebutuhan dan meletakkan pada posisi yang tepat. Elemen-elemen yang digunakan selaras dengan pesan yang ingin di sampaikan sehingga tercipta sebuah kesatuan dalam desain tersebut.

Dalam *posting-an* gambar (4.11) juga dilengkapi dengan *caption* yang cukup panjang, dengan maksud untuk memperjelas pesan yang ingin disampaikan yang ada pada komik tadi yaitu tentang berburuk sangka, bahaya dan ciri-cirinya. Dalam sejumlah riwayat, Rasulullah mengingatkan bahaya berburuk sangka. Beliau bersabda:

*“Berhati-hatilah kalian dari tindakan berprasangka buruk, karena prasangka buruk adalah sedusta-dusta ucapan. Janganlah kalian saling mencari berita kejelekan orang lain, saling memata-matai, saling mendengki, saling membelakangi, dan saling membenci. Jadilah kalian hamba-hamba Allah yang bersaudara.”* (HR Bukhari & Muslim)

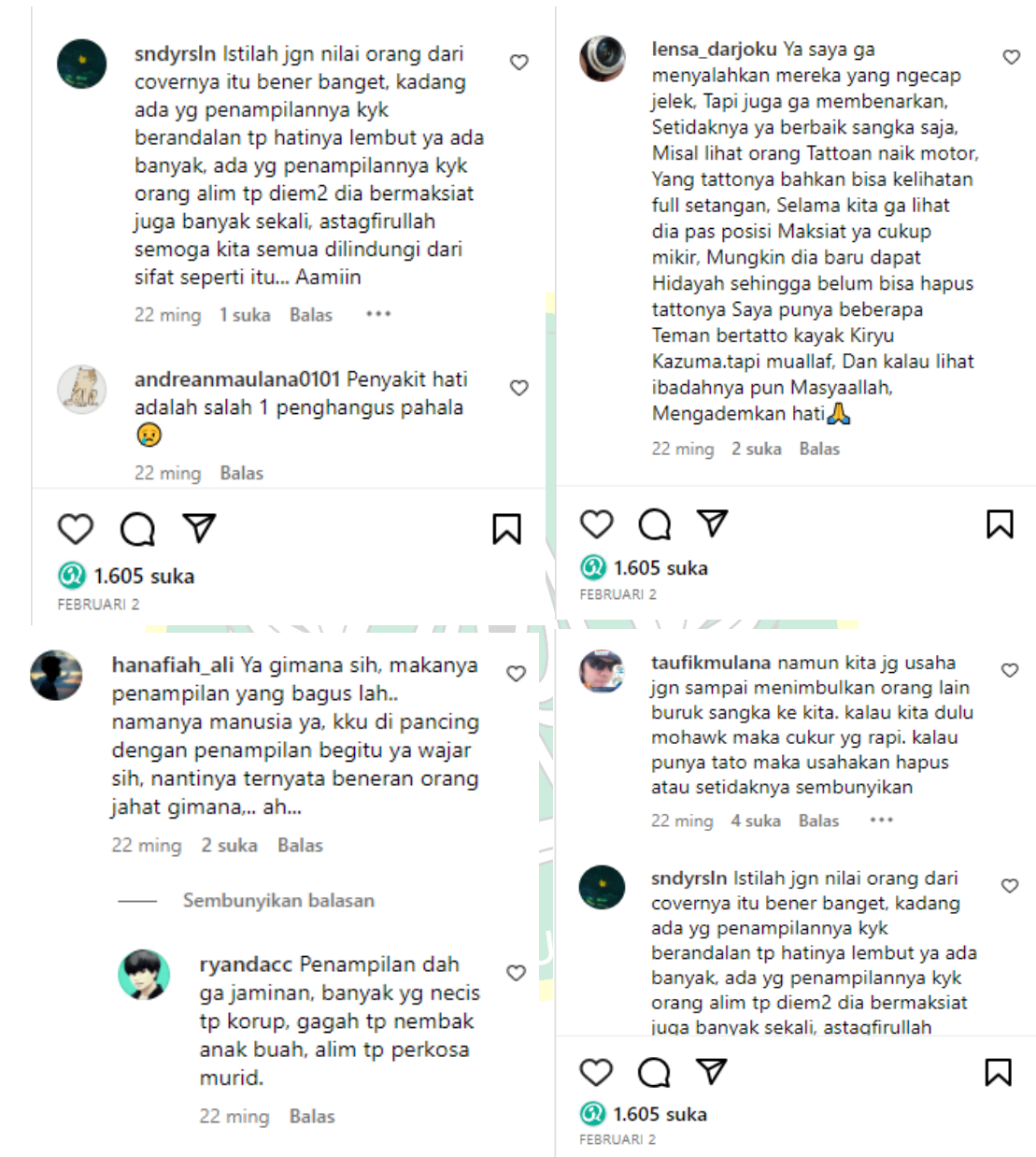
Selain itu, dijelaskan pula dalam Al-Quran bahwa berprasangka buruk adalah sebuah dosa, Allah Subhanahu wa Ta'ala berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ وَلَا تَجَسَّسُوا وَلَا يَغْتَبَ بَعْضُكُم بَعْضًا  
أَيُّبٌ أَحَدُكُمْ أَنْ يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا فَكَرِهْتُمُوهُ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ تَوَّابٌ رَّحِيمٌ

Artinya: *Wahai orang-orang yang beriman, jauhilah banyak prasangka! Sesungguhnya sebagian prasangka itu dosa. Janganlah mencari-cari kesalahan orang lain dan janganlah ada di antara kamu yang menggunjing sebagian yang lain. Apakah ada di antara kamu yang suka memakan daging saudaranya yang sudah mati? Tentu kamu merasa jijik. Bertakwalah kepada Allah! Sesungguhnya Allah Maha Penerima Tobat lagi Maha Penyayang.* (Al-Hujurat [49]:12)

Gambar (4.11) mendapat cukup banyak *like* karena mewakili apa yang sering terjadi di kehidupan kita seperti seringkali berburuk sangka terhadap segala hal yang kita lihat tanpa tahu kebenarannya. Banyak komentar pro dan kontra terkait *posting-an* tersebut, seperti *“namun kita juga usaha jangan sampai menimbulkan orang lain buruk sangka ke kita. Kalau kita dulu Mohawk maka cukur yang rapi. Kalau punya tattoo maka usahakan dihapus atau setidaknya disembunyikan”* komentar tadi di-*posting* oleh @taufikmaulana. Selain itu, ada komentar lain dari @lensa\_darjoku, *“ya saya ga menyalahkan mereka yang ngecap jelek, tapi juga ga membenarkan, setidaknya ya berbaik sangka saja. Misal lihat orang tattoan naik motor, yang tattonya bahkan bisa kelihatan full setangan, selama kita ga lihat dia pas posisi maksiat ya cukup mikir,*

*mungkin dia baru dapat hidayah sehingga belum bisa hapus tatto nya. Saya punya beberapa teman bertatto kayak Kiryu Kazuma tapi muallaf dan kalau lihat ibadahnya pun Masyaallah, mengademkan hati”*



*Komentar dalam postingan gambar 4.11*

Komik strip tadi sebagai bentuk dakwah atau pengingat kepada kita agar lebih mawas diri dari pasangan buruk yang jauh dari manfaat.



Gambar 4. 12: Komik Strip

Elemen- elemen desain grafis	Prinsip Desain Grafis
- Garis	- Kesederhanaan
- Ilustrasi	- Penekanan
- Warna	- Keseimbangan
- Tipografi	- Kesatuan

Tabel 4. 6: Analisis Gambar 4.12

Komik kolaborasi antara @akhlakpedia dengan @Iqomic ini dipublikasikan pada 23 Januari 2023 dengan total 1.716 *like*. Gambar (4.12) ini memiliki tarikan garis pada gambar sangat sederhana dan sedikit tebal. Karakter dalam komik ini cenderung memiliki ciri-ciri penampilan orang Indonesia, seperti berambut hitam dan berkulit sawo matang. *Background* dalam komik sangat sederhana.

Gambar (4.12) terdiri dari 2 panel, tampilan gambar (4.12) berupa panel panel terpisah, bentuk tampilan dibuat seperti itu karena komik ini dipublikasikan ke Instagram yang memiliki system membaca dengan menggeser layar ke samping (berupa *slide*). Pembaca secara otomatis mengurutkan pandangan matanya sesuai keinginan dan menggeser ke *slide* selanjutnya. Pada panel pertama, terdapat dua ilustrasi yaitu pada bagian atas dan bagian bawah yang dipisahkan oleh garis. Sedangkan untuk panel kedua hanya berisi satu ilustrasi. *Layout* dalam komik strip

ini menggunakan prinsip *balance* karena menggunakan elemen sesuai kebutuhan dan meletakkannya di posisi yang tepat. Tipografi dalam gambar (4.12) menggunakan *font* bernama “Comic Sans”, *font* seperti ini merupakan *font* yang sering digunakan dalam komik karena berkesan santai. *Font* “Comic Sans” termasuk dalam tipe atau jenis *miscellaneous*, karena merupakan pengembangan dari *font sans serif*. Tipe *sans serif* cenderung tidak memiliki kait, sederhana dan mudah dibaca serta lazim digunakan karena berkesan santai.

Warna yang digunakan dalam gambar (4.12) juga sederhana. Pada panel pertama menggunakan dua warna saja yaitu warna kuning dan biru untuk karakter, *background* abu-abu terang, gradasi warna juga sangat minim digunakan. Pada panel kedua cukup banyak warna digunakan, diantaranya kuning, biru, orange, hijau, merah, putih, ungu. Warna yang digunakan dalam komik ini cenderung terang.

Prinsip kesederhanaan digunakan dalam elemen warna yang digunakan sederhana, minim gradasi. Prinsip penekanan digunakan pada tulisan yang terdapat dalam *bubble* setiap ilustrasi, dimana tulisan tersebut secara jelas mengungkap pesan apa yang disampaikan yaitu mengenai makna dari *iqra'*. Perpaduan kesederhanaan, penekanan dan *balance* atau keseimbangan menciptakan sebuah kesatuan dalam desain tersebut, Elemen-elemen yang digunakan selaras dengan pesan yang ingin disampaikan dalam gambar yang disajikan.

Dalam gambar (4.12) berisi tentang makna atau arti *Iqro'* dalam Al-Quran. Panel pertama berisi percakapan seorang pria yang bertanya pada anak kecil mengenai wahyu pertama Allah untuk Nabi Muhammad SAW dan dilanjutkan *Iqra'* sebagai jawabannya. Pada panel kedua dijelaskan “Allah tidak secara khusus menyebut bahwa *Iqra'* itu hanya membaca Al-Quran, *Iqra'* bisa dimaknai sebagai membaca apa saja selama itu bermanfaat”. Pada postingan komik strip ini juga ditambah apa maksud pesan yang ingin disampaikan pada komik strip tadi melalui *caption* yang memperkuat pesan dakwah yang ingin disampaikan.

Wahyu yang pertama kali diturunkan Allah SWT kepada Nabi Muhammad SAW adalah *Iqra'*. Secara umum, *Iqra'* diartikan sebagai perintah untuk membaca. Wahyu pertama yang diterima Rasulullah SAW melalui Jibril, Allah SWT memerintahkan untuk membaca dan menyebut nama Tuhan. Perintah tersebut termaktub dalam Q.S Al Alaq ayat 1-5.

Menurut pendiri Pusat Studi Al-Quran, M. Quraish Shihab, kata *Iqra'* pada ayat pertama surat Al Alaq diambil dari akar kata yang artinya menghimpun. Arti tersebut kemudian melahirkan beragam makna seperti menyampaikan, mendalami, meneliti, mengetahui ciri sesuatu, dan membaca teks tertulis atau tidak tertulis. *Iqra'* berarti bacalah, telitilah, dalamilah, ketahuilah ciri-ciri sesuatu, bacalah alam, tanda-tanda zaman, sejarah, maupun diri sendiri, yang tertulis maupun tidak.

Menurut Ibnu Katsir, ayat-ayat di atas merupakan permulaan rahmat dan nikmat yang diturunkan oleh Allah SWT atas kasih sayang kepada hamba-Nya. Surat ini mengandung peringatan yang menggugah manusia untuk memahami asal mula penciptaan manusia, yaitu dari *'alaqah*. Adapun diantara kemurahan Allah SWT adalah Dia telah mengajarkan manusia tentang apa yang tidak di ketahuinya. Ibnu Katsir menafsirkan, Allah SWT telah memuliakan dan menghormati manusia dengan ilmu. Itulah makna *Iqra'* sebagaimana terkandung dalam Al-Quran.

Gambar (4.12) mendapat respon baik dalam komentar dan cukup banyak mendapat *like*, tema yang diangkat *relate* atau sesuai dengan kondisi masyarakat dimana kadangkali minim literasi. Selain itu, *Iqra'* yang menjadi wahyu pertama ini hanya dimaknai membaca Al-Quran. Padahal pada kenyataannya *Iqra'* bisa dimaknai membaca apa saja selama itu bermanfaat. Terdapat pula komentar terkait *posting-an* tersebut yaitu, "*sayangnya negara Indonesia yang mayoritas*

*penduduknya muslim, malah minim literasi. Kadang untuk sekedar membaca sebuah caption yang pendek pun mereka malas.”*



*Komentar dalam postingan gambar 4.12*

## 4. Video pesan dakwah



Gambar 4. 13 : Video Pesan Dakwah (Reels)

Elemen- elemen desain grafis	Prinsip Desain Grafis
- Garis	- Penekanan
- Bentuk	- Irama
- Warna	- Kesatuan
- Tipografi	

Tabel 4. 7: Analisis Gambar 4.13

Gambar (4.13) berisi video cuplikan dakwah diunggah pada 30 Januari 2023 dengan jumlah like 3.164. video ini adalah kolaborasi antara @taarts\_gram dengan @Iqomic, reels ini berisi cuplikan



animasi yang diberi audio dakwah ustadz Adi Hidayat dari @adihidayatofficial. Dengan menampilkan animasi ustadz Adi Hidayat, Bang Iqo (karakter Iqomic), dan Animasi Taarts (kolaborator Iqomic), dengan *background* didominasi warna gelap. Dalam gambar (4.13) aspek tipografi lebih ditekankan karena untuk mempermudah penyampaian pesan dakwah. Ada dua tipe huruf yang digunakan yaitu tipe *Serif*, bentuk huruf yang memiliki kait, tipe ini merupakan huruf formal yang mengekspresikan intelektualitas. Huruf dengan tipe *Serif* ini digunakan pada bagian tulisan ‘Ustadz Adi Hidayat’. Sedangkan untuk huruf yang lain menggunakan tipe *Sans Serif*, bentuk huruf ini tidak memiliki kait dan bertangkai tebal, mudah dibaca dan sederhana. Sementara elemen garis digunakan untuk memberikan efek dekoratif pada bentuk yang di tampilkan. Selain itu, terdapat beberapa bentuk dibelakang animasi pada gambar (4.13) yaitu lingkaran dan jajargenjang sebagai bentuk geometris. Kemudian terdapat lengkungan bebas pada bagian yang diilustrasikan sebagai kapal dan ilustrasi seperti dedaunan atau rumput pada bagian bawah sebagai bentuk organik.

Prinsip penekanan digunakan pada tulisan yang terdapat dalam gambar (4.13), dimana tulisan tersebut secara jelas mengungkap pesan apa yang disampaikan melalui audio yang digunakan. Sehingga memudahkan yang melihat *posting-an* tersebut tidak hanya mendengar akan tetapi bisa juga membaca apa yang tertulis yang membuat pesan yang ingin disampaikan mudah dipahami. Selain itu, karena konten ini berbentuk video maka menampilkan prinsip irama yang berupaya memvisualisasikan unsur gerak pada animasi yang digunakan agar mendapatkan unsur dinamis dan menambah nuansa penekanan yang informatif. Perpaduan warna yang pas dengan elemen serta huruf yang digunakan menciptakan sebuah kesatuan dalam desain ditambah dengan memperhatikan

aspek atau prinsip penekanan dan unsur gerak atau irama pada desain tersebut

Berikut isi dari cuplikan reels dalam gambar (4.13) yang berjudul *Buktikan Kepada Allah*:

*“Anda menginginkan surga tapi begitu terlena dengan dunia. Berangkat gelap, pulang gelap. Kumpulkan lagi, kumpulkan lagi, perbanyak. Luaskan rumahnya, banyakan kendaraannya. Meninggal tidak dibawa semua itu. Lupa anda dengan sholat, bahkan mohon maaf jangankan yang Sunnah, yang fardhu pun kadang terlambat!!! Ada orang ketinggalan sholat Sunnah hatinya gelisah, anda yang cita-citanya masuk surga firdaus terlambat sholat fardhu kok biasa-biasa saja. Sahabat bukan, tabiin bukan, tetangga nabi bukan, kerabat nabi bukan, sampai hari ini tidak ada satu huruf pun ayat Qur’an turun karena kemuliaan anda. Jarak rumah anda ke masjid tidak lebih jauh dibandingkan dengan sahabat Abdullah bin Ummi Maktum. Masjidnya lebih bagus dibandingkan zaman dahulu, karpetnya empuk, acnya bagus. Luar biasa nyamannya, suasana masjid enak. Kalau dengan semua ini belum menyentuh anda sekedar menunaikan sholat di masjid, tunjukkan buktikan kepada Allah apa yang menjadikan anda layak untuk masuk surga firdaus”*

Dari cuplikan reels tadi bisa diambil pesan dakwah berupa untuk senantiasa menjalankan ketaatan kepada Allah serta menjauhi larangan-Nya sebagai bentuk pembuktian sebagai hamba-Nya.

Video tersebut mendapat banyak *like* karena mewakili apa yang sering terjadi di kehidupan kita seperti seringkali terlena dengan dunia, tidak memikirkan kehidupan nantinya di akhirat, seringkali meninggalkan sholat, hanya memikirkan duniawi. Video tersebut membantu untuk *muhasabah diri*, ada beberapa komentar seperti, “*Astaghfirullah*”, “*bagus nih ceramahnya*”, “*subhanallah*” setelah melihat video tadi.

The screenshot shows an Instagram post with the following details:

- Comments:**
  - m.hafiz0496** (22 ming) Balas with three sad face emojis.
  - \_siskawahyunii** (22 ming) 3 suka Balas with an Astaghfirullah emoji.
  - blackwomen.29** (22 ming) Balas: "Izin share dan save kak 🙏".
  - shorim\_am** (22 ming) Balas with two sad face emojis.
- Post Content:** A comment from **nurdin\_islami** (22 ming) 1 suka Balas: "Kayaknya bener si harus pindah rumah, soalnya disini rasanya gak nyaman kalau sholat jamaah, imamnya suka lihat kebelakang soalnya habis sholat marahi anak kecil dibelakang dan dia tahu dia main apa 😂".
- Post Author:** **adiwijayadi97** (22 ming) 1 suka Balas: "Cakep nih ceramahnya".
- Engagement:** 3.164 suka (JANUARI 30).
- Interaction Icons:** Heart, Comment, Share, and Bookmark.

*Komentar dalam postingan gambar 4.13*





Gambar 4. 14: Video Pesan Dakwah (Reels)

Elemen- elemen desain grafis	Prinsip Desain Grafis
- Bentuk	- Penekanan
- Warna	- Irama
- Tipografi	- Kesatuan

Tabel 4. 8: Analisis Gambar 4.14

Masih dengan konten kolaborasi antara @taarts\_gram dengan @Iqomic, video berisi cuplikan dakwah pada gambar (4.14) ini di unggah pada 30 Desember 2022 dengan jumlah *like* 7.835. reels ini berisi cuplikan animasi yang diberi audio dakwah Buya Yahya dari @buyayahya\_albahjah. Dengan menampilkan animasi visual dari

Buya Yahya dan Animasi Taarts (kolaborator Iqomic). Video tersebut diunggah bertepatan dengan tahun baru masehi 2023, yang kadang kali menjadi penyebab sebuah kemaksiatan. Dalam gambar (4.14) aspek tipografi lebih ditekankan karena untuk mempermudah penyampaian pesan dakwah. Ada dua tipe huruf yang digunakan yaitu tipe *Serif*, bentuk huruf yang memiliki kait, tipe ini merupakan huruf formal yang mengekspresikan intelektualitas. Huruf dengan tipe *Serif* ini digunakan pada bagian tulisan “Buya Yahya”, Sedangkan untuk huruf yang lain menggunakan tipe *Sans Serif*, bentuk huruf ini tidak memiliki kait dan bertangkai tebal, mudah dibaca dan sederhana. Terdapat beberapa bentuk dibelakang animasi pada gambar (4.13) yaitu lengkungan bebas pada bagian yang diilustrasikan sebagai pohon-pohon dan dedaunan serta rumput. Menggunakan *background* gelap dan diberikan warna turunannya sehingga memberikan efek gradasi.

Prinsip penekanan digunakan pada tulisan yang terdapat dalam gambar (4.14), tulisan tersebut secara jelas mengungkap pesan apa yang disampaikan melalui audio yang digunakan. Sehingga memudahkan yang melihat *posting-an* tersebut tidak hanya mendengar akan tetapi bisa juga membaca apa yang tertulis yang membuat pesan yang ingin disampaikan mudah dipahami. Selain itu, karena konten ini berbentuk video maka menampilkan prinsip irama yang berupaya memvisualisasikan unsur gerak pada animasi yang digunakan agar mendapatkan unsur dinamis dan menambah nuansa penekanan yang informatif. Perpaduan warna yang pas dengan elemen serta huruf yang digunakan menciptakan sebuah kesatuan dalam desain ditambah dengan memperhatikan aspek atau prinsip penekanan dan unsur gerak atau irama pada desain tersebut

Berikut isi dari cuplikan reels dalam gambar (4.14) yang berjudul Masalah Tahun Baru:

*“Tahun baru masehi yang dipermasalahkan adalah dzatnya bulan dan hari, akan tetapi kebiasaan dan kebudayaan yang terjadi di tahun baru tersebut. Apa yang dilakukan oleh umat pada saat itu, berhura-hura, berfoya-foya, kemaksiatan di dalamnya. Dan yang banyak merayakan adalah orang di luar Islam sana karena bangga dengan tahun baru mereka. Jadi yang kita hentikan adalah kebiasaan jelek, meniup terompet, setelah itu ada yang mabuk, apa yang dilakukan akan kaum muslimin pada saat itu? Berhura-hura, belum lagi setelah itu berantem. Jadi mengikuti budaya-budaya kafir itulah yang tidak diperkenankan. Kalau masalah hari kita pakai hari kita, tanggal kita dipakai kita, tanggal mereka yang mereka pakai. Walaupun semestinya kita sudah mulai berubah, di dalam diri kita, rumah kita membiasakan dengan tahun hijriyah jadi mengikuti budaya orang kafir. Ini disebutkan dalam Al-Quran, bahwasannya nanti ada sekelompok dari kalian ini ada yang bakal ngikuti budayanya orang di luar Islam, budaya, bukan urusan aqidah saja. Kebiasaan sejengkal demi sejengkal sampai kalau mereka itu masuk ke lubang biawak ngikut, begitulah keadaan islam yang lemah pendirian. Kerjanya ngikut ikut saja dan memang umat islam ini banyak yang lemah pendirian, heboh dengan merayakan tahun baru masehi. Tanyakan dengan masyarakat yang ada china sana, tanyakan masyarakat yang ada di amerika dan eropa sana mereka juga ngerti ada tahun hijriyah. Kalau alasannya untuk bersenang-senang mereka juga tidak pernah punya keinginan untuk merayakan tahun baru hijriyah.”*

Dari cuplikan reels tadi bisa diambil pesan dakwah untuk tidak mengikuti kebiasaan atau budaya tahun baru masehi seperti berhura-hura, berfoya-foya, mabuk, melakukan kemaksiatan hanya untuk alasan senang-senang atau hiburan.

Video tersebut mendapat banyak *like* karena di-*posting* bertepatan dengan tahun baru masehi 2023 yang mana banyak sekali perayaan seperti meniup terompet, kembang api, mabuk-mabukan yang mana hal-hal tersebut tidak ada manfaat atau faedahnya dan kebanyakan orang melakukan itu termasuk orang-orang islam yang lemah pendirian dan mudah terbawa dan mengikuti budaya-budaya tersebut.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan desain grafis berkembang menjadi sarana komunikasi dan informasi salah satunya dalam bidang dakwah. Pesan dakwah dikemas secara simple dan sekreatif mungkin, syiar dakwah dibalut dengan tampilan dakwah visual atau desain visual dengan memanfaatkan berbagai elemen-elemen grafis dan prinsip-prinsip desain sehingga terlihat menarik. Produk desain yang dihasilkan untuk media dakwah pada akun Instagram @Iqomic berupa poster, quotes, dan komik strip serta video pesan dakwah yang memiliki fungsi bersifat pengingat, persuasif dan informatif. Dalam menghadirkan konten dakwah @Iqomic menggunakan sistem *invite* kolaborator dan *repost*, Iqomic memberikan kesempatan kepada siapapun kontributor yang mempunyai konten komik maupun visual lainnya yang berkaitan dengan dakwah untuk bisa berkolaborasi dengan Iqomic.

Desain grafis yang digunakan pada konten akun @Iqomic menggunakan prinsip kesederhanaan, *balance* atau keseimbangan, penekanan, dan irama serta kesatuan. Unsur-unsur desain grafis pada konten yang dianalisis penulis ini menjadi pendukung utama dalam menganalisis prinsip-prinsip desain grafis. Unsur-unsur tersebut tadi adalah garis, bentuk, ruang, warna, dan tipografi.

Pada gambar (4.7) dan (4.8) menggunakan prinsip kesederhanaan, penekanan dan keseimbangan. Akan tetapi kesederhanaan lebih ditonjolkan yang berfungsi untuk membuat desain tampak simpel dan sederhana. Kebanyakan desain kolaborasi antara #GenerasiTarbiyah dan @Iqomic menggunakan desain yang cukup simpel dan lebih menekankan unsur tipografi pada setiap desainnya, akan tetapi terkadang menimbulkan kesan jenuh. Gambar (4.9) dan (4.10) adalah produk konten kolaborasi antara @arielsyafrin dan @Iqomic, prinsip penekanan digunakan dimana prinsip

ini berfungsi menekan unsur-unsur tertentu agar pesan utama dapat tersampaikan. Prinsip penekanan ini digunakan terutama unsur tipografi yang memang digunakan sebagai sumber pesan utama. Selain itu, prinsip irama sebagai pada ilustrasi berfungsi agar lebih menarik dalam mendukung informasi utama. Dan penggunaan ukuran yang berbeda pada setiap elemen menunjukkan sebuah perbandingan.

Gambar (4.11) dan (4.12) hasil kolaborasi antara @akhlaqpedia dengan @Iqomic menerapkan prinsip keseimbangan yang berfungsi menjadikan semua unsur-unsur yang digunakan terlihat proporsional dan unsur-unsur grafis yang digunakan terlihat serasi. kesederhaan dan penekanan yang menciptakan sebuah kesatuan dalam desain agar pesan yang disampaikan lebih mudah dipahami.

gambar (4.13) dan (4.14) yang berisi video pesan dakwah merupakan kolaborasi antara @Iqomic dengan @taarts\_gram lebih menekankan unsur tipografi atau tulisan agar lebih mempermudah penyampian pesan dakwah. Akan tetapi, prinsip irama juga digunakan untuk memberikan nuansa penekanan informatif terhadap pesan yang disampaikan.

Selain memperhatikan pengemasan pesan dakwah melalui desain grafis, perlu diperhatikan juga pola *upload* konten tersebut. Karena, sebagai apapun dan semenarik apapun desain yang dibuat jika tidak memperhatikan algoritma media sosial khususnya Instagram tetap akan kurang. Dalam menghadirkan konten-konten dakwah @Iqomic menggunakan parameter seperti *timeliness* (kebaruan atau relevan dengan waktu yang sedang berlangsung), *posting* konten secara konsisten, melakukan *repost* konten-konten menarik, dan memberikan *reward* kepada kontributor berupa *User Generated Content* (UGC) dan berkolaborasi serta media partner. Selain itu, konten-konten yang dihadirkan juga menjadi suatu fenomena umum atau mewakili fenomena yang terjadi dimasyarakat.



## B. Saran

1. Lembaga, organisasi, ataupun perorangan yang ingin menyampaikan dakwah melalui media sosial, @Iqomic ini dapat dijadikan sebagai wadah atau jembatan dengan cara kolaborasi bersama.
2. Bagi semua masyarakat yang aktif di media sosial dan tertarik dengan desain dan komik disarankan untuk mem-*follow* akun @Iqomic, banyak informasi menarik dan bermanfaat yang berkaitan dengan kehidupan kita sehari-hari. Selain itu, juga banyak event atau kelas pembelajaran komik dan *sharing* atau bincang bersama @Iqommic baik secara *online* ataupun *offline*.



## DAFTAR PUSTAKA

- Almansur, M. Djunaidi. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.
- Arif, Mohammad. (2021). *Generasi Millenial Dalam Internalisasi Karakter Nusantara*. Jawa Timur: IAIN Kediri Press.
- Aziz, Moh. Ali. (2004). *Ilmu Dakwah: Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana.
- Aziz, Moh. Ali. (2004). *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*. Jakarta: Prenada Media.
- Azwar, Saifudin. (1998). *Metodologi Penelitian*. Jogjakarta: Pustaka Belajar.
- Basit, Abdul. (2013). Dakwah Cerdas di Era Modern. *Jurnal Komunikasi Islam Vol. 3 No. 1*, 77.
- Bungin, Burhan. (2004). *Metode Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Creswell, John. W. (2009). *RESEARCH DESIGN: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Metode Campuran*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Fahmi Casofa, A. I. (2013). *Gerbang Kreativitas: Jagat Desain Grafis*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Fahrurrozi, dkk. (2019). *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Prenadamedia.
- Fani Agung Mulyani, B. S. (2021). Pengaruh Desain Grafis Sebagai Media Dakwah Pada Akun Instagram @TAQWART terhadap Akhlak Followers. *Prosiding Komunikasi Penyiaran Islam*, 49.
- Fathul, Bahri. (2008). *Meneliti Jalan Dakwah Bekal Perjuangan Para Da'i*. Jakarta: Sinar Grafika Offset.
- Ghofur, Abdul. (2019). Dakwah Islam Di Era Millenial. *Dakwatuna: Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, 136.
- Hartati, Ismail. Nurdin. (2014). *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia.
- Huberman, Milles. B. (1992). *Analisis Data Kualitatif, Terj. Tjejep Rohendi Rohidi*. Jakarta: Universitas Indonesia.

- Iyan Mulyana, Agung. Prajuhana. (2019). *Buku Bahan Ajar Desain Grafis dan Multimedia*. Bogor: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Pakuan.
- Jannah, Fitri. Miftakhul. (2021). *Desain Grafis Sebagai Media Dakwah (Studi Deskriptif Desain Grafis Sebagai Media Dakwah di Lembaga Dakwah Mahasiswa (LDM) UIN Sunan Gunung Djati)*.
- Kahatib, Pahlawan. (2007). *Manajemen Dakwah dari Dakwah Konvensional Menuju Dakwah Kontemporer*. Jakarta: 2007.
- Kirana, Anggraini. Lia. (2014). *Desain Komunikasi Visual: Dasar-Dasar Panduan Untuk Pemula*. Bandung: Nusa Cendekia.
- Leonardo Adi Dharma Widya, Andreas. James. (2016). *Pengantar Desain Grafis*. Jakarta: Kemendikbud.
- Mahmudin. (2016). *Aplikasi Dakwah Kontemporer di Bulukumba (Upaya Menangkal Radikalisme Agama)*. *Jurnal al Ulum Vol. 16 No. 2*.
- Marini, Vanny. Rosa. (2017). *Strategi Muslim Designer Community (MDC) Dalam Mengembangkan Desain Komunikasi Visual Media Dakwah*.
- Megawati. (2017). *Pengaruh Media Poster Terhadap Hasil Belajar Kosakata Bahasa Inggris (Eksperimen di SDIT Amal Mulia Tapos Kota Depok)*. *Getsempena English Education Journal (GEEJ)*, 111.
- Migotuwio, Namuri. (2020). *Desain Grafis: Kemarin, Kini dan Nanti*. Lampung: Alinea Media Dipantara.
- Moelong, Lexy. J. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Oktaviani, Sugeng. Nur. (2020). *Karya Desain Grafis Sebagai Media Dakwah Dalam Akun “Santri Design Community” Pada Instagram*.
- Pranata, Andi. (2016). *Desain Grafis Akun Berdakwah Sebagai Media Dakwah (Studi Deskriptif Terhadap Media Sosial Line)*.
- Pujiriyanto. (2005). *Desain Grafis Komputer (Teori Grafis Komputer)*. Yogyakarta: C.V. Andi Offset.

- Ratnawuri, Triani. (2016). Pemanfaatan Komik Strip Sebagai Media Pembelajaran Mahasiswa Pendidikan Ekonomi UM Metro. *Jurnal Promosi: Jurnal Pendidikan Ekonomi UM Metro*, 9.
- Sarwono, Jonathan. (2018). *Metode Peneliatin Kuantitatif dan Kualitatif* . Yogyakarta: Suluh Media.
- Sitepu, Vinsensius. (2017). *Panduan Mengenal Desain Grafis*. PT Elex Media.
- Suwandi, Basrowi. dkk. (2008). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ulum, Adzim. Fatchul. (2017). Pengaruh Pemanfaatan Media Poster Terhadap Perilaku Siswa Dalam Menjaga Kebersihan Lingkungan di Kelas II MI Nashrul Fajar Meteseh Tembalang Semarang Tahun Pelajaran 2016/2017.
- Usman, Abdul. Rani. (2013). Metode Dakwah Komtemporer. *Jurnal Al Bayan Vol. 19 No. 28*, 109.
- Wahid, Fathul. (2004). *e-Dakwah: Dakwah Melalui Internet*. Jogjakarta: Gava Media.
- Zulkarnain, Afrizal. (2018). Penggunaan Desain Grafis Pada Majalah Hidayatullah Sebagai Media Dakwah Dalam Menarik Minat Baca Mad'u Di Bandar Lampung.