

**PESAN DAKWAH DALAM KARAKTER ANIME PADA
AKUN INSTAGRAM @arielsyafrin
(Analisis Semiotika Roland Barthes)**



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk
memenuhi salah satu syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.sos)

Oleh:

ARIF FAOZI FADILA
NIM. 1717102097

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

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Arif Faozi Fadila
NIM : 1717102097
Jenjang : S-1
Fakultas : Dakwah
Jurusan : Manajemen dan Komunikasi Islam
Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam
Judul Skripsi : **Pesan Dakwah Dalam Karakter Anime Pada Akun Instagram @arielsyafrin (Analisis Semiotika Roland Barthes)**

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil penelitian/karya saya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya dalam skripsi ini, diberi tanda citasi dan ditunjukkan dalam daftar Pustaka.

Demikian pernyataan ini, apabila kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia memepertanggung jawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 21 Juli 2023
Yang Menyatakan

Arif Faozi Fadila
NIM. 1717102097



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

PESAN DAKWAH DALAM KARAKTER ANIME PADA AKUN INSTAGRAM
@arielsyafrin (ANALISIS SEMIOTIKA ROLAN BARTHES)

Yang disusun oleh **Arif Faozi Fadila** NIM 1717102097 Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Jurusan Manajemen dan Komunikasi Islam Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari Jumat 7 September 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Sosial (S.Sos)** dalam **Komunikasi Islam** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua sidang/Pembimbing

Dedy Riyadin Saputro, M.I.Kom.
NIP. 198705252018012001

Sekretaris Sidang/Penguji II

Muh. Hikamudin Suyuti, S.S., M.S.I.
NIP.

Penguji Utama

Ulul Aedi, M.Ag.
NIP. 198705072020121006

Mengesahkan,

Purwokerto, 10-10-2023

Dekan,



Prof. Dr. H. Abdul Basit, M.Ag.
NIP. 1969 1219199803 1 001

NOTAS DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Dakwah

UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

di- Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setekah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penusan skripsi dari:

Nama : Arif Faozi Fadila

NIM : 1717102097

Jenjang : S-1

Fakultas : Dakwah

Jurusan : Manajemen dan Komunikasi Islam

Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam

Judul Skripsi : **Pesan Dakwah Dalam Karakter Anime Pada Akun Instagram @arielsyafrin (Analisis Semiotika Roland Barthes)**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Dakwah, Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk dimunaqosahkan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos).

Demikian atas perhatiannya, kami sampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Purwokerto, 21 Juli 2023

Pembimbing

Dedy Riyadi Saputro,

M.I.Kom.

NIP. 198705252018012001

MOTTO

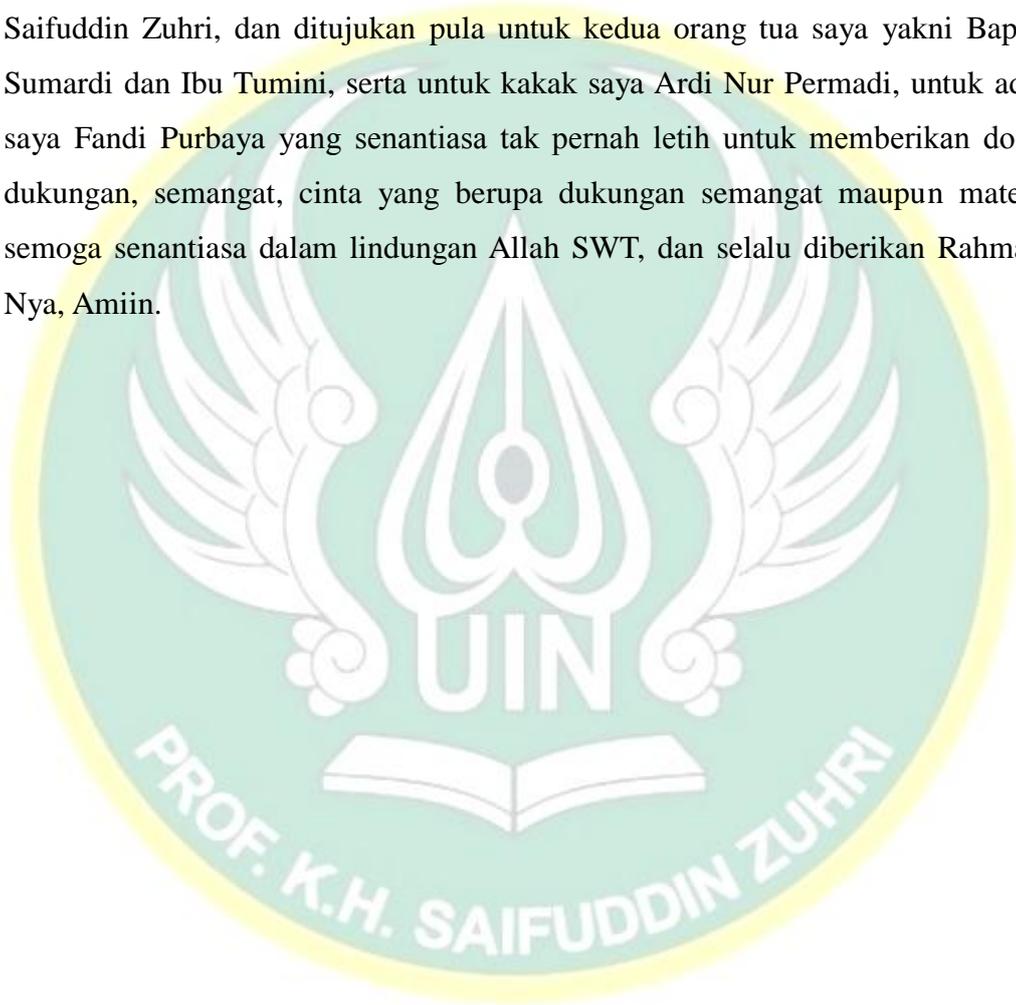
“Salah satu cara melakukan pekerjaan yang hebat adalah dengan mencintai apa yang kamu lakukan”

-Steve Jobs-



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah rabbil 'alamin segala puji bagi Allah SWT atas rahamat dan karunianya yang sangat berlimpah ruah, serta sholawat dan salam tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad S.A.W, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang penulis tujukan untuk kampus UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri, dan ditujukan pula untuk kedua orang tua saya yakni Bapak Sumardi dan Ibu Tumini, serta untuk kakak saya Ardi Nur Permadi, untuk adik saya Fandi Purbaya yang senantiasa tak pernah letih untuk memberikan do'a, dukungan, semangat, cinta yang berupa dukungan semangat maupun materi, semoga senantiasa dalam lindungan Allah SWT, dan selalu diberikan Rahmat-Nya, Amiin.



**Pesan Dakwah dalam Karakter Anime Pada Akun Instagram @arielsyafrin
(Analisis Semiotika Roland Barthes)**

**Arif Faozi Fadila
faozifadila@gmail.com, Komunikasi Penyiaran Islam
NIM. 1717102097**

**Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto**

ABSTRAK

Di era serba canggih kini dakwah dapat di akses melalui media sosial terkhusus di Instagram. Ide-ide imajinatif tertuangkan dalam media sosial dengan adanya karya desain grafis, sehingga seseorang yang berdakwah dapat melalui media sosial dengan ide-ide bernuansa Islami, yakni karyayang dapat dituangkan dalam format video ataupun foto. Bentuk desain grafis dapat digambarkan dalam berbagai macam tema yang diinginkan oleh desainer, seperti halnya menggunakan karakter tokoh anime (kartun Jepang) yang dilakukan oleh akun @arielsyafrin. Berdasarkan hal tersebut, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pesan dakwah pada anime pada akun instagram @arielsyafrin.

Pendekatan penelitian ini bersifat kualitatif deskriptif dengan subjek penelitian, yakni akun instagram @arielsyafrin dan objek penelitian pesan dakwah karekter anime di akun @arielstafrin yang kemudian akan di analisis menggunakan analisis semiotika Roland Barthes. Sumber primer penelitian berasal dari akun instagram @arielsyafrin dan sekunder berasal dari sumber informasi lain. Meode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan dokumentasi serta analisis data berupa analisis semiotika Roland Barthes.

Simpulan hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terhadap 5 poster pada digital pada akun Instagram @arielsyafrin dalam periode tahun 2021 sampai 2023, menggunakan analisis teori semiotika Roland Barthes yang mempunyai dua tahapan signifikasi yaitu tahap pertama yang disebut tahap denotasi dan tahap yang ke dua yang disebut dengan tahap konotasi dan mitos. Pesan dakwah yang terkandung dalam lima poster tersebut adalah, pesan akidah, pesan akhlak, dan pesan syariah.

Kata Kunci: Pesan, Dakwah, Anime, Semiotika, Roland Barthes

**Da'wah Messages in Anime Characters on Instagram Account
@arielsyafrin (Roland Barthes Semiotics Analysis)**

**Arif Faozi Fadila
faozifadila@gmail.com, Islamic Broadcasting Communications
NIM. 1717102097**

**Islamic Broadcasting Communication Study Program, Faculty of Da'wah
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto**

ABSTRACT

In this sophisticated era, da'wah can now be accessed through social media, especially on Instagram. Imaginative ideas are expressed on social media with graphic design works, so that someone who preaches can through social media with Islamic nuanced ideas, namely works that can be expressed in video or photo formats. The form of graphic design can be described in various themes desired by designers, such as using anime characters (Japanese cartoons) which are carried out by the account @arielsyafrin. Based on this, the purpose of this study was to find out the da'wah messages on anime on the Instagram account @arielsyafrin.

This research approach is descriptive qualitative in nature with the research subject, namely the Instagram account @arielsyafrin and the object of research on anime character da'wah messages on the account @arielsyafrin which will then be analyzed using Roland Barthes' semiotic analysis. The primary source of the research comes from the Instagram account @arielsyafrin and the secondary comes from other sources of information. Data collection methods used were observation, interviews and documentation as well as data analysis in the form of Roland Barthes semiotic analysis.

The conclusions of the research results show that based on research that has been carried out on 5 digital posters on the Instagram account @arielsyafrin in the period 2021 to 2023, using an analysis of Roland Barthes' semiotic theory which has two stages of significance, namely the first stage which is called the denotation stage and the second stage which is called the connotation and myth stages.

Keywords: Message, Da'wah, Anime, Semiotics, Roland Barthes



KATA PENGANTAR

Puji syukur alhamdulillah saya panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga saya dapat melakukan tugas sebagai hamba Allah untuk selalu berusaha, berfikir, dan bersyukur atas segala karunia, kenikmatan serta kehidupan yang diberikan. Shalawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW sebagai suri tauladan terbaik bagi umat-Nya.

Dengan penuh rasa hormat dan syukur atas karunia dan bimbingan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul, “**Pesan Dakwah Dalam Karakter Anime Pada Akun @arielsyafrin (Analisis Semiotika Roland Barthes)**”. Skripsi ini penulis susun guna memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos.).

Dengan selesainya penelitian ini tidak terlepas dari dukungan, bimbingan, bantuan, dan saran dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Penulis mengucapkan banyak terimakasih yang tak terhingga atas dukungan, bantuan, bimbingan, dan saran dari berbagai pihak. Penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr. Moh. Roqib, M.Ag., Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. H. Abdul Basit, M.Ag., Dekan Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Segenap Dosen dan Staff Administrasi Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Dedy Riyadi Saputro, M.I.Kom., dosen pembimbing skripsi yang selalu memberikan kritik dan saran dalam proses penulisan skripsi ini. Terimakasih banyak atas bimbingan dan arahnya, semoga kesehatan, kebahagiaan, dan kesejahteraan selalu meliputi kehidupan bapak sekeluarga. Aamiin.
5. Ayahanda Sumardi dan ibunda Tumini, terimakasih atas dukungan serta doa tiada henti untuk kesuksesan saya. Ucapan terimakasih saja takkan pernah cukup membalas segalanya, maka dari itu Skripsi ini adalah salah satu persembahan bakti ku untuk kalian.

6. Kakakku tersayang Adi Nur Permadi dan adikku Fandi Purbaya yang selalu senantiasa memberikan doa dan semangat untuk saya. Terimakasih banyak saudaraku.
7. Orang terkasih Rofatul Fuad, terimakasih atas doa dan support dalam proses pengerjaan skripsi, canda dan tawa, serta waktu berkeluh kesah di setiap harinya.
8. Teman teman terdekat atas doa dan semangatnya. Sampai jumpa di kesuksesan yang sesungguhnya kawan.
9. Teman-teman Prodi Komunikasi Penyiaran Islam Angkatan 2017.
10. Dan semua pihak yang telah membantu, memotivasi serta memberi dukungan, yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terimakasih.

Penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu kritik dan saran yang bersifat membangun selalu penulis harapkan dari pembaca guna kesempurnaan skripsi ini.

Akhir kata penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada pihak yang turut berpartisipasi dalam penulisan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat, baik bagi penulis maupun semua pihak. *Aamiin Yaa Rabbal 'Alamiin.*

Purwokerto, 19 Juli 2023
Penulis,

Arif Faozi Fadila
NIM. 1717102097

DAFTAR ISI

JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Penegasan Istilah	9
1. Pesan Dakwah	9
2. Seni Desain Grafis	9
3. Instagram	10
4. Analisis Semiotika	10
C. Rumusan Masalah	10
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
1. Tujuan Penelitian	11
2. Manfaat Penelitian	11
E. Kajian Pustaka	11
F. Sistematika Pembahasan	14
BAB II KAJIAN TEORI	15
A. Pesan Dakwah	15
1. Pengertian Pesan	15
2. Teori Pesan	19

3.	Pengertian Pesan Dakwah	23
B.	Dakwah	32
1.	Pengertian Dakwah	32
2.	Dasar Hukum Dakwah	35
3.	Karakteristik Dakwah	36
4.	Unsur-unsur Dakwah	39
5.	Tujuan dan Fungsi Dakwah	44
C.	Desain Grafis	48
1.	Pengertian Desain Grafis	48
2.	Prinsip-prinsip Desain Grafis	48
3.	Elemen-elemen Desain Grafis	49
D.	Media Sosial	55
1.	Pengertian Media Sosial	55
2.	Jenis Media Sosial	56
3.	Karakteristik Media Sosial	57
4.	Media Sosial Instagram	58
E.	Semiotika Roland Barthes	61
1.	Pengertian Semiotika	61
2.	Latar Belakang Roland Barthes	62
3.	Analisis Semiotika Roland Barthes	64
4.	Kerangka Analisis Semiotika Roland Barthes	66
	BAB III METODE PENELITIAN	69
A.	Jenis Penelitian	69
B.	Subjek dan Objek Penelitian	69
1.	Subjek Penelitian	69
2.	Objek Penelitian	69
C.	Sumber Data	70
1.	Sumber Primer	71
2.	Sumber Sekunder	72
D.	Metode Pengumpul Data	72
1.	Observasi	72

2. Wawancara	73
3. Dokumentasi	73
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	75
A. Profil Instagram @arielsyafrin	75
1. Gambaran Umum Akun Instagram @arielsyafrin	75
2. Logo Akun Instagram @arielsyafrin	76
B. Analisis Semiotika Roland Barthes Terhadap Pesan Dakwah Dalam Karakter Anime Pada Akun Instagram @arielsyafrin	77
1. Poster Anak Angkat	78
2. Poster Golongan Mati Syahid	81
3. Poster Ayo Zakat Fitrah	85
4. Poster Adab Ketika Menguap	88
5. Poster Tak Ada Yang Abadi	92
C. Analisis Teori Identifikasi Kenneth Burke Pada Akun Instagram @arielsyafrin	94
1. Analisis Guilt Poster Anak Angkat	96
2. Analisis Guilt Poster Golongan Mati Syahid	98
3. Analisis Guilt Poster Ayo Zakat Fitrah	99
4. Analisis Guilt Poster Adab Ketika Menguap	100
5. Analisis Guilt Poster Tak Ada Yang Abadi	101
BAB V PENUTUP	103
A. Simpulan	103
B. Saran	104
.....	
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Profil Instagram @ariesyafrin	7
Gambar 2 Feeds Instagram @arielsyafrin	8
Gambar 3 Peta Tanda Roland Barhes	66
Gambar 4 Srenshoot Profil Instagram @arielsyafrin	75
Gambar 5 Logo Akun Instagram @arielsyafrin	76
Gambar 6 Poster Anak Angkat	77
Gambar 7 Poster Golongan Mati Syahid	81
Gambar 8 Poster Ayo Zayat Fitrah	85
Gambar 9 Poster Adab Ketika Mnguap	88
Gambar 10 Poster Tidak Ada yang Abadi	91
Gambar 6 Poster Anak Angkat	96
Gambar 7 Poster Golongan Mati Syahid	98
Gambar 8 Poster Ayo Zayat Fitrah	99
Gambar 9 Poster Adab Ketika Mnguap	100
Gambar 10 Poster Tidak Ada yang Abadi	101

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal

Lampiran 2 Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif

Lampiran 3 Sertifikat Bahasa

Lampiran 4 Sertifikat APLIKOM

Lampiran 5 Sertifikat BTA PPI

Lampiran 6 Sertifikat PPL

Lampiran 7 Sertifikat KKN

Lampiran 8 Daftar Riwayat Hidup



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dakwah merupakan kewajiban setiap muslim untuk mengajak orang lain terutama kaum muslimin melakukan amar ma'ruf nahi munkar. Dalam sebuah hadits disebutkan bahwa “sampaikanlah walaupun hanya satu ayat”. Hal ini menunjukkan bahwa sesederhana dan sekecil apapun kegiatan dan pengetahuan yang dimiliki seorang muslim harus senantiasa bernilai dakwah. Dakwah bisa dimuali dari diri sendiri, keluarga atau orang-orang terdekat, lingkungan tempat tinggal sampai pada masyarakat luas.¹

Dakwah Secara etimologis, kata dakwah berasal dari kata bahasa Arab دعوة- يدعو - دعا yang berarti menyeru, memanggil, mengajak, mengundang. Kata dakwah secara etimologis terkadang digunakan dalam arti mengajak kepada kebaikan yang pelakunya ialah Allah swt., para Nabi dan Rasul serta orang-orang yang telah beriman dan beramal shaleh. Terkadang pula diartikan mengajak kepada keburukan yang pelakunya adalah syaitan, orang-orang kafir, orang-orang munafik dan sebagainya.²

Seerti telah ada sebelumnya perintah untuk berdakwah yang ditunjukkan kepada umat Islam secara umum, dimana tercantum dalam Al-Qur'an surah An-Nahl ayat 125, yang berbunyi:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۗ وَجِدْهُمْ يَأْتِي هِيَ أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ
أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya: “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk” (QS. An-Nahl : 125)

¹ Nilnan Ni'mah, *Dakwah Komunikasi Visual*, Jurnal Islamic Communication, Vol.1, No.1, Mei-Oktober 2016, Hlm.1.

² M. Qodaruddin Abdullah, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media, 2019), Hlm.2.

Dakwah pada zaman Rasulullah SAW yaitu mengawali dakwahnya secara sembunyi-sembunyi yang ditujukan pada keluarga terdekat, dengan prosedur ini rasul bisa menghimpun beberapa pengikut yang militant diantaranya Abu Bakar Shiddiq dan beberapa orang lainnya yang tergabung dalam as-sabiquunal awwaluun. Nabi juga membidik kalangan elit, bidikan nabi terhadap mereka dengan alasan mereka memiliki keluhuran moral, intelek dan nalarnya jalan, sekali menerima dakwah akan menjadi sumber kekuatan bagi dakwah Islam.³

Setelah Rasulullah SAW wafat, aktivitas dakwah diarahkan pada perluasan dan penyebaran Islam ke berbagai wilayah di Jazirah Arabiyah. Penyebaran ini dalam rangka Al-Futuhah, bukan dalam bentuk ekspansi atau semata-mata berorientasi politik seperti yang dinyatakan oleh Frederick Mathewson Denny:

*“During the early centuries of Islamic history, da’wahoften had strong political orientations when used to mean a summons to support a claimant to Islamic statehood through highly organized and disciplined networks or information and indoctrination.”*⁴

Dakwah mengalami perkembangan pada zaman Khulafaur Rasyidin, mereka berpegang pada prinsip dan kaidah yang digariskan Rasulullah SAW., dan dikembangkan serta diorientasikan pada persoalan dan tantangan yang dihadapi setiap zamannya. Khulafaur Rasyidin tersebut berdakwah melalui lisan (retorika).⁵ Urgensi keterampilan retorika ini diperkuat dengan munculnya karya-karya awal mengenai retorika di zaman keemasan Islam yaitu karya dari Abu Yahya Abdurrahman yang lebih dikenal dengan Ibnu Nubatah (946-984) beliau mengumpulkan beberapa khutbah yang dijadikan buku.⁶

Pada abad ke-21 terjadi era globalisasi, era globalisasi seakan tidak bisa dibendung lajunya memasuki setiap sudut negara dan menjadi sebuah

³ Syamsudin RS, *Strategi Dan Etika Dakwah Rasulullah SAW*, Jurnal Ilmu Dakwah, Vol.4, No.14, Juli-Desember 2009, Hlm.797.

⁴ Abdul Basit, *Filsafat Dakwah*, (Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2017), Hlm.17.

⁵ https://www.academia.edu/39817429/Sejarah_Dakwah_Masa_Khulafa_ur_Rasyidin

⁶ Abdul Basit, *Filsafat Dakwah....*, Hlm.17-18.

keniscayaan. Globalisasi komunikasi dan informasi membawa pengaruh yang signifikan bagi masyarakat dunia termasuk umat Islam.⁷ Sebuah fenomena di mana saat ini kita memasuki suatu abad komunikasi canggih di mana modern dituntut untuk lebih kreatif dalam memanfaatkan ilmu teknologi bagi kehidupannya. Perkembangan teknologi komunikasi yang semakin canggih membawa kemajuan dalam berbagai bidang.

Dakwah dapat memainkan peran dalam menyebarkan informasi tentang Islam seluruh dunia dengan adanya perkembangan teknologi. Keluasan akses yang dimiliki yaitu tanpa adanya batasan wilayah, kultural, dan lainnya dengan mudah teknologi zaman sekarang bisa menyebar luas. Nurcholis Majid mengatakan bahwa, pemanfaatan internet memegang peranan amat penting, maka umat Islam tidak perlu menghindari internet, sebab bila internet tidak dimanfaatkan dengan baik, maka umat Islam sendiri yang akan rugi.⁸

Media dakwah tak hanya dalam majlis, di era serba canggih kini dakwah bisa di akses melalui media sosial terkhusus di Instagram. Desain grafis salah satu penghubung dakwah melalui sosial media. Ide-ide imajinatif anak muda sekarang bisa tertuangkan dalam media sosial dengan adanya karya desain grafis, bahkan santri diajarkan desain grafis guna bisa berdakwah melalui media sosial dengan ide-ide bernuansa islami. Karya bisa dituangkan dalam format video ataupun foto. Aplikasi yang digunakan berupa *Corel Draw, Photoshop, Lightroom, Paint* dan lain sebagainya.⁹

Menurut riset Wharton School seperti dikutip dalam website PKS Bogor, orang bisa mengingat 10% dari yang didengarnya, 20% dari yang dibacanya, dan 80% dari informasi atau data yang dilihat dan dikerjakannya. Demikian juga dengan presentasi, hanya 50% peserta yang terbujuk oleh presentasi verbal, sedangkan presentasi verbal yang ditunjang dengan

⁷ Ulul Albab, *Aktualisasi Dakwah Di Era Globalisasi (Dalam Menegakan Syariat Islam)*, Jurnal Dakwah Dan Sosial Keagamaan, Vol.07, No.02, 02 Juni 2020, Hlm.50

⁸ Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2004), Hlm.154-156.

⁹ Nur Oktaviani, Sugeng, "*Karya Desain Grafis sebagai Media Dakwah dalam Akun "Santri Design Community" Pada Instagram*", Thesis, IAIN Ponorogo. Ponorogo, 2020, <http://etheses.iainponorogo.ac.id/11000/>, Diakses pada tanggal 15 februari 2023 jam 13.06 WIB.

visualisasi, bisa memengaruhi 70% peserta.¹⁰ Hasil riset tersebut menunjukkan bahwa desain grafis amat potensial dimanfaatkan dalam aktivitas amar makruf nahi mungkar atau dakwah. Pesan-pesan dakwah yang dikemas secara visual, artistik, kreatif, komunikatif, dan menginspirasi khalayak yang mengamatinya, menjadi keunggulan tersendiri bagi dakwah grafis.

Bentuk desain grafis dapat digambarkan dalam berbagai macam tema yang diinginkan oleh desainer, seperti halnya menggunakan karakter tokoh anime (kartun Jepang). Anime merupakan serapan dari kata *animation* dalam Bahasa Inggris, yang digunakan oleh orang Jepang untuk menyebut tayangan animasi. Anime adalah Animasi Jepang (*Japanese Animation*) yang banyak digunakan di berbagai serial televisi, film, video, *gamers*, komersial dan beberapa situs internet.

Dalam anime, yang ditampilkan dalam sebuah cerita sangat beragam dan penggambaran karakter tokoh serta latar dibuat dengan sangat teliti dan detail sehingga dapat menarik perhatian penonton. Tema yang diangkat dalam cerita anime biasanya berhubungan dengan kehidupan manusia pada umumnya, seperti baik dan buruk, percintaan dan kasih sayang, hubungan antara manusia dan alam, juga harapan-harapan dan mimpi untuk masa depan.¹¹

Di Indonesia, pada pertengahan tahun 1990-an, stasiun-stasiun televisi mulai gencar menayangkan acara anime. *Saint Seiya*, *Magic Girls*, *Dragon Ball*, *Naruto*, *One Piece* dan masih banyak judul lainnya yang pernah ditayangkan mendapatkan respon positif dari para penggemarnya walaupun sebagai kelompok minoritas dan secara tidak langsung mendukung perkembangan anime di Indonesia hingga saat ini.

¹⁰ <https://pksbogor.id/2016/04/desain-grafis-untuk-dakwah-strategis.html>

¹¹ Indah Permata Sari, "Pengaruh Terpaan Anime di Media Massa Terhadap Gaya hidup Perilaku Anggota Islamic Otaku Community (IOC) Episode Uin Jakarta", Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2019, <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/35170>, Diakses pada tanggal 15 Maret 2023 Jam 13.41 WIB.

Perkembangan anime tidak berhenti hanya di televisi saja, namun muncul istilah *cosplay* anime yang sedang marak pada era globalisasi ini, *Cosplay* adalah seni berpakaian dan seni baeracting, keduanya harus ada secara bersamaan, sebagai bagian peniruan karakter pakaian dan kepribadian tokoh anime yang diidolakan. *Cosplay* mulai dikenal di Indonesia itu saat masuk tahun 2000 saat Universitas Indonesia (UI) menyelenggarakan event bertajuk Gelar Jepang UI khusus sebagai event *cosplay* yang ternyata, belum mendapatkan antusias yang besar dan sepi peminat pada saat itu. Namun seiring berjalannya waktu orang-orang mulai banyak mengenal anime, lalu mulai membuat event *cosplay* karena melihat budaya tersebut yang populer di Jepang.

Merebaknya budaya Jepang di Indonesia telah menumbuhkan banyak peminat. Peminat produk budaya Jepang ini kemudian dengan sendirinya membentuk komunitas untuk bersama-sama menikmati produk-produk budaya ini. Salah satunya yakni komunitas *cosplay*. Dengan begitu banyaknya peminat *cosplay* di Indonesia wajarlah jika mereka membentuk suatu wadah untuk mengapresiasi, mendukung, berdiskusi, berbagi hal-hal seputar *cosplay*.

Pada saat ini semua orang memahami kalau pelaku *cosplay* tersebut sedang berperan menjadi sebuah pribadi yang lain, yakni dengan memakai kostum, beracting, dan melakukan pose yang sesuai dengan tokoh di anime-anime yang mereka tonton. Meskipun begitu, semua orang juga paham akan hal itu hanyalah identitas sementara saja. Mereka paham bahwa identitas yang pelaku *cosplay* itu kenakan pada saat itu hanya akan berlaku Ketika ia memakai pakaian tersebut. Ketika ia telah berganti dengan pakaian sehari-hari, saat itulah identitas seorang pelaku *cosplay* dipertanyakan, apakah identitas tersebut bersifat alternatif saja, yakni hanya berlaku pada saat *bercosplay*. meskipun begitu, terdapat esensi lebih mendalam didalam arti

cosplay, karena *cosplay* bukan hanya semata-mata mengenakan kostum saja.¹²

Pada era ini, masyarakat sangat mudah dalam mencari dan menelusuri anime di media massa. Contohnya majalah anime di Indonesia ada AMH Magz!, portal anime seperti jejepangan.com, japanesestation.com, jurnalotaku.com di radio ada NHK World Radio Japan, lalu TV dengan saluran Animax, Aniplus, NHK World dan info-info yang ada di media sosial seperti facebook, twitter, line dan Instagram.

Dengan adanya kemajuan zaman dakwah bisa diakses melalui media sosial seperti (Facebook, Twitter ataupun Instagram). Salah satu media sosial yang sangat banyak digandrungi oleh semua kalangan di dunia atau di Indonesia yaitu Instagram, aplikasi yang dimana setiap orang dapat mengupload gambar ataupun video kedalamnya, aplikasi ini mulainya dirilis tahun 2010, kemudian sering berkembangnya zaman, aplikasi ini sudah banyak melakukan terobosan hingga sekarang, di Indonesia sendiri penggunaan aplikasi digital ini ialah terbesar ke-4 di dunia dengan jumlah pemakai kurang lebih dari 56 juta pengguna atau 20.79 persen dari populasi di Indonesia setelah Amerika, Brasil dan India.¹³ Dengan inovasi yang sangat mendukung dan fitur-fitur yang terdapat di Instagram yang begitu banyak sehingga penyebaran informasi dengan menggunakan gambar atau video akan lebih efektif dan efisien.

Salah satu akun Instagram yang melakukan kegiatan dakwahnya menggunakan media karakter anime dan media publikasi yang digunakan adalah Instagram, dengan nama akun @arielsyafrin. Pemilik akun tersebut adalah Syafrin, lahir Parepare, 13 Agustus 2005 dan sekarang tinggal di Kecamatan Biringkanaya, Kota Makassar, Sulawesi Selatan. Syafrin masih duduk di bangku sekolah kelas 12 SMA N 21 Makassar.

¹²https://www.kompasiana.com/rimaamanda6919/61d5a7e12da237673152bf84/cosplay-anime-yang-menjadi-trend-di-indonesia?page=1&page_images=1

¹³<https://www.suara.com/teknologi/2019/06/19/133252/pengguna-instagram-dan-facebook-indonesia-terbesar-ke-4-di-dunia>

Syafrin aktif melakukan aktivitas dakwah di media sosial salah satunya pada akun instagram milik beliau yang bernama “@arielsyafrin”. Beliau melakukan dakwah melalui desain grafis pada tanggal 3 Juni 2020. Memiliki *follower* sebanyak 11,6 ribu serta sudah memposting desain grafisnya sebanyak 253 postingan desain grafis dengan jumlah like rata-rata diatas 1000 dan komentar follower melebihi dari 20 komentar. @arielsyafrin melakukan dakwahnya dengan berbagai inovasi dan ide kreatif yang dituangkan dalam bentuk desain grafis, menulis kata-kata didalam sebuah gambar, tetapi dengan tambahan ilmu *desain grafis* seperti menggunakan tema ilustrasi tokoh anime tema utama dalam desain grafis tersebut yang membuat dakwah lewat desain grafis ini terlihat indah dan menarik, sehingga followers yang melihat gambar tersebut pun akan merasa tertarik untuk membaca dan menelaah dengan penyajian dakwah tersebut, tentu saja bagi penggemar anime yang mayoritas adalah kalangan anak muda. Selain itu akun ini dilengkapi dengan penjelasan yang detail dari setiap materinya yang disampaikannya bersumber dari berbagai kutipan Al-Qurán, Hadist ataupun Ijtima para ulama.



Gambar 1

Profile Akun Instagram @arielsyafrin

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



Gambar 2

Feeds Instagram @arielsyafrin

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

Dalam akun Instagram @arielsyafrin materi-materi dakwah yang dikemas melalui desain grafis telah mereka siapkan dengan sangat matang dan menarik. Desain grafis dan strategi dakwah yang akun Instagram @arielsyafrin ini lakukan menunjukkan respon yang lumayan banyak dengan selalu meningkatnya jumlah *followers* pada akun Instagram ini setiap harinya. Selain itu akun ini pun menunjukkan bahwa segala komponen dan semua unsur yang menentukan keberhasilan dalam menyampaikan pesan Islam lewat media akun Instagram harus lah dikelola secara profesional serta harus disesuaikan kondisi *madú* sekarang guna mendapatkan hasil yang sesuai dengan harapan pendakwah yaitu yang dimana *madú* benar-benar bisa menerapkan ajaran islam atau pesan islam yang pendakwah sampaikan, sehingga akan berpengaruh terhadap kehidupan para pembacanya

Kemudian, peneliti ini akan lebih mengkaji tentang desain grafis karakter anime sebagai sarana dakwah yang dilakukan oleh akun Instagram @arielsyafrin. Sebagai bentuk dari tantangan zaman yang sudah semakin maju dengan munculnya teknologi, khusus kepada pemanfaat dari semakin majunya teknologi.

B. Penegasan Istilah

1. Pesan Dakwah

Pesan Dakwah adalah segala sesuatu yang disampaikan oleh da'i kepada mad'u. Pesan tersebut terdiri dari materi ajaran-ajaran Islam yang ada di dalam Kitabullah dan Sunnah Rasul-Nya serta pesan-pesan lain yang berisi ajaran Islam. Sumber pesan-pesan dakwah adalah al-Qur'an dan al-Hadis serta ijtihad dan fatwa ulama. Demikian juga tentang realitas kehidupan yang terjadi di masyarakat dapat dijadikan sebagai 'ibrah atau materi pelajaran bagi mad'u. Al-Qur'an dan al-Hadis menjadi sumber utama pesan dakwah, sedangkan selainnya menjadi sumber penjelas/penguat terhadap al-Qur'an dan al-Hadis. Pesan-pesan yang bertentangan dengan kedua sumber utama tidak dapat dikatakan pesan dakwah. Pesan-pesan tersebut dapat berupa kata-kata, simbol-simbol, lambang, gambar dan sebagainya yang diharapkan dapat memberikan pemahaman dan perubahan perilaku kalangan mad'u.¹⁴

2. Seni Desain Grafis

Desain grafis adalah proses komunikasi menggunakan elemen visual, seperti tipografi, fotografi, serta ilustrasi yang dimaksudkan untuk menciptakan persepsi akan suatu pesan yang disampaikan. Bidang ini melibatkan proses komunikasi visual dan desain komunikasi. Desainer grafis membuat dan mengkombinasikan simbol, gambar, dan teks untuk membentuk representasi gagasan dan pesan secara visual. Desainer grafis menggunakan teknik tipografi, seni rupa, dan tata letak halaman untuk membuat komposisi visual. Penggunaan umum dari desain grafis adalah seperti desain perusahaan (logo dan merek), desain editorial (majalah, surat kabar, dan buku), desain lingkungan, periklanan, desain web, desain komunikasi, dan kemasan produk.¹⁵

¹⁴ Kamaluddin, *Pesan Dakwah*, Jurnal Kajian Ilmu-ilmu Keislaman, Vol.02, No.2, Tahun 2016, Hlm.39.

¹⁵ https://id.wikipedia.org/wiki/Desain_grafis

3. Instagram

Instagram merupakan aplikasi yang dapat difungsikan sebagai media berbagi foto dan video dalam sebuah jejaring sosial, memungkinkan pengguna untuk mengambil foto dan video, dan menambahkan filter untuk menambah kesan menarik pada foto. Utamanya, Instagram lebih difokuskan pada perangkat *smartphone* seperti Android dan iOS. Namun pengguna tetap dalam menjalankan Instagram dalam mode web app meskipun dengan fitur terbatas. Sama seperti jejaring media sosial lainnya, Instagram memiliki konsep interaksi antar pengguna dengan mengikuti (*following*) atau pengikut (*follower*). Pengguna juga dapat menambahkan komentar pada foto maupun video, menyukai, mengirim, hingga menyimpannya dalam sebuah akun.¹⁶

4. Analisis Semiotik

Analisis semiotika merupakan teknik analisis data kualitatif yang bertujuan untuk menemukan atau menganalisis simbol atau tanda dalam teks dengan sistematis. Semiotika dikenal dengan istilah tanda, yaitu sesuatu yang menggambarkan sesuatu yang lain.¹⁷ Karena sistem tanda sifatnya sangat kontekstual dan bergantung pada pengguna tanda tersebut. Pemikiran pengguna tanda merupakan hasil pengaruh dari berbagai konstruksi sosial dimana pengguna tanda tersebut berada.¹⁸

Analisis Semiotik yang dimaksud yaitu untuk mengetahui pesan dakwah dalam seni desain grafis pada akun intagram @arielsyafrin dengan menggunakan metode analisis semiotik Roland Barthes.

C. Rumusan Masalah

¹⁶ <https://dianisa.com/pengertian-instagram/>

¹⁷ <https://www.dqlab.id/analisis-semiotika-teknik-analisis-data-yang-menganalisis-simbol#:~:text=Analisis%20semiotik%20merupakan%20teknik%20analisis,yang%20menggambarkan%20sesuatu%20yang%20lain.>

¹⁸ <https://www.silabus.web.id/analisis-semiotik/>

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, peneliti membuat penelitian dengan Rumusan Masalah sebagai berikut :

Bagaimana pesan dakwah dalam karakter anime pada akun Instagram @arielsyafrin?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan Rumusan Masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pesan dakwah dalam karakter anime pada akun Instagram @arielsyafrin.

2. Manfaat penelitian

Terdapat 2 bentuk manfaat penelitian ini:

a. Manfaat teoritis

- 1) Memperkaya referensi pada konteks Penyiaran Islam lebih tepatnya akun media sosial berbasis dakwah.
- 2) Penelitian ini dapat menjadi tambahan pengetahuan terkait desain grafis dengan karakter anime dan cara melakukan dakwah melalui media sosial Instagram.

b. Manfaat Praktis

- 1) Menambah keterampilan serta pengetahuan ketika melakukan dakwah melalui media sosial Instagram.
- 2) Menambah wawasan untuk pembaca supaya lebih kreatif dan inovatif Ketika memilih akun media sosial yang tepat dalam mempelajari desain grafis.

E. Kajian Pustaka

Pertama skripsi hasil penelitian Muhammad Awaludin dengan judul “Dakwah melalui Poster Media Sosial Instagram: Analisis Desain Komunikasi Visual Poster Akun @jendelamuslim.id” dari UIN Sunan Gunung Djati Bandung pada tahun 2020. Peneliti skripsi ini membahas bagaimana proses dakwah melalui desain grafis pada akun Instagram

@jendelamuslim.id. Persamaan dengan penelitian ini adalah objek penelitian yang sama, yaitu akun Instagram dengan konten dakwah sedangkan. Perbedaannya adalah penelitian ini terletak pada subjek penelitian, Muhammad Awaludin meneliti tentang akun Instagram @jendelamuslim.id. sedangkan peneliti meneliti tentang akun Instagram @arielsyafrin. Selain itu, dilihat dari metode penelitiannya menggunakan metode penelitian analisis semiotika Roland Barthes, sedangkan Muhammad Awaludin menggunakan metode analisis desain komunikasi visual.¹⁹

Kedua, skripsi hasil dari Guesty Tania dengan judul “Analisis Isi Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki di Media Sosial Instagram” dari UIN Raden Intan Lampung 2019. Peneliti skripsi ini membahas terkait pesan dakwah yang terkandung dalam postingan ustadz Hanan Attaki di instagramnya dan penelitian ini tidak terfokus pada metode dakwah, strategi dakwah, maupun efek dari dakwah itu sendiri melainkan isi pesan dakwah yang mengandung pesan aqidah, syariah dan akhlak. Persamaan dengan penelitian ini adalah objek penelitian yang sama, yaitu akun Instagram dengan konten dakwah sedangkan, perbedaannya adalah penelitian ini terletak pada subjek penelitian, Guesty Tania meneliti tentang akun Instagram Ustadz Hanan Attaki, sedangkan peneliti meneliti tentang akun Instagram @arielsyafrin. Selain itu, dilihat dari metode penelitiannya metode penelitian analisis Semiotika Roland Barthes, sedangkan Guesty Tania menggunakan metode analisis isi.²⁰

Ketiga, skripsi hasil penelitian Devi Ananda Sari dengan judul “Pesan Dakwah dalam Akun *Twitter* @motivasiilmu (Analisis Isi)” dari UIN Sunan Ampel Surabaya pada tahun 2021. Peneliti skripsi ini membahas terkait pesan dakwah dalam postinga akun *Twitter* @motivasiilmu. Perbedaannya adalah

¹⁹ Muhammad Awaludin, “*Dakwah melalui Poster Media Sosial Instagram: Analisis Desain Komunikasi Visual Poster Akun @jendelamuslim.id*”, Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Sunan Gunung Djati Bandung, 2020, <http://digilib.uinsgd.ac.id/52184/>, Diakses pada tanggal 6 Januari 2023 Jam 13.32 WIB.

²⁰ Guesty Tania, “*Analisis Isi Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki di Media Sosial Instagram*”, Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2019, <http://repository.radenintan.ac.id/8787/>, Diakses pada tanggal 6 Januari 2023 Jam 14.20 WIB.

penelitian ini terletak pada objek penelitian Devi Ananda Sari meneliti pada akun *Twitter* @motivasiilmu sedangkan peneliti meneliti pada akun Instagram @arielsyafrin. Selain itu, dilihat dari metode penelitiannya menggunakan metode penelitian analisis semiotic Roland Barthes, sedangkan Devi Ananda Sari menggunakan metode analisis Isi.²¹

Keempat, skripsi hasil penelitian Desi Anggraini dengan judul “Efektivitas Media Sosial Instagram dalam Penyampian Pesan Dakwah (Studi Pada Akun Instagram @islamdakwahcom) dari UIN Raden Intan Lampung pada tahun 2019. Peneliti skripsi ini membahas terkait isi pesan dakwah yang terdapat dalam akun instagram @islamdakwahcom serta mengetahui keberhasilan media sosial Instagram dalam penyampaian pesan dakwah di akun @islamdakwahcom. Persamaan dengan penelitian ini adalah objek penelitian yang sama, yaitu akun Instagram dengan konten dakwah sedangkan. Perbedaannya adalah penelitian ini terletak pada subjek penelitian, Desi Angraini meneliti tentang akun Instagram @islamdakwahcom sedangkan peneliti meneliti tentang akun Instagram @arielsyafrin.²²

Kelima jurnal hasil penelitian Paramitha Dewi Suryathna dengan judul “Pesan Dakwah Melalui Instagram” dari UIN Sunan Gunung Djati Bandung pada tahun 2021. Peneliti jurnal ini mengetahui bagaimana isi pesan dakwah dalam videogram akun Instagram content creator @arifmuhammadd_ dan bagaimana strategi penyajian pesan dakwah pada videogram akun tersebut.. Persamaan dengan penelitian ini adalah objek penelitian yang sama, yaitu media sosial Instagram sebagai konsep digitalisasi dakwah Perbedaannya adalah penelitian ini terletak pada analisis penelitian, Ari wibowo meneliti

²¹ Devi Ananda Sari, “Pesan Dakwah dalam Akun *Twitter* @motivasiilmu (Analisis Isi)”, Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2019, <https://digilib.uinsa.ac.id/52592/>, Diakses pada tanggal 6 Januari 2023 Jam 14.42 WIB.

²² Desi Anggraini, “Efektivitas Media Sosial Instagram dalam Penyampian Pesan Dakwah (Studi Pada Akun Instagram @islamdakwahcom)”, Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2019, <http://repository.radenintan.ac.id/9340/1/SKRIPSI%20II.pdf>, Diakses pada tanggal 6 Januari 2023 Jam 14.50 WIB.

menggunakan analisis isi, sedangkan peneliti meneliti menggunakan analisis semiotika Roland Barthes.²³

F. Sistematika Pembahasan

Bab pertama yaitu terdiri dari Latar Belakang Masalah, Penegasan Istilah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Kajian Pustaka, Metode Penelitian Dan Sistematika Penulisan.

Bab kedua yaitu membahas tentang Kajian Teori yang menjadi landasan analisis data, yang terdiri dari 1) pengertian dakwah, sumber dakwah, karakteristik dakwah, unsur-unsur dakwah, fungsi dan tujuan dakwah 2) pengertian seni desain grafis, karakteristik seni desain grafis, jenis-jenis seni desain grafis, pengertian Instagram, karakteristik instagram, manfaat instagram 3) pengertian analisis semiotika.

Bab ketiga yaitu terkait pendekatan dan jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, subjek dan objek penelitian, sumber data penelitian, metode pengumpulan data, dan analisis data.

Bab keempat yaitu penyajian data dari hasil penelitian tentang gambaran umum penelitian, kemudian peneliti melakukan analisis menggunakan analisis semiotika Roland Barthes.

Bab kelima yaitu penutup, kesimpulan dan saran.

²³Pramita Dewi, “Pesan dakwah melalui media Instagram: Analisis isi videogram pada akun Instagram @arifmuhammadd_ Cerita Mak Beti Periode Desember 2018- Mei 2019”, Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, 2019, <http://digilib.uinsgd.ac.id/26341/>, Diakses pada tanggal 7 Januari 2023 jam 22.17 WIB.



BAB II

KAJIAN TEORI

A. Pesan Dakwah

1. Pengertian Pesan

Secara bahasa, pesan artinya perintah, nasihat, permintaan, amanat yang disampaikan lewat orang lain; perkataan (nasihat, wasiat) yang terakhir (dari orang yang akan meninggal dunia).²⁴ Dalam studi retorik dan komunikasi, pesan diartikan sebagai informasi yang disampaikan dengan kata-kata (dalam ucapan atau tulisan), dan/atau tanda dan simbol lainnya.²⁵

Hafied Cangara dalam bukunya Pengantar Ilmu Komunikasi menyatakan bahwa “Dalam proses komunikasi, pengertian pesan adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat atau propaganda. Untuk membuatnya konkret agar dapat dikirim dan diterima oleh komunikan, manusia dengan akal budinya menciptakan sejumlah lambing komunikasi berupa suara, gimik, gerak-gerik, Bahasa lisan, dan Bahasa tulisan.

Pengertian pesan itu sendiri menurut Onong Uchjana Effendy adalah merupakan terjemahan dari bahasa asing “*message*” yang artinya adalah lambang bermakna (*meaningful symbols*), yakni lambang yang membawakan pikiran atau perasaan komunikator.

Menurut kedua pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa pesan adalah suatu gagasan (*ide*) yang dituangkan dalam lambang-lambang untuk disebar dan kemudian diteruskan oleh komunikator.²⁶

²⁴ <https://kbbi.web.id/pesan>

²⁵ <https://senikomunikasi.com/pengertian-pesan-dalam-komunikasi/>

²⁶ <https://www.e-jurnal.com/2014/02/pengertian-pesan.html>

Agar pesan dapat diterima dari pengguna satu ke pengguna lain, proses pengiriman pesan memerlukan sebuah media perantara agar pesan yang dikirimkan oleh sumber dapat diterima dengan baik oleh penerima. Dalam proses pengiriman tersebut, pesan harus dikemas sebaik mungkin untuk mengatasi gangguan yang muncul dalam transmisi pesan, agar tidak mengakibatkan perbedaan makna yang diterima oleh penerima.²⁷

Secara umum, jenis pesan terbagi menjadi dua, yakni pesan verbal dan non-verbal. Pesan verbal adalah pesan yang menggunakan kata-kata, entah lisan maupun tulisan atau bentuk pesan yang menggunakan kata-kata, baik dalam bentuk percakapan maupun tulisan (*speak language*). Pesan ini paling banyak dipakai dalam hubungan antar manusia. Melalui kata-kata, mereka mengungkapkan perasaan, emosi, pemikiran, gagasan, atau maksud mereka, menyampaikan fakta, data, dan informasi serta menjelaskannya, saling bertukar perasaan dan pemikiran, saling berdebat, dan bertengkar. Dalam pesan verbal itu bahasa memegang peranan penting. Pesan Verbal mengandung makna denotative. Media yang sering dipakai yaitu bahasa. Karena, Bahasa mampu menerjemahkan pikiran seseorang kepada orang lain.²⁸

Sedangkan, Pesan non-verbal adalah komunikasi yang pesannya dikemas dalam bentuk tanpa kata-kata. Dalam hidup nyata komunikasi nonverbal jauh lebih banyak dipakai daripada komunikasi verbal. Dalam berkomunikasi hampir secara otomatis komunikasi non-verbal ikut terpakai. Karena itu, komunikasi non-verbal bersifat tetap dan selalu ada. Komunikasi non-verbal lebih bersifat jujur mengungkapkan hal yang mau diungkapkan karena spontan. Non-verbal juga bisa diartikan sebagai tindakan-tindakan manusia yang secara sengaja dikirimkan dan diinterpretasikan seperti tujuannya dan memiliki potensi akan adanya

²⁷ Tahfif Fuad, "Pesan dakwah dalam Film Animasi "Adit dan Sopo Jarwo" Episode 21-24", Skripsi, Universitas Islam Negeri Walisongo, Bandung, 2017, <http://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/7060/>, Diakses pada tanggal 9 Mei 2023 jam 11.58 WIB.

²⁸ Tri Indah Kusumawati, *Komunikasi Verbal dan Nonverbal*, Jurnal Pendidikan dan Konseling Al-Irsyad, Vol.6, No.02, Tahun 2016, Hlm.84-85.

umpan balik (*feed back*) dari penerimanya. Dalam arti lain, setiap bentuk komunikasi tanpa menggunakan lambang-lambang verbal seperti kata-kata, baik dalam bentuk percakapan maupun tulisan. Komunikasi non verbal dapat berupa lambang-lambang seperti gesture, warna, mimik wajah dll.²⁹ Pada pesan non-verbal mengandalkan indera penglihatan sebagai penangkap stimuli yang timbul.

Pesan dapat dimengerti dalam tiga unsur, yaitu kode pesan, isi pesan dan wujud pesan.

- a. Kode pesan adalah sederetan simbol yang disusun sedemikian rupa sehingga bermakna bagi orang lain. Contoh bahasa Indonesia adalah kode yang mencakup unsur bunyi, suara, huruf dan kata yang disusun sedemikian rupa sehingga mempunyai arti.
- b. Isi pesan adalah bahan untuk atau materi yang dipilih yang ditentukan oleh komunikator untuk mengomunikasikan maksudnya.
- c. Wujud pesan adalah sesuatu yang membungkus inti pesan itu sendiri, komunikator memberi wujud nyata agar komunikan tertarik akan isi pesan didalamnya.³⁰

Pesan juga dapat dilihat dari segi substansi atau isinya. Menurut A.W. Widjaja dan M. Arisyk Wahab, terdapat tiga bentuk pesan, yaitu informatif, persuasif, dan koersif.

- a. Informatif

Yaitu pesan yang berisi keterangan fakta dan data kemudian komunikan mengambil kesimpulan dan keputusan sendiri, dalam situasi tertentu. Pesan informatif lebih berhasil dibandingkan persuasif.

- b. Persuasif

Yaitu berisikan bujukan yakni membangkitkan pengertian dan kesadaran manusia bahwa apa yang kita sampaikan akan memberikan sikap berubah. Tetapi berubahnya atas kehendak

²⁹ Tri Indah Kusumawati, *Komunikasi Verbal dan Nonverbal*, Jurnal Pendidikan dan Konseling Al-Irsyad, Vol.6, No.02, Tahun 2016, Hlm.84-85.

³⁰ <https://senikomunikasi.com/pengertian-pesan-dalam-komunikasi/>

sendiri. Jadi perubahan seperti ini bukan terasa dipaksakan, akan tetapi diterima dengan keterbukaan dari penerima.

c. Koersif

Yaitu jenis pesan yang isinya bersifat memaksa dengan menggunakan sanksi-sanksi. Bentuk yang terkenal dari penyampaian secara inti adalah agitasi dengan penekanan yang menumbuhkan tekanan batin dan ketakutan di kalangan publik. Koersif berbentuk perintah-perintah, instruksi untuk penyampaian suatu target.

Untuk menciptakan komunikasi yang baik dan tepat antara komunikator dan komunikan, pesan harus disampaikan sebaik mungkin, hal yang perlu dipertimbangkan dalam penyampaian pesan yaitu:

- a. Jelas. Pesan itu harus cukup jelas (*clear*). Bahasa yang mudah dipahami, tidak berbelit-belit tanpa denotasi yang menyimpang dan tuntas.
- b. Benar. Pesan itu mengandung kebenaran yang sudah diuji (*correct*).
- c. Faktual. Pesan itu berdasarkan fakta, tidak mengada-ada dan tidak meragukan.
- d. Ringkas. Pesan itu ringkas (*concise*) tanpa mengurangi arti sesungguhnya.
- e. Menyeluruh. Pesan itu mencakup keseluruhan (*comprehensive*). Ruang lingkup pesan mencakup bagian-bagian yang penting yang patut diketahui komunikan.
- f. Nyata. Pesan itu nyata (*concrete*), dapat dipertanggungjawabkan berdasarkan data dan fakta yang ada dan tidak sekedar kabar angin.
- g. Lengkap. Pesan itu lengkap (*complete*) dan disusun secara sistematis.
- h. Menarik. Pesan itu menarik dan meyakinkan (*convincing*). Menarik karena dengan dirinya sendiri menarik dan meyakinkan karena logis.
- i. Segar. Pesan itu disampaikan dengan segar, aktual, segera.

- j. Logis. Nilai pesan itu sangat mantap, artinya isi di dalamnya mengandung pertentangan antara bagian yang satu dengan yang lainnya.³¹

Jadi pesan adalah segala pemberitahuan, kata atau komunikasi baik secara lisan maupun tertulis yang disampaikan kepada orang lain sebagai informasi, hiburan maupun pendidikan yang berguna bagi masyarakat.

2. Teori Pesan

Pesan menjadi hal yang sangat penting dalam ilmu komunikasi karena manusia menggunakan pesan untuk mencapai tujuan tertentu. Pesan juga menjadi indikator yang menentukan keberhasilan komunikasi di mana jika pesan yang disampaikan oleh komunikator dapat diterima dan dipahami dengan baik oleh komunikan maka dapat dikatakan jika komunikasi tersebut berhasil.

Ada banyak jenis pesan yang dapat digunakan dalam berkomunikasi dan pemakaian jenis pesan tersebut tergantung dengan tujuan yang ingin dicapai oleh pengirim pesan. Pesan sendiri memiliki beberapa teori seperti Teori Identifikasi (*Theory of Identification*).

Teori identifikasi sebuah konsep yang dikembangkan oleh Kenneth Burke, seorang sarjana Retorika dan komunikasi. Teori tersebut menjelaskan komunikasi manusia seperti pidato menjadi unsur penting ke sekelompok *audiens* dalam menciptakan identitas, kohesi, dan persatuan yang kuat antara kelompok, seakan berhadapan di depan penonton merupakan strategi komunikatif manusia.³²

Teori Identifikasi adalah sebuah konsep yang dikembangkan oleh Kenneth Burke, seorang sarjana retorika dan komunikasi. Teori Identifikasi mempelajari bagaimana individu mengidentifikasi diri mereka dengan kelompok sosial atau budaya tertentu. Konsep ini

³¹ <https://senikomunikasi.com/pengertian-pesan-dalam-komunikasi/>

³² Littlejohn, Stephen W., and Karen A. Foss. *Theories of human communication*, (Waveland press, 2010.), Hlm.127.

menekankan pentingnya proses identifikasi dalam mempengaruhi pandangan, sikap, dan perilaku individu.

Menurut Burke, identifikasi terjadi ketika individu merasa memiliki kesamaan atau koneksi dengan kelompok atau entitas lain. Identifikasi dapat terjadi melalui berbagai cara, termasuk kesamaan nilai-nilai, kepentingan, keyakinan, pengalaman, atau bahkan peran yang dimainkan dalam komunikasi. Teori Identifikasi memiliki implikasi yang luas dalam berbagai bidang, termasuk komunikasi, retorika, psikologi sosial, politik, dan studi budaya. Konsep identifikasi ini membantu memahami bagaimana individu terhubung dengan kelompok, budaya, dan masyarakat di sekitar mereka, serta bagaimana proses identifikasi mempengaruhi interaksi dan perilaku manusia.³³

Pandangan Burke terhadap simbol sangat luas, termasuk sebuah aturan linguistik dan elemen-elemen non-verbal. Manusia menyaring kenyataan dengan tabir simbol. Burke menyetujui bahwa bahasa berfungsi sebagai kendaraan untuk tindakan. Karena kebutuhan sosial membutuhkan orang untuk bekerja sama dengan tindakannya, sehingga bahasa membentuk perilaku. Hal yang paling membingungkan dari Burke adalah ide bahwa seseorang dapat menyimbolkan simbol. Sehingga menambah tingkatan simbol lain terhadap peristiwa sebenarnya. Sebagai contoh seperti rapat antara direktur dan klien, sebelumnya direktur telah mempersiapkan diri dalam pelatihan presentasi dan materi-materi yang akan ia sampaikan.

Bahasa, selalu bermuatan emosional. Tidak ada kata yang dapat menjadi netral. Sebagai akibatnya, perilaku, penilaian, dan perasaan Anda tidak nampak bervariasi dalam bahasa yang Anda gunakan. Bahasa bersifat selektif dan abstrak serta fokus pada aspek realitas tertentu dalam kekuasaan aspek lainnya. Bahasa adalah ekonomis, tetapi juga ambigu. Bahasa dapat menyatukan atau memisahkan kita. Ketika

³³ Littlejohn, Stephen W., and Karen A. Foss. *Theories of human communication*, (Waveland press, 2010.), Hlm.128.

simbol menyatukan manusia kedalam pemahaman secara lazim, *identifikasi* telah terjadi. Sebaliknya, *pembagian* atau pemisahan, dapat juga terjadi; bahasa dapat mengangkat identifikasi atau mengangkat pemisahan dan pembagian.

Sebagai contoh ketika teman Anda bersedih dan menceritakan permasalahannya kepada Anda maka kita bisa ikut merasa sedih dan juga ikut menceritakan permasalahan Anda kepadanya. Anda berkomunikasi satu sama lain dengan bebas dan cara yang mudah karena Anda berbagi makna bahasa yang sedang digunakan. Dalam istilah Burke, Anda sedang mengalami kesamaan (*consubstantiality*). Sebaliknya, jika di dalam taksi Anda hanya berdua dengan sopir taksi, Anda mungkin akan merasa tidak nyaman karena makna yang kurang menyatu dengan sopir. Kesamaan adalah salah satu cara identifikasi yang tercipta di antara manusia. Dalam mode yang berputar, sebagaimana identifikasi meningkat, penyatuan makna meningkat, sehingga akan meningkatkan pemahaman. Dengan demikian, identifikasi dapat berarti ajakan dan penyampaian yang efektif atau menjadi akhir dari komunikasi itu sendiri. Identifikasi dapat disadari atau tidak disadari, direncanakan atau tidak direncanakan.

Menurut Burke, ada tiga sumber identifikasi yang saling berkaitan.

- a. Identifikasi materi (*material identification*), hasil dari kebaikan, kepemilikan, dan benda.
- b. Identifikasi idealistis (*idealistic identification*), hasil dari ide yang terbagi, sikap, perasaan dan nilai.
- c. Identifikasi formal (*formal identification*), hasil dari penyusunan, bentuk atau pengaturan dari sebuah peristiwa di mana kedua orang tersebut berpartisipasi.

Burke memperkenalkan istilah lain yang dapat membantu menjelaskan bagaimana identifikasi bekerja. Ini merupakan konsep dari *guilt* atau kesalahan. Istilah ini adalah kata yang penuh arti karena perasaan tekanan perasaan di dalam perasaan di dalam diri seseorang,

rasa cemas, malu, benci, sebal, dan lainnya. Bagi Burke, kesalahan adalah keadaan yang disebabkan oleh penggunaan simbol. Ia mengidentifikasi tiga sumber yang berhubungan dengan kesalahan.

Pertama adalah negatif. Dengan bahasa, manusia membicarakan moral dengan membangun banyak aturan dan pengasingan. Semua aturan ini tidak pernah seluruhnya konsisten dan dalam mengikuti satu aturan, berarti Anda menghancurkan yang lainnya, sehingga menciptakan kesalahan.

Alasan kedua adalah prinsip *kesempurnaan*. Manusia sangat sensitif terhadap kegagalan. Manusia dapat membayangkan (melalui bahasa) sebuah pernyataan akan kesempurnaan. Kemudian, dengan sifat mereka mereka menghabiskan hidup mereka dengan berjuang untuk derajat kesempurnaan yang mereka rancang untuk mereka sendiri. Kesalahan mencuat sebagai akibat dari ketidaksesuaian antara realitas dan ideal.

Alasan yang ketiga adalah *prinsip hierarki*. Dalam tatanannya, struktur manusia dalam masyarakat adalah piramida sosial atau hierarki (tingkatan sosial dan tatanan sosial), sebuah proses yang dilakukan dengan simbol. Kompetisi dan pemisahan menghasilkan kelas dan kelompok dalam hierarki serta menghasilkan kesalahan.

Sebagai sebuah teori pesan karena Burke prihatin dengan cara pesan disusun untuk menciptakan identifikasi dan pemisahan. Burke mengamati strategi untuk identifikasi dan pemisahan. Ketika rapat, sebelum mempersiapkan presentasi manajer ingin membawa pendengar (karyawan) kedalam pemikirannya melalui identifikasi sambil menjaga jarak yaitu dengan menciptakan pemisahan. Strategi pesan menggunakan pola identifikasi yang akan menciptakan kebiasaan dengan pendengar. Strategi seperti itu hampir selalu melibatkan kesalahan (dalam istilah Burkean). Niat Burke tidak untuk memberikan sebuah daftar strategi, tetapi untuk menghadirkan sekelompok ide bahwa pembicara dapat menggunakannya untuk menentukan kasus tertentu dengan pola unik

identifikasi (dan mungkin pemisahan) yang mungkin digunakan dalam pesan.³⁴

3. Pengertian Pesan Dakwah

Maddah atau materi dakwah adalah pesan-pesan dakwah yang menjadi isi dakwah seorang da'i yang disampaikan kepada mad'u. Pesan dakwah menjadi unsur yang penting dalam pelaksanaan dakwah dan sangat menentukan keberhasilan. Suatu kegiatan dakwah yang dilaksanakan diaktakan efektif apabila materinya bersifat informatif, edukatif dan solusif bagi masyarakat. Pesan dakwah dapat membawa mad'u kepada sasaran yang dituju apabila pesan-pesan yang disuguhkan telah dikelola dengan tepat. Oleh karena itu, persiapan seorang da'i harus mencakup manajemen pesan-pesan yang akan disampaikan, apakah bidangnya sudah relevan serta tingkat kedalamannya sudah tepat dengan situasi mad'u. Demikian juga korelasi pesan dakwah dengan kondisi sosial masyarakat yang dihadapi, apakah aktual atau tidak.³⁵

Pesan dakwah adalah bahan-bahan atau isi ceramah yang akan disampaikan dalam dakwah. Penyusunan pesan dakwah didasarkan pada kondisi obyektif *mad'u* yang diperoleh melalui pengamatan, interview atau telaah sumber-sumber tertulis. Dalam kajian pesan dakwah dikenal pesan utama dan pesan pendukung. Bahan dasar atau materi utama dakwah adalah al-Qurán dan hadist, ditambah dengan pendapat ulama, hasil-hasil penelitian dari para ahli di bidangnya, kisah-kisah, dan berita.³⁶

Secara global, pesan dakwah ada tiga macam sesuai dengan ajaran inti agama Islam itu sendiri. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa pesan-pesan dakwah adalah ajaran-ajaran Islam itu sendiri. Ketiga

³⁴ Littlejohn, Stephen W., and Karen A. Foss. *Theories of human communication*, (Waveland press, 2010.), Hlm.130.

³⁵ Kamaluddin, *Pesan Dakwah*, Jurnal Kajian Ilmu-ilmu Keislaman, Vol.02, No.2, Tahun 2016, Hlm.38.

³⁶ Iftitah Jafar dan Mudhzira Nur Amrullah, *Bentuk-bentuk Pesan Dakwah dalam Kajian al-Qurán*, Jurnal Komunikasi Islam, Vol.08, No.1, Tahun 2018, Hlm.43.

tema ini diletakkan secara hirarkhis, artinya pembentukan pribadi seorang muslim harus didahului tiga dasar sebagai berikut:

a. Keimanan (akidah)

Pesan dakwah yang pertama ditanamkan adalah akidah islamiah. Akidah atau iman inilah yang mempengaruhi amaliah dan akhlak seorang muslim. Iman ini dijadikan persaksian (*syahadat*) kepada Allah SWT dan rasul-Nya Muhammad saw. Maka pesan dakwah pertama kepada *madú* non-muslim ialah membentuk keimanan yang dibuktikan dengan *syahadatain*, shalat, puasa, zakat dan haji.

Dalam aspek akidah ini ditanamkan tauhid (ke-Esaan Tuhan) meliputi *Tauhid rububiyah*, *Tauhid Uluhiyah* dan *Tauhid Asma' wa shifat*. Dilanjutkan dengan iman kepada malaikat. Kitab, rasul dan hari akhir serta iman kepada hari akhir yang sering disebut rukun iman.

Secara terminologis (istilah) Aqidah adalah:

- 1) Abu Bakar Jabir Al-Jazairi mengtakan bahwa Aqidah adalah sejumlah kebenaran yang dapat diterima secara umum oleh manusia berdasarkan akal, wahyu dan fitrah. Kebenaran itu dipraktikkan oleh manusia di dalam hati serta diyakini kesahihannya dan keberadaanya secara pasti dan ditolak segala sesuatu yang bertentangan dengan kebenaran itu.
- 2) Aqidah menurut Hasan Al-Banna adalah beberapa perkara yang wajib diyakini kebenarannya oleh hatimu, mendatangkan ketentraman jiwa, menjadi keyakinan yang tidak bercampur sedikitpun dengan keraguan-keraguan.

b. Syariah

Syari'ah berperan sebagai peraturan-peraturan lahir yang bersumber dari wahyu mengenai tingkah laku manusia. Syari'at Islam sangatlah luas dan luwes (fleksibel). Akan tetapi, tidak berarti

Islam lalu menerima setiap pembaruan yang ada tanpa ada filter sebaliknya.

Syariáh, yang meliputi ibadah, muámalah, munakahat, mawaris, siyasah dan jinayah. Ibadah mencakup pelajaran shalat, puasa, zakat dan haji ditambah ibadah-ibadah sunnah lainnya. Muámalah mencakup tat cara perekonomian seperti jual beli, pegadaian, simpan pinjam, Kerjasama dan sebagainya. Munakahat mempelajari tentang nikah,thalak, mahar, rujuk dan sebagainya. Mawaris membicarakan masalah pembagian harta warisan. Siyasah adalah peraturan tentang hukum-hukum kekuasaan dan politik. Jinayah adalah tentang hukum pidana.³⁷ Demikian juga larangan-larangan Allah seperti minum, berzina, mencuri dan sebagainya termasuk pula masalahmasalah yang menjadi materi dakwah Islam (nahi anil munkar).

c. Akhlak

Akhlak merupakan suatu keadaan yang melekat pada jiwa manusia, yang melahirkan perbuatan-perbuatan yang mudah, tanpa melalui proses pemikiran, pertimbangan atau penelitian. Jika keadaan (hal) tersebut melahirkan perbuatan yang baik dan terpuji menurut pandangan akal dan hukum Islam, disebut akhlak yang baik. Jika perbuatan-perbuatan yang timbul itu tidak baik, dinamakan akhlak yang buruk.³⁸

Materi akhlak sangat luas sekali yang tidak saja bersifat lahiriah, tetapi juga sangat melibatkan pikiran. Akhlak dunia (agama) mencakup berbagai aspek, meliputi:

1) Akhlak terhadap Allah Swt

Akhlak yang baik kepada Allah berucap dan bertingkah laku yang terpuji terhadap Allah Swt.baik melalui ibadah langsung kepada Allah, seperti shalat, puasa dan sebagainya,

³⁷ Kamaluddin, *Pesan Dakwah*, Jurnal Kajian Ilmu-ilmu Keislaman, Vol.02, No.2, Tahun 2016, Hlm.44.

³⁸ <https://an-nur.ac.id/pengertian-akhlak-dan-macam-macamnya/>

maupun melalui perilaku-perilaku tertentu yang mencerminkan hubungan atau komunikasi dengan Allah diluar ibadah itu.

Berikut beberapa akhlak terhadap Allah Swt:

- a) Beriman, meyakini wujud dan keesaan Allah serta meyakini apa yang difirmankan-Nya, seperti iman kepada malaikat, kitab-kitab, rasul-rasul, hari kiamat dan qadha dan qadhar. Beriman merupakan fondamen dari seluruh bangunan akhlak islam. Jika iman telah tertanam didada, maka ia akan memancar kepada seluruh perilaku sehingga membentuk kepribadian yang menggambarkan akhlak islam yaitu akhlak yang mulia.
- b) Taat, patuh kepada segala perintah-Nya dan menjauhi segala larangan-Nya. Sikap taat kepada perintah Allah merupakan sikap yang mendasar setelah beriman, ia merupakan gambaran langsung dari adanya iman di dalam hati.
- c) Ikhlas, melaksanakan perintah Allah dengan pasrah tanpa mengharapkan sesuatu, kecuali keridhaan Allah. Jadi ikhlas itu bukan tanpa pamrih. Tetapi pamrih hanya diharapkan dari Allah berupa keridhaan-Nya. Oleh karena itu, dalam melaksanakannya harus menjaga akhlak sebagai bukti keikhlasan menerima hukum-hukum tersebut.
- d) Khusyuk, bersatunya pikiran dengan perasaan batin dalam perbuatan yang sedang dikerjakannya atau melaksanakan perintah dengan sungguh-sungguh. Khusyuk melahirkan ketenangan batin dan perasaan pada orang yang melakukannya. Karena itu, segala bentuk perintah yang dilakukan dengan khusyuk melahirkan kebahagiaan hidup. Ciri-ciri Khusyuk' yaitu adanya perasaan nikmat ketika melaksanakannya. Shalat perlu dilakukan dengan khusyuk'. Jika orang melakukan shalat tetapi belum khusyuk'. Agar khusyuk' dalam shalat, sejak niat kita harus sungguh-sungguh

hanya terpusat pada perbuatan yang berkaitan dengan shalat. Apa yang dibacakan oleh lidah, dimaknai oleh pikiran, diresapi oleh hati dan difokuskan pada Allah yang sedang kita hadapi.

- e) Huznydz dzan, berbaik sangka kepada Allah. Apa saja yang diberikan-Nya merupakan pilihan yang terbaik untuk manusia. Berprasangka baik kepada Allah merupakan gambaran harapan dan kedekatan seseorang kepada-Nya, sehingga apa saja yang diterimanya dipandang sebagai suatu yang terbaik bagi dirinya. Oleh karena itu, seorang yang huznuzan tidak akan mengalami perasaan kecewa atau putus asa yang berlebihan.
- f) Tawakal, mempercayakan diri kepada Allah dalam melaksanakan suatu rencana. Sikap tawakal merupakan gambaran dari sabar dan menggambarkan kerja keras dan sungguh-sungguh dalam melaksanakan suatu rencana. Apabila rencana tersebut menghasilkan keinginan yang diharapkan atau gagal dari harapan yang semestinya, ia akan mampu menerimanya tanpa penyesalan.
- g) Syukur, mengungkapkan rasa syukur kepada Allah atas nikmat yang telah diberikan-Nya. Ungkapan syukur dilakukan dengan kata-kata dan perilaku. Ungkapan dalam bentuk kata-kata adalah mengucapkan hamdalah setiap saat, sedangkan bersyukur dengan perilaku dilakukan dengan cara menggunakan nikmat Allah sesuai dengan semestinya. Misalnya nikmat diberi mata, maka bersyukur terhadap nikmat itu dilakukan dengan menggunakan mata untuk melihat hal-hal yang baik, seperti membaca, mengamati alam dan sebagainya yang mendatangkan manfaat.
- h) Sabar, ketahanan mental dalam menghadapi kenyataan yang menimpa diri kita. Ahli sabar tidak akan mengenal putus asa

dalam menjalankan ibadah kepada Allah .Sesungguhnya Allah bersama orang-orang yang sabar. Oleh karena itu, perintah bersabar bukan perintah berdiam diri, tetapi perintah untuk terus berbuat tanpa berputus asa. Bertasbih,

- i) Bertasbih, mensucikan Allah dengan ucapan, yaitu dengan memperbanyak mengucapkan subhanallah (Maha Suci Allah) serta menjauhkan perilaku yang dapat mengotori nama Allah Yang Maha Suci.
- j) Istighfar, meminta ampun kepada Allah atas segala dosa yang pernah dibuat dengan mengucapkan “*astagfirullah ‘adzim*” (aku memohon ampun kepada Allah yang Maha Agung). Sedangkan istighfar melalui perbuatan dilakukan dengan cara tidak mengulangi dosa atau kesalahan yang telah dilakukan.
- k) Takbir, yaitu mengagungkan Allah dengan membaca Allahu Akbar (Allah Maha Besar). Mengagungkan Allah melalui perilaku adalah mengagungkan nama-Nya dalam segala hal, sehingga tidak menjadikan sesuatu melebihi keagungan Allah. Tidak mengagungkan yang lain melampaui keagungan Allah dalam berbagai konsep kehidupan, baik melalui kata-kata maupun dalam tindakan.
- l) Doa meminta kepada Allah apa saja yang diinginkan dengan cara yang baik sebagaimana yang dicontohkan oleh Rasulullah. Do'a adalah cara membuktikan kelemahan manusia dihadapan Allah, karena itu berdoa merupakan inti dari beribadah. Orang yang tidak suka berdo'a adalah orang yang sombong, sebab ia tidak mengakui kelemahan dirinya dihadapan Allah, merasa mampu dengan usahanya sendiri. Ia tidak sadar bahwa semua itu berkat izin dari Allah. Jadi, doa

merupakan etika bagi seorang hamba dihadapan Allah swt.³⁹

2) Akhlak terhadap Rasulullah Saw.

Rasulullah adalah manusia yang paling mulia akhlaknya. Beliau sangat dermawan paling dermawan diantara manusia. Beliau sangat menghindari perbuatan dosa, sangat sabar, sangat pemalu melebihi gadis pingitan, berbicara sangat fasih dan jelas, beliau sangat pemberi, beliau juga jujur dan amanah, sangat tawadhu', tidak sombong, tepati janji, penyayang, lembut, suka memaafkan, dan lapang dada. Beliau mencintai orang miskin dan duduk bersama mereka, beliau banyak diam dan tawa beliau adalah senyuman.

Cara berakhlak kepada Rasulullah Saw sebagai berikut :

- a) Ridha dan beriman kepada Rasulullah.
- b) Mentaati dan mengikuti Rasulullah.
- c) Mencintai dan memuliakan Rasulullah.
- d) Mengucapkan shalawat dan salam kepada Rasulullah.⁴⁰

3) Akhlak terhadap diri sendiri

Islam mengajarkan agar manusia menjaga diri meliputi jasmani dan rohani. Organ tubuh kita harus dipelihara dengan memberikan konsumsi makanan yang halal dan baik. Apabila kita memakan makanan yang tidak halal dan tidak baik, berarti kita telah merusak diri sendiri. Akal kita juga perlu dipelihara dan dijaga agar tertutup oleh pikiran kotor. Jiwa harus disucikan agar menjadi orang yang beruntung.

Ajaran islam tentang menjaga kehormatan diri baik laki-laki maupun perempuan ini sungguh suci dan mulia. Tidak ada

³⁹ Syarifah Habibah, *Akhlak dan Etika Dalam Islam*, Jurnal Pesona Dasar, Vol.01, No.4, Tahun 2015, Hlm.78-80.

⁴⁰ Syarifah Habibah, *Akhlak dan Etika Dalam Islam*, Jurnal Pesona Dasar, Vol.01, No.4, Tahun 2015, Hlm.81.

ajaran agama lain yang mengatur demikian cermatnya. Jika ini dilaksanakan, tidak mungkin ada perzinaan, prostitusi, dan perselingkuhan suami istri. Orang islam tidak boleh hina dina, tetapi sebaliknya harus suci dan mulia. Berakhlak terhadap diri sendiri antara lain:

- a) Setia (*al-Amanah*), yaitu sikap pribadi setia, tulus hati dan jujur dalam melaksanakan sesuatu yang dipercayakan kepadanya, baik berupa harta, rahasia, kewajiban, atau kepercayaan lainnya.
 - b) Benar (*as-Shidqatu*), yaitu berlaku benar dan jujur baik dalam perkataan maupun perbuatan.
 - c) Adil (*al-ádlu*), yaitu menempatkan sesuatu pada tempatnya.
 - d) Memelihara kesucian (*al-Ifafah*), yaitu menjaga dan memelihara kesucian dan kehormatan diri dari Tindakan tercela, fitnah dan perbuatan yang dapat mengotori dirinya.
 - e) Malu (*al-Haya*), yaitu malu terhadap Allah dan diri sendiri dari perbuatan melanggar perintah Allah.
 - f) Keberanian (*as-Syajaah*), yaitu sikap mental yang menguasai hawa nafsu dan berbuat semestinya.
 - g) Kekuatan (*al-Quwwah*), yaitu kekuatan fisik, jiwa atau semangat dan pikiran atau kecerdasan.
 - h) Kesabaran (*ash-Shabrul*), yaitu sabar ketika ditimpa musibah dan dalam mengerjakan sesuatu.
 - i) Kasih Sayang (*ar-Rahman*), yaitu sifat mengasihi terhadap diri sendiri, orang lain dan sesama makhluk.
 - j) Hemat (*al-iqtishad*) yaitu tidak boros terhadap harta, hemat tenaga dan waktu.⁴¹
- 4) Akhlak terhadap keluarga

⁴¹ Syarifah Habibah, *Akhlak dan Etika Dalam Islam*, Jurnal Pesona Dasar, Vol.01, No.4, Tahun 2015, Hlm.83.

Akhlak terhadap keluarga meliputi ayah, ibu, anak, dan keturunannya. Kita harus berbuat baik kepada anggota keluarga terutama orang tua.

Akhlak Terhadap Orang Tua antara lain :

- a) Mencintai mereka melebihi rasa cinta kita terhadap kerabat yang lain.
 - b) Lemah lembut dalam perkataan dan perbuatan.
 - c) Merendahkan diri di hadapannya.
 - d) Berdoa kepada mereka dan meminta doa kepada mereka.
- 5) Akhlak terhadap masyarakat

Akhlak terhadap masyarakat antara lain :

- a) Memuliakan tamu
 - b) Menghormati nilai dan norma yang berlaku dalam masyarakat
 - c) Saling menolong dalam melakukan kebajikan takwa.
 - d) Mengajukan anggota masyarakat berbuat baik dan mencegah perbuatan jahat.
 - e) Memberi makan fakir miskin.
 - f) Bermusyawarah dalam segala urusan kepentingan bersama.
 - g) Menunaikan amanah yang telah diberikan oleh masyarakat kepada kita.
 - h) Menepati janji.
- 6) Akhlak terhadap tetangga

Akhlak terhadap tetangga merupakan perilaku yang terpuji. Berbuat baik kepada tetangga sangat dianjurkan oleh Rasulullah Saw.⁴² sebagaimana sabda Rasulullah :

وَمَنْ كَانَ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ
الْآخِرِ فَلْيُكْرِمْ جَارَهُ، وَمَنْ كَانَ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ
الْآخِرِ فَلْيُكْرِمْ ضَيْفَهُ

Artinya: “Siapa pun yang beriman kepada Allah dan hari akhir, hendaklah ia memuliakan tetangganya, dan siapa pun

⁴² Syarifah Habibah, *Akhlak dan Etika Dalam Islam*, Jurnal Pesona Dasar, Vol.01, No.4, Tahun 2015, Hlm.86.

yang beriman kepada Allah dan hari akhir, hendaklah ia memuliakan tamunya.” (HR Muslim).

7) Akhlak terhadap lingkungan

Akhlak terhadap lingkungan disini adalah segala sesuatu yang berada disekitar manusia, baik Binatang, tumbuhan maupun benda-benda yang bernyawa.

Pada dasarnya pesan-pesan dakwah itu hamper mencakup semua bidang kehidupan. Seorang da'i tidak perlu takut akan kehabisan materi karena al-Qur'an dan hadits sudah diyakini sebagai *all encompassing the way of life* (meliputi semua kehidupan) bagi setiap Tindakan manusia.⁴³

Dari uraian di atas penulis mendefinisikan yang disebut pesan dakwah adalah pesan yang mengandung arti segala pernyataan yang berupa seperangkat lambang yang bermakna yang bersumber dari Al-Qur'an dan hadits yang berupa ajaran Aqidah, Akhlak, dan Syariah yang disampaikan untuk mengajak manusia baik individu atau golongan melalui media lisan maupun tulisan agar mengikuti ajaran Islam dan mampu mengaplikasikan dalam kehidupan dengan tujuan mendapat kehidupan yang di ridhoi oleh Allah Swt baik di dunia dan akhirat.

B. Dakwah

1. Pengertian Dakwah

Secara etimologis, kata “dakwah” berasal dari bahasa Arab yang mempunyai arti: panggilan, ajakan, dan seruan. Sedangkan dalam ilmu tata bahasa Arab, kata dakwah adalah bentuk dari isim masdar yang berasal dari kata kerja: دعا, يدعو, دعوة artinya: menyeru, memanggil,

⁴³ Tahfif Fuad, “Pesan dakwah dalam Film Animasi “Adit dan Sopo Jarwo” Episode 21-24”, Skripsi, Universitas Islam Negeri Walisongo, Bandung, 2017, <http://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/7060/>, Diakses pada tanggal 17 Mei 2023 jam 12.38 WIB.

mengajak.⁴⁴ Dalam pengertian yang integralistik *dakwah* merupakan suatu proses yang berkesinambungan yang ditangani oleh para pengemban dakwah untuk mengubah sasaran dakwah agar bersedia masuk ke jalan Allah, dan secara bertahap menuju perikehidupan yang Islami.

Sedangkan ditinjau dari segi terminologi, banyak sekali perbedaan pendapat tentang definisi dakwah di kalangan para ahli, antara lain:

- a. Menurut A. Hasmy dalam bukunya *Dustur Dakwah Menurut al-Qur'an*, mendefinisikan dakwah yaitu: mengajak orang lain untuk meyakini dan mengamalkan akidah dan syariat Islam yang terlebih dahulu telah diyakini dan diamalkan oleh pendakwah itu sendiri.²¹
- b. Menurut Syekh Ali Mahfud. Dakwah Islam adalah memotivasi manusia agar melakukan kebaikan menurut petunjuk, menyuruh mereka berbuat kebajikan dan melarang mereka berbuat kemungkaran, agar mereka mendapat kebahagiaan dunia dan akhirat.
- c. Menurut Amrullah Ahmad .ed., dakwah Islami merupakan aktualisasi Imani (Teologis) yang dimanifestasikan dalam suatu sistem kegiatan manusia beriman dalam bidang kemasyarakatan yang dilaksanakan secara teratur untuk mempengaruhi cara merasa, berpikir, bersikap, dan bertindak manusia pada tataran kegiatan individual dan sosio kultural dalam rangka mengesahkan terwujudnya ajaran Islam dalam semua segi kehidupan dengan cara tertentu.
- d. Menurut Amin Rais, dakwah adalah gerakan simultan dalam berbagai bidang kehidupan untuk mengubah status quo agar nilai-

⁴⁴ <https://an-nur.ac.id/pengertian-dakwah/>

- nilai Islam memperoleh kesempatan untuk tumbuh subur demi kebahagiaan seluruh umat manusia.⁴⁵
- e. Menurut Farid Ma'ruf Noor, dakwah merupakan suatu perjuangan hidup untuk menegakkan dan menjunjung tinggi undang-undang Ilahi dalam seluruh aspek kehidupan manusia dan masyarakat sehingga ajaran Islam menjadi shibghah yang mendasari, menjiwai, dan mewarnai seluruh sikap dan tingkah laku dalam hidup dan kehidupannya.
 - f. Menurut Abu Bakar Atjeh, dakwah adalah seruan kepada semua manusia untuk kembali dan hidup sepanjang ajaran Allah yang benar, yang dilakukan dengan penuh kebijaksanaan dan nasehat yang baik.
 - g. Menurut Toha Yahya Umar, Dakwah ialah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk kemaslahatan dan kebahagiaan di dunia dan akhirat.⁴⁶
 - h. Dr. M. Quraish Shihab menyebutkan bahwa dakwah adalah seruan atau ajakan kepada keinsyafan atau usaha mengubah situasi kepada situasi yang lebih baik dan sempurna, baik terhadap pribadi maupun masyarakat. Perwujudan dakwah bukan sekedar usaha peningkatan pemahaman dalam tingkah laku dan pandangan hidup saja, tetapi juga menuju sasaran yang lebih luas. Apalagi pada masa sekarang ini, ia harus lebih berperan menuju kepada pelaksanaan ajaran 7 islam secara lebih menyeluruh dalam berbagai aspek kehidupan manusia.⁴⁷

Kata dakwah sering dirangkaikan dengan kata "Ilmu" dan kata "Islam", sehingga menjadi "Ilmu dakwah" dan Ilmu Islam" atau ad-

⁴⁵ <https://an-nur.ac.id/pengertian-dakwah/>

⁴⁶ Aminudin, *Konsep Dasar Dakwah*, Jurnal Al-Munzir, Vol.9, No.1, Tahun 2016, Hlm.32.

⁴⁷ https://www.academia.edu/40902729/PENGERTIAN_DAKWAH

dakwah al-Islamiyah. Hal ini bisa dilihat dalam berbagai ayat Al-Quran, antara lain:

وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِّمَّن دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنَّنِي مِنَ الْمُسْلِمِينَ

Artinya: *"Siapakah yang lebih baik perkataannya daripada orang yang menyeru kepada Allah, mengerjakan amal yang saleh, dan berkata: "Sesungguhnya aku Termasuk orang-orang yang menyerah diri?" (Q.S Al-Fushshilat: 33)*

Pengertian dakwah di atas dapat dipahami bahwa dakwah adalah ajakan, seruan kepada manusia dengan cara yang bijaksana agar manusia senantiasa selalu dijalan yang benar sesuai dengan apa yang diperintahkan Allah Swt dan berpegang teguh pada ajaran Allah guna untuk memperkuat iman dan mendapatkan kebahagiaan dunia serta akhirat.

2. Dasar Hukum Dakwah

Dakwah merupakan aktivitas yang sangat penting dalam Islam. Dengan dakwah, Islam dapat tersebar dan diterima oleh manusia. Sebaliknya, tanpa dakwah Islam akan semakin jauh dari masyarakat yang selanjutnya akan lenyap dari permukaan bumi. Dalam kehidupan masyarakat, dakwah berfungsi menata kehidupan yang agamis menuju terwujudnya masyarakat yang harmonis dan bahagia. Ajaran Islam yang disiarkan melalui dakwah dapat menyelamatkan manusia dan masyarakat pada umumnya dari hal-hal yang dapat membawa kehancurannya. Karena pentingnya dakwah itulah, maka dakwah bukan pekerjaan yang dipikirkan dan dikerjakan sambil lalu saja melainkan suatu pekerjaan yang telah dibebankan/wajibkan bagi setiap pengikutnya. Dasar kewajiban dakwah terdapat dalam kedua sumber hukum Islam yaitu Al-Qur'an dan Hadist.⁴⁸

- a. Perintah dakwah yang ditunjukkan kepada umat Islam secara umum tercantum dalam Surat An Nahl ayat 125.

⁴⁸

<https://www.studocu.com/id/document/universitas-islam-negeri-walisongo-semarang/ilmu-dakwah/makalah-dasar-hukum-dakwah/45555370>

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۗ وَجِدْهُمْ يَأْتِي هِيَ أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya: “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk”

b. Surat Ali 'Imron ayat 110

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

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

3. Karakteristik Dakwah

Setiap mukmin adalah da'i. Agar tidak salah melangkah, seorang dai harus mengetahui karakteristik dakwah yang akan ia jalankan. Agar perjalanan dakwah mudah dan tak mengalami hambatan. Seorang da'I harus mengetahui apasaja karakter dakwah.⁴⁹ Dengan demikian da'I bisa lebih mudah mengarahkan dakwahnya sesuai dengan karakter yang da'I miliki. Adapun ciri karakteristik dakwah, antara lain:

a. *Rabbaniyah* (Bernuansa Ketuhanan).

Apapun bentuknya, dakwah harus berorientasi pada nuansa ketuhanan. Di mana ajarannya harus mengacu pada satu titik, yaitu menyembah Allah Swt. Metode bisa beragam tapi sasarannya Cuma satu. Dalam sejarah seluruh dakwah para nabi mengajak pada satu muara yaitu meng-Esakan Allah.

⁴⁹ Nur Ahmad, *Tantangan Dakwah Di Era Teknologi dan Informasi (Formulasi Krarakteristik, Popularitas dan Materi di Jalan Dakwah)*, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, Vol.1, No.1, Tahun 2013, Hlm.29.

Orientasi ketuhanan ini menjadi penting Ketika dakwah harus berbenturan dengan segala kepentingan duniawi. Di mana periode dakwah sudah merambah ke beragam sisi, jika tidak diwaspadai bisa menyeret para da'I keluar dari rel rabbaniyah. Tak sedikit diantara juru dakwah yang tidak kuat menahan godaan, sehingga menuhankan harta atau jabatan. Segalanya dari Allah, Untuk Allah, dan Kembali kepada Allah Swt.

b. *Wasatiyah.*

Seimbang, tidak berlebih-lebihan dan tidak terlalu sedikit. Memberikan hak pada setiap yang berhak, menunaikan keperluan setiap yang memerlukan sesuai dengan kadarnya, (berislam sebelum berjamaah). Ini penting bagi para pendakwah, dan tidak ada salahnya memebentuk beberapa jamaah.⁵⁰

c. *Syumuliyah.*

Utuh dan menyeluruh dalam manhajnya, tidak Sebagian, dakwah memang memerlukan tahapan tapi tetap harus komprehensif, da'I tak boleh setengah-setengah. Ajaran islam harus disampaikan secara keseluruhan. Tahapan hanyalah metode. Diantara ciri dakwah yang komprehensif adalah berkesinambungan, saling terkait, dan tidak bertentangan. Da'I tidak bisa dipisahkan satu sama lain. Ketika membahas masalah politik, da'I tak melupakan masalah aqidah dan akhlaq.

d. *Mu'ashirah* (modern).

Dakwah harus mengikuti perkembangan zaman. Jika tidak ia akan ditinggalkan peminatnya. Kemajuan tehnologi dan system komunikasi seperti sekarang seharusnya mendukung dakwah, bukan justru sebaliknya. Namun demikian, bukan berarti dakwah harus

⁵⁰ Nur Ahmad, *Tantangan Dakwah Di Era Teknologi dan Informasi (Formulasi Krarakteristik, Popularitas dan Materi di Jalan Dakwah)*, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, Vol.1, No.1, Tahun 2013, Hlm.30.

kehilangan aslah (keasliannya). Kemajuan zaman dan teknologi tak boleh mengilas nilai-nilai Islam. Dakwah Islam itu lentur tapi tak boleh luntur, ia boleh membaaur tapi tak boleh mencampur.⁵¹

e. *Waqi'iyah*.

Realistik dalam melakukannya individu dan masyarakat. Mengambil kira keadaan setempat dan bertindak sesuai dengannya. Syariat Islam mengenal batas territorial.karenanya, dakwah pun mesti mendunia. Belahan bumi mana pun yang dipijak, di situlah tanah air umat islam. Untuk itu konsep dakwah yang ditawarkan mesti menjangkau seluruh kepentingan umat Islam di mana pun berada.

f. *Ilmiah*.

Dakwah islamiyah harus berlandaskan pada ilmu pengetahuan. Dakwah yang tidak berlandaskan ilmu pengetahuan hanya akan menjadi boomerang dan selanjutnya ditinggalkan objek dakwah.

g. *Inqilabiyah* (perubahan total).

Proses perubahan yang dilakukan dalam dakwah hendaknya dilakukan secara total dan menyeluruh. Di sinilah makna komprehensif menemukan pasangannya. Namun demikian, tetap saja perubahan total harus dilakukan secara bertahap dan alami. Sebaliknya, dakwah tak boleh dilakukan dengan kaku. Total yang dimaksud, bahwa dakwah harus meliputi segala lini masyarakat. Dakwah tak boleh hanya menyentuh kalangan elit saja dan melupakan rakyat jelata. Keduanya mesti mendapat perhatian. Kalangan elit punya kelebihan secara kualitas, sedangkan rakyat jelata mempunyai cakupan yang besar secara kualitas.

⁵¹ Nur Ahmad, *Tantangan Dakwah Di Era Teknologi dan Informasi (Formulasi Krarakteristik, Popularitas dan Materi di Jalan Dakwah)*, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, Vol.1, No.1, Tahun 2013, Hlm.31.

h. *Al-mana'atun al-islamiyah* (mempunyai imunitas keislaman).

Ini penting bagi dakwah. Imunitas keislaman akan menjadi benteng bagi dakwah. Tingkat pertahanan dakwah ditentukan oleh sebesar apa imunitas yang dimiliki para penyebarannya.

Begitulah karakter dakwah. Dengan mengetahui beragama elemen itu, para da'I akan bisa menapaki rel dakwah dengan cara yang benar. Kedelapan elemen itu ibarat suluh yang bisa menerangi jalan para da'I agar bisa melangkah dengan pasti. Tak lagi merab-raba.⁵²

4. Unsur-unsur Dakwah

Unsur-unsur dakwah adalah komponen-komponen yang selalu ada dalam setiap kegiatan dakwah. Unsur-unsur tersebut adalah da'i (pelaku dakwah), mad'u (obyek dakwah), materi dakwah, wasilah (media dakwah), thariqah (metode), dan atsar (efek dakwah).

a. Da'i (pelaku dakwah)

Kata da'i ini secara umum sering disebut dengan sebutan mubaligh (orang yang menyempurnakan ajaran Islam), namun sebenarnya sebutan ini konotasinya sangat sempit karena masyarakat umum cenderung mengartikan sebagai orang yang menyampaikan ajaran Islam melalui lisan seperti penceramah agama, khatib (orang yang berkhotbah), dan sebagainya. Atau kata lain dari da'i adalah subjek dakwah.

Sehubungan dengan hal tersebut terdapat pengertian para pakar dalam bidang dakwah, yaitu:

- 1) Hasyimi, juru dakwah adalah Penasihat, para pemimpin dan pemberi ingat, yang memberi nasihat dengan baik yang mengarah dan berkhotbah, yang memusatkan jiwa dan raganya dalam wa'ad dan wa'id (berita gembira dan berita siksa) dan

⁵² Nur Ahmad, *Tantangan Dakwah Di Era Teknologi dan Informasi (Formulasi Krarakteristik, Popularitas dan Materi di Jalan Dakwah)*, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, Vol.1, No.1, Tahun 2013, Hlm.32.

dalam membicarakan tentang kampung akhirat untuk melepaskan orang-orang yang karam dalam gelombang dunia.

- 2) Nasaraddin Lathief mendefinisikan bahwa da'i itu ialah Muslim dan Muslimat yang menjadikan dakwah sebagai suatu amaliah pokok bagi tugas ulama. Ahli dakwah ialah wa'ad, mubaligh mustamain (juru penerang) yang menyeru mengajak dan memberi pengajaran dan pelajaran agama Islam.
- 3) M. Natsir, pembawa dakwah merupakan orang yang memperingatkan atau memanggil supaya memilih, yaitu memilih jalan yang membawa pada keuntungan.⁵³

Dalam kegiatan dakwah peranan da'i sangatlah esensial, sebab tanpa da'i ajaran Islam hanyalah ideologi yang tidak terwujud dalam kehidupan masyarakat. "Biar bagaimanapun baiknya ideologi Islam yang harus disebar di masyarakat, ia akan tetap sebagai ide, ia akan tetap sebagai citacita yang tidak terwujud jika tidak ada manusia yang menyebarkannya."⁵⁴

b. Mad'u (Obyek dakwah)

Unsur dakwah yang kedua adalah mau, yaitu manusia yang menjadi sasaran dakwah atau manusia penerima dakwah, baik sebagai individu maupun sebagai kelompok, baik manusia yang beragama Islam maupun tidak; atau dengan kata lain manusia secara keseluruhan. Sesuai dengan firman Allah QS. Saba': 28

وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا كَآفَّةً لِّلنَّاسِ بَشِيرًا وَنَذِيرًا وَلَكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ

Artinya: "Dan Kami tidak mengutus kamu, melainkan kepada umat manusia seluruhnya sebagai pembawa berita gembira dan sebagai pemberi peringatan, tetapi kebanyakan manusia tiada mengetahu".

⁵³ Aminudin, *Konsep Dasar Dakwah*, Jurnal Al-Munzir, Vol.9, No.1, Tahun 2016, Hlm.36.

⁵⁴ Aminudin, *Konsep Dasar Dakwah*, Jurnal Al-Munzir, Vol.9, No.1, Tahun 2016, Hlm.37.

Mad'u (mitra dakwah) terdiri dari berbagai macam golongan manusia. Oleh karena itu, menggolongkan mad'u sama dengan menggolongkan manusia itu sendiri, profesi, ekonomi, dan seterusnya. Penggolongan mad'u tersebut antara lain sebagai berikut:

- 1) Dari segi sosiologis, masyarakat terasing, pedesaan, perkotaan, kota kecil, serta masyarakat di daerah marjinal dari kota besar.
- 2) Dari struktur kelembagaan, ada golongan priyayi, abangan dan santri, terutama pada masyarakat Jawa.
- 3) Dari segi tingkatan usia, ada golongan anak-anak, remaja, dan golongan orang tua.
- 4) Dari segi profesi, ada golongan petani, pedagang seniman, buruh, pegawai negeri.
- 5) Dari segi tingkatan sosial ekonomis, ada golongan kaya, menengah, dan miskin.
- 6) Dari segi jenis kelamin, ada golongan pria dan wanita.
- 7) Dari segi khusus ada masyarakat tunasusila, tunawisma, tunakarya, narapidana, dan sebagainya.⁵⁵

c. Wasilah (media dakwah)

Wasilah (media) dakwah, yaitu alat yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran Islam) kepada mad'u. Untuk menyampaikan ajaran Islam kepada umat, dakwah dapat menggunakan berbagai wasilah. Hamzah Ya'qub membagi wasilah dakwah menjadi lima macam, yaitu lisan, tulisan, lukisan, audio visual, dan akhlak:

- 1) Lisan, inilah wasilah dakwah yang paling sederhana yang menggunakan lidah dan suara, dakwah dengan wasilah ini dapat berbentuk pidato, ceramah, kuliah, bimbingan, penyuluhan, dan sebagainya.

⁵⁵ Aminudin, *Konsep Dasar Dakwah*, Jurnal Al-Munzir, Vol.9, No.1, Tahun 2016, Hlm.38.

- 2) Tulisan, buku majalah, surat kabar, surat menyurat (korespondensi) spanduk, flash-card, dan sebagainya.
- 3) .Lukisan, gambar, karikatur, dan sebagainya.
- 4) Audio visual, yaitu alat dakwah yang merangsang indra pendengaran atau penglihatan dan kedua-duanya, televisi, film, slide, ohap, internet, dan sebagainya.
- 5) Akhlak, yaitu perbuatan-perbuatan nyata yang mencerminkan ajaran Islam dapat dinikmati serta didengarkan oleh mad'u.

Media (terutama media massa) telah meningkatkan intensitas, kecepatan, dan jangkauan komunikasi dilakukan umat manusia begitu luas sebelum adanya media massa seperti pers, radio, televisi, internet dan sebagainya. Bahkan dapat dikatakan alat-alat tersebut telah melekat tak terpisahkan dengan kehidupan manusia di abad ini.

Dari segi pesan penyampaian dakwah dibagi tiga golongan yaitu:

- 1) *The Spoken Words* (yang berbentuk ucapan) Yang termasuk kategori ini ialah alat yang dapat mengeluarkan bunyi. Karena hanya dapat ditangkap oleh telinga; disebut juga dengan the audial media yang biasa dipergunakan sehari-hari seperti telepon, radio, dan sejenisnya termasuk dalam bentuk ini.
- 2) *The Printed Writing* (yang berbentuk tulisan) Yang termasuk di dalamnya adalah barang-barang tercetak, gambargambar tercetak, lukisan-lukisan, buku, surat kabar, majalah, brosur, pamplet, dan sebagainya.
- 3) *The Audio Visual* (yang berbentuk gambar hidup); Yaitu merupakan penggabungan dari golongan di atas, yang termasuk ini adalah film, televisi, video, dan sebagainya. Pembahasan media dakwah ini akan dibahas dalam bab tersendiri.⁵⁶

d. Thariqah (metode)

⁵⁶ Aminudin, *Konsep Dasar Dakwah*, Jurnal Al-Munzir, Vol.9, No.1, Tahun 2016, Hlm.40.

Hal yang sangat erat kaitannya dengan metode wasilah adalah metode dakwah thariqah (metode) dakwah. Kalau wasilah adalah alat-alat yang dipakai untuk mengoperkan atau menyampaikan ajaran Islam maka thariqah adalah metode yang digunakan dalam dakwah. Ketika membahas tentang metode dakwah pada umumnya merujuk pada surah an-Nahl (QS. An-Nahl/16:125). Berdasarkan kandungan ayat tersebut, maka setidaknya terdapat tiga metode dakwah di dalamnya, yaitu hikmah, *mau'izah al-hasanah* dan *mujadalah billati hiya ahsan*. Berikut ulasannya:

- 1) Hikmah Yaitu keterangan yang jitu dan tepat yang dapat meyakinkan dan menghilangkan keraguan, dengan memasukkan roh tauhid dengan akidah iman, dalil-dalil dan keterangan-keterangan yang jelas sehingga meyakinkan akal.
 - 2) Nasihat Yang Baik (Mauizah Hasanah) Yaitu uraian–uraian yang memberi petunjuk dan nasihat yang dapat menyadarkan dan membuka pintu hati untuk mentaati semua petunjuk Islam.
 - 3) Berdialog Dengan Cara Yang Baik Yaitu memberi hujah atau bukti-bukti yang dapat menolak bantahan dan pendapat orang lain. Metode mujadalah hasanah adalah metode yang dibolehkan oleh al-Quran, yaitu dengan pendakwah memberi penjelasan kepada pihak lain dengan menggunakan prinsip-prinsip dan kesimpulan logik agar mereka dapat merenungkannya, menerima kebenaran atau tidak menentang seruan dakwah lagi.⁵⁷
- e. Atsar (efek dakwah)

Atsar (efek) sering disebut dengan feed back (umpan balik) dari proses dakwah ini sering kali dilupakan atau tidak banyak menjadi perhatian para da'i. Kebanyakan mereka menganggap bahwa setelah dakwah disampaikan maka selesailah dakwah. Padahal, atsar

⁵⁷ Aminudin, *Konsep Dasar Dakwah*, Jurnal Al-Munzir, Vol.9, No.1, Tahun 2016, Hlm.40-42.

sangat besar artinya dalam penentuan langkah-langkah dakwah berikutnya. Tanpa menganalisis atsar dakwah maka kemungkinan kesalahan strategi yang sangat merugikan pencapaian tujuan dakwah akan terulang kembali. Sebaliknya, dengan menganalisis atsar dakwah secara cermat dan tepat maka kesalahan strategis dakwah akan segera diketahui untuk diadakan penyempurnaan pada langkahlangkah berikutnya (corrective action) demikian juga strategi dakwah termasuk dalam penentuan unsur-unsur dakwah yang dianggap baik dapat ditingkatkan.⁵⁸

5. Tujuan dan Fungsi Dakwah

Merumuskan tujuan dakwah bermanfaat untuk mengetahui arah yang ingin dicapai dalam melaksanakan aktifitas dakwah. Tanpa tujuan yang jelas, aktifitas dakwah menjadi kurang terarah, sulit untuk diketahuikeberhasilannya, dan bisa jadi akan menyimpang dari target dan sasaran yang ingin dicapai. Untuk itulah, setiap da'I Ketika mau mwelaksanakan dakwah hendaknya membuat tujuan dakwah yang jelas dan terperinci.

Secara umum tujuan dakwah adalah mengajak umat manusia kepada jalan yang benar dan di ridhai Allah agar dapat hidup Bahagia dan sejahtera di dunia maupun akhirat. Tujuan umum tersebut perlu ditindaklanjuti dengan tujuan-tujuan yang lebih khusus baik pada level individu, kelompok maupun pada level masyarakat.

Pada level individu tujuan dakwah adalah:

- a. Mengubah paradigma berpikiran seseorang tentang arti penting dan tujuan hidup yang sesungguhnya. Tindakan seseorang dalam kehidupan sehari-hari banyak dipengaruhi oleh paradigma berpikirnya. Jika Tindakan mencaci orang lain, sebenarnya dalam benak orang yang mencaci itu tersimpan pikiran-pikiran yang tidak baik pada orang yang dicacinya. Untuk memperbaiki Tindakan

⁵⁸ Aminudin, *Konsep Dasar Dakwah*, Jurnal Al-Munzir, Vol.9, No.1, Tahun 2016, Hlm.42-43.

tersebut diperlukan adanya perubahan paradigma berpikir agar ia tidak berperilaku mencaci orang lain.

- b. Menginternalisasikan ajaran islam dalam kehidupan seorang muslim sehingga menjadi kekuatan batin yang dapat menggerakkan seseorang dalam melaksanakan ajaran islam. Ajaran islam tidak hanya sekedar wacana yang diperdebatkan, melainkan perlu diinternalisasikan dalam diri seorang pemeluk agama. Jika islam mengajarkan pemeluk agama untuk membantu sesama manusia, maka seorang muslim paling tidak di dalam dirinya muncul sikap simpati dan empati. Sikap itulah yang menjadi cikal bakal untuk melakukan Tindakan praxis dan membantu orang lain.
- c. Wujud dari internalisasi ajaran Islam, seorang muslim memiliki kemauan untuk mengaplikasikan ajaran islam dalam kehidupan sehari-hari. Selain melakukan ibadah-ibadah yang bersifat ritual, umat Islam juga perlu melakukan ibadah-ibadah sosial sebagai wujud dari keimanan atau keyakinannya kepada Allah Swt.

Sementara pada level kelompok dan masyarakat, selain tujuan individu di atas, perlu ada penguatan pada tujuan dakwah secara khusus, yaitu:

- a. Meningkatkan persaudaraan dan persatuan di kalangan muslim dan non-muslim. Perbedaan di kalangan masyarakat merupakan sunnatullah yang tidak bisa dibantah.
- b. Peningkatan hubungan yang harmonis dan saling menghargai antar sesama kelompok atau masyarakat. Wujud dari menjaga persatuan adalah lahirnya kehidupan yang harmonis dan saling menghargai di masyarakat. Hal ini dapat dilakukan manakala setiap individu menyadari sepenuhnya bagaimana dia mengekspresikan kebebasan yang dimilikinya.
- c. Penguatan struktur sosial dan kelembagaan yang berbasiskan pada nilai-nilai islam. Struktur sosial dan kelembagaan terbentuk karena pilihan manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya dan adanya

interaksi antara sesama yang melahirkan pola perilaku. karena itu adanya struktur sosial dan kelembagaan di masyarakat merupakan sebuah keniscayaan.

- d. Membangun kepedulian dan tanggung jawab sosial dalam membangun kesejahteraan umat manusia. Dalam ajaran islam memperoleh kesejahteraan hidup menjadi hak setiap orang. Islam menganjurkan umatnya menjadi umat yang kuat dalam hal fisik, intelektual, kekayaan dan moralitas.

Selain memahami tujuan dakwah, selanjutnya kita perlu memahami fungsi dakwah agar dakwah dapat dijalankan sesuai dengan petunjuk Allah dan mencontoh praktik dakwah yang dilakukan oleh Rasulullah sebagai teladan dalam menjalankan ajaran Islam. Adapun fungsi dakwah dalam system Islam adalah sebagai berikut:

- a. Mengesakan Tuhan Pencipta Alam Semesta.

Fungsi utama dari dakwah Islam adalah memberikan penjelasan dan pemahaman kepada umat Islam agar menyembah kepada Allah Swt. dan menolak berbagai ideologi, paham dan keyakinan hidup yang lainnya. Penjelasan dan pemahaman yang komprehensif tentang Tuhan bersumber dari kitab suci yang diturunkan kepada para Nabi. Melalui ayat-ayat yang terdapat dalam kitab suci, Tuhan memperkenalkan dirinya dan sekaligus mengajarkan bagaimana manusia dapat berbakti dan menyembah Tuhan.

- b. Mengubah Perilaku Manusia

Fungsi kedua dari dakwah Islam adalah mengubah perilaku manusia dari perilaku jahiliyah menuju perilaku yang Islami. Salah satu bagian dari ayat pertama yang diturunkan kepada Nabi Muhammad, selain menganjurkan untuk melaksanakan dakwah (peringatan), juga mengajarkan supaya umatnya berperilaku yang baik. Secara fitrah, manusia memiliki potensi mengenal Tuhan dan beriman kepada Allah serta lahir dalam kondisi yang suci. Perubahan

perilaku manusia yang jauh dari Tuhan dan memiliki perilaku yang tidak sesuai dengan nilai-nilai Islam banyak dipengaruhi oleh lingkungan sekitarnya.

Untuk mengembalikan perilaku manusia agar kembali kepada fitrahnya yang beriman kepada Allah dan berperilaku baik, maka dakwah Islam perlu disampaikan kepada umat manusia.

c. Membangun Peradaban Manusia yang Sesuai dengan Ajaran Islam.

Sasaran dakwah tidak hanya ditujukan pada individu saja, melainkan juga pada masyarakat. Menurut Gazalba, masyarakat terwujud karena adanya hubungan rohaniah yang disalurkan oleh bahasa. Dengan bahasa seorang pribadi menyampaikan pikiran, perasaan, pengalaman dan juga keinginannya kepada pribadi lain dalam masyarakatnya, yang kemudian menimbulkan ide-ide yang membentuk kebudayaan. Di dalam kebudayaan terkandung cita-cita yang akan diwujudkan oleh masyarakat. Cita-cita itulah yang akan mengangkat peradaban manusia. Jika ingin peradaban manusia maju dan sesuai dengan nilai-nilai Islam, maka dakwah perlu mengisi kebudayaan yang ada pada masyarakat tersebut.

d. Menegakkan Kebaikan dan Mencegah Kemunkaran.

Untuk tegaknya sistem sosial yang ada di masyarakat, maka fungsi dakwah yang berikutnya adalah menegakkan kebaikan dan mencegah kemunkaran. Dalam pergaulan sosial tidak bisa dinafikan adanya gesekan, benturan dan konflik antarsesama. Karena masing-masing anggota masyarakat memiliki pola pikir dan sikap yang berbeda-beda. Apalagi berbuat jahat atau berbuat baik merupakan potensi yang melekat pada setiap individu.

Dalam proses penegakan amar ma'ruf nahi munkar (mengajak kebaikan dan mencegah kemunkaran) perlu diperhatikan rambu-rambu yang diajarkan oleh Islam yaitu dilakukan secara evolutif dan penuh kesabaran, dilakukan secara lemah lembut, memiliki dasar keilmuan yang kuat, memerhatikan situasi dan

kondisi, serta memerhatikan tujuan yang akan dicapai. Selain itu, perlu juga diperhatikan prinsip-prinsip dakwah yang telah diajarkan oleh Al-Qur'an dan dicontohkan praktiknya oleh Rasulullah Muhammad Saw.

C. Desain Grafis

1. Pengertian Desain Grafis

Desain grafis berasal dari dua kata, yaitu kata desain dan grafis. Desain adalah suatu metode perancang estetika. Metode perancangan ini didasarkan pada kreatifitas. Sedangkan grafis memiliki arti ilmu dari sebuah perancang titik, maupun garis, maka hal itu akan membentuk sebuah gambar, yang bisa memberikan informasi serta berhubungan dengan proses percetakan.

Maka bisa ditarik kesimpulan bahwa desain grafis adalah ilmu yang mengandalkan sebuah kreatifitas dalam menciptakan suatu rancangan yang berbentuk gambar.⁵⁹ Desain grafis atau rancang grafis adalah proses komunikasi menggunakan elemen visual, seperti tipografi, fotografi, serta ilustrasi yang dimaksudkan untuk menciptakan persepsi akan suatu pesan yang disampaikan.⁶⁰

Unsur dalam desain grafis sama seperti unsur dasar dalam disiplin desain lainnya. Unsur-unsur tersebut (termasuk shape, bentuk (form), tekstur, garis, ruang, dan warna) membentuk prinsip-prinsip dasar desain visual. Prinsip-prinsip tersebut, seperti keseimbangan (balance), ritme (rhythm), tekanan (emphasis), proporsi (proportion) dan kesatuan (unity), kemudian membentuk aspek struktural komposisi yang lebih luas. Desain adalah proses panjang dalam pekerjaan yang erat kaitannya dengan seni untuk mencapai tujuan tertentu.

⁵⁹ <https://www.gramedia.com/best-seller/desain-grafis/>

⁶⁰ https://id.wikipedia.org/wiki/Desain_grafis

2. Prinsip-prinsip Desain Grafis

Menurut Stephen Mc Elroy, ciri khas yang kreatif adalah dapat menarik perhatian pembaca, tulisan di dalamnya mudah dibaca dan dimengerti, informasi tulisan dilengkapi dengan informasi visual, dapat mengangkat intisari tulisan dan dapat menceritakan suasana setempat.⁶¹

Desain grafis yang berkualitas menyertakan gambar suasana kejadian yang diceritakan oleh teks tulisan, dan hal ini dapat dicapai dengan menerapkan elemen grafis berdasarkan prinsip-prinsip desain.

Dari uraian diatas perlu diperhatikan prinsip-prinsip grafis agar dapat menghasilkan desain grafis yang berperan dalam mengungkapkan isi pesan yang disampaikan serta menarik untuk diperhatikan.

a. Kesatuan (*unity*)

Kesatuan merupakan salah satu prinsip dasar desain grafis untuk memperoleh kerasian. Pada dasarnya proporsi adalah perbandingan matematis dalam sebuah bidang.⁶² Semua hal yang membentuk suatu rancangan harus ada hubungannya satu sama lain dengan seluruh rancangan sehingga memberi kesan menjadi satu (hubungan/ikatan antara unsur-unsur yang satu dengan yang lainnya sebagai suatu bentuk yang tak dapat dipisahkan).⁶³

b. Keseimbangan

Keseimbangan adalah keadaan atau kesamaan antara kekuatan yang saling berhadapan dan menimbulkan adanya kesan seimbang secara visual. Prinsip keseimbangan ada dua yaitu: keseimbangan formal (simetris) dan keseimbangan informal. Keseimbangan formal memberikan kesan sempurna, resmi, kokoh,

⁶¹ Afrizal Zulkarnain, "Penggunaan Desain Grafis pada Majalah Hidayatullah Sebagai Media Dakwah dalam Menarik Minat Baca Mad'u di Bandar Lampung", Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Lampung, 2018, <http://repository.radenintan.ac.id/4445/>, Diakses pada tanggal 9 Juni 2023 jam 21.38 WIB.

⁶² Rochmawati, Irma. "05-prinsip Dalam Desain." (2020). Hlm.4

⁶³ Afrizal Zulkarnain, "Penggunaan Desain Grafis pada Majalah Hidayatullah Sebagai Media Dakwah dalam Menarik Minat Baca Mad'u di Bandar Lampung", Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Lampung, 2018, <http://repository.radenintan.ac.id/4445/>, Diakses pada tanggal 9 Juni 2023 jam 21.38 WIB.

yakin dan bergengsi. Sedangkan keseimbangan informal bermanfaat menghasilkan kesan visual yang dinamis, bebas, lepas, pop, meninggalkan sikap kaku, dan posmodernis.⁶⁴

c. Penekana (aksentuasi)

Penekanan dimaksudkan untuk menarik perhatian pembaca, sehingga ia mau melihat dan membaca bagian desain yang dimaksud. Kalau dalam konteks desain surat kabar ini bisa dilakukan dengan memberikan kotak rase atas sebuah cerita. Penekanan juga dilakukan melalui perulangan ukuran, serta kontras antara tekstur, nada warna, garis, ruang, bentuk atau motif.

d. Irama (repetisi)

Irama merupakan pengulangan unsur-unsur pendukung karya seni. Irama merupakan selisih antara dua wujud yang terletak pada ruang, serupa dengan interval waktu antara dua nada music beruntun yang sama. Desain grafis mementingkan interval ruang atau kekosongan atau jarak antar obyek.⁶⁵

e. Komposisi

Merancang/mendesain pada dasarnya adalah hasil penyusunan pengalaman visual dan emosional dengan memperhatikan 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.⁶⁶

3. Elemen-elemen Desain Grafis

⁶⁴ Vinsensius, Sitepu, *Panduan desain grafis*, (PT. Elex Media 2004), Hlm.28.

⁶⁵ Vinsensius, Sitepu, *Panduan desain grafis*, (PT. Elex Media 2004), Hlm.32.

⁶⁶ Leonardo Adi Dharma Widya, Andreas James Darmawan, *Pengantar Desain Grafis*, (KEMDIKBUD : Direktorat pembinaan kursus dan pelatihan, Ditjen PAUD dan Dikmas, 2016), h. 37.

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 pula. Dalam menghasilkan karya visual desain grafis yang menarik dan bernilai seni, pemahaman terhadap elemen-elemen atau unsur-unsur dasar desain grafis adalah wajib.⁶⁷

Dibutuhkan pemahaman terhadap karakter khusus dari elemen-elemen grafis. Elemen tersebut antara lain:

a. Garis

Garis adalah sebuah komponen desain grafis yang merupakan perapatan dari sekelompok titik yang berurut dan beruntut, baik berdiri sebagai elemen utama maupun bagian dari (aksen) komunikasi.⁶⁸

Garis dalam desain grafis dibagi menjadi empat, yaitu: vertical, horizontal, diagonal, dan kurva. Dalam pekerjaan desain grafis, garis digunakan untuk memisahkan posisi antara elemen grafis lainnya di dalam halaman. Selain itu bisa digunakan sebagai penunjuk bagian-bagian tertentu dengan tujuan sebagai penjelas kepada pembaca.⁶⁹

Garis juga digunakan untuk sebagai berikut :

- 1) Mengatur informasi.
- 2) Penekanan kata.
- 3) Menghubungkan informasi.
- 4) *Outline* foto.
- 5) Membuat kotak.
- 6) Membuat bagan atau grafik.
- 7) Membuat pola atau ritme dengan membuat banyak baris.
- 8) Membuat penekanan langsung ke pembaca (membuat garis diagonal).

⁶⁷ Vinsensius, Sitepu, *Panduan desain grafis*, (PT. Elex Media 2004), Hlm.16.

⁶⁸ https://www.academia.edu/42078355/Elemen_Elemen_Desain_Grafis

⁶⁹ Vinsensius, Sitepu, *Panduan desain grafis*, (PT. Elex Media 2004), Hlm.16.

9) Mensugesti emosi.⁷⁰

b. Bentuk

Bentuk adalah suatu bidang yang memiliki tinggi dan lebar terjadi karena dibatasi oleh sebuah kontur (garis) dan atau dibatasi oleh adanya warna yang berbeda atau oleh gelap terang pada arsiran atau karenanya adanya tekstur.⁷¹

Bentuk berarti wujud atau rupa, yakni segala hal yang memiliki diameter tinggi dan lebar. Berdasarkan sifatnya, ada tiga kategori bentuk, yaitu bentuk huruf, bentuk symbol, dan bentuk nyata, masing-masing direpresentasikan dengan cara berbeda.

- 1) Bentuk huruf (*Huruf/Character*) yang direpresentasikan dalam bentuk visual yang dapat digunakan untuk membentuk tulisan sebagai wakil dari Bahasa verbal dengan bentuk visual langsung seperti; A, B, C, dsb. Huruf merupakan lambing atau gambar bunyi Bahasa berupa goresan visual dan berawal dari goresan garis. Pada dasarnya setiap huruf merupakan guratan garis (*stroke*). Guratan garis tersebut bisa digoreskan sedemikian rupa, tidak hanya lebih menarik tapi juga memperkuat penyampaian pesan. Huruf yang artistik dapat memperkuat pesan dan kesan dengan segala kemungkinan pendekorasi.
- 2) Bentuk (*Simbol*) yang direpresentasikan dalam bentuk visual yang mewakili bentuk benda secara sederhana dan dapat dipahami secara umum sebagai symbol atau lambing untuk menggambarkan sesuatu bentuk benda nyata. Bentuk yang merupakan symbol dari wujud sesuatu benda nyata tapi digambarkan tidak dalam bentuk nyata, tidak secara detail. Misalnya gambar matahari, gambar bintang.
- 3) Bentuk (*Nyata / Form*) bentuk ini betul-betul mencerminkan kondisi fisik dari suatu objek. Bentuk yang menggambarkan

⁷⁰ https://www.academia.edu/42078355/Elemen_Elemen_Desain_Grafis

⁷¹ https://www.academia.edu/42078355/Elemen_Elemen_Desain_Grafis

wujud atau rupa yang sebenarnya dan dapat digambarkan secara detail. Seperti gambar manusia, hewan, tumbuhan, atau benda lainnya.⁷²

Dengan bentuk kita dapat:

- 1) Meyimbolkan ide
- 2) membuat blok teks yang lebih menarik dengan menetapkan teks ke dalam bentuk
- 3) meng-highlight informasi.⁷³

c. Ruang

Ruang adalah jarak antara atau daerah atau sekitar sesuatu. Memisahkan ruang atau unifies, highlight, dan memberikan mata visual istirahat.⁷⁴ Ruang terjadi karena adanya persepsi mengenai kedalaman sehingga terasa jauh dan dekat, tinggi dan rendah, tampak melalui indera penglihatan.⁷⁵

Hasil dari pengembangan bidang yang menjadi ruang ini lebih banyak berperan sebagai elemen utama (berdasarkan tingkat kerumitannya), tetapi tidak menutup kemungkinan pula dapat berdiri sebagai bagian dari komunikasi. Ruang sangat berperan dalam memberikan nuansa 3 dimensi dalam unsur komunikasi visual. Potensi ruang, antara lain sebagai berikut.⁷⁶

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

⁷² Afrizal Zulkarnain, "Penggunaan Desain Grafis pada Majalah Hidayatullah Sebagai Media Dakwah dalam Menarik Minat Baca Mad'u di Bandar Lampung", Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Lampung, 2018, <http://repository.radenintan.ac.id/4445/>, Diakses pada tanggal 9 Juni 2023 jam 21.38 WIB.

⁷³ https://www.academia.edu/42078355/Elemen_Elemen_Desain_Grafis

⁷⁴ https://www.academia.edu/42078355/Elemen_Elemen_Desain_Grafis

⁷⁵ Vinsensius, Sitepu, *Panduan desain grafis*, (PT. Elex Media 2004), Hlm.19.

⁷⁶ Afrizal Zulkarnain, "Penggunaan Desain Grafis pada Majalah Hidayatullah Sebagai Media Dakwah dalam Menarik Minat Baca Mad'u di Bandar Lampung", Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Lampung, 2018, <http://repository.radenintan.ac.id/4445/>, Diakses pada tanggal 10 Juni 2023 jam 12.00 WIB.

- 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.
- d. Tekstur

Tekstur adalah unsur rupa yang menunjukkan rasa permukaan bahan (material) yang sengaja dibuat dan dihadirkan dalam susunan untuk mencapai bentuk rupa, baik dalam bentuk nyata ataupun semu.⁷⁷ Tekstur dapat dibiarkan sebagaimana adanya atau diolah secara khusus menurut kehendak perancangannya. 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 dimensi permukaan sebagai hiasan, atau berukuran besar yang menekankan pada kesan raba pada 3D.⁷⁸

Tekstur menyangkut sifat dan kualitas fisik permukaan suatu benda, seperti kusam, mengkilap, kasar, halus, dapat diaplikasikan dalam desain. berarti, setiap benda memiliki sifat dan kualitas tekstur yang berbeda-beda. Karena itu, dalam penggunaannya dibutuhkan kepewaaian seorang desainer. Dinutuhkan ketrampilan tersendiri untuk menggabungkan bebrbagai macam tekstur pada sebuah karya desain, karena belum ada aturan khusus untuk hal ini.

- e. Warna

⁷⁷ https://www.academia.edu/42078355/Elemen_Elemen_Desain_Grafis

⁷⁸ Leonardo Adi Dharma Widya, Andreas James Darmawan, Pengantar Desain Grafis, (KEMDIKBUD : Direktorat pembinaan kursus dan pelatihan, Ditjen PAUD dan Dikmas, 2016), h. 33.

Warna adalah sensasi yang dihasilkan Ketika suatu energi cahaya mengenai suatu benda yang direfleksikan atau ditransmisikan secara langsung oleh benda tersebut sehingga dapat dilihat oleh mata pengamat.⁷⁹ Demikian pula halnya dengan sebuah karya desain grafis, yang pertama kali terlihat adalah warnanya. Karena itu warna merupakan elemen penting dalam ilustrasi desain grafis. Warna merupakan unsur penting dalam desain grafis karena dapat memberikan dampak psikologis kepada orang yang terlibat. Warna mampu memberikan sugesti yang mendalam pada manusia.

Warna memberikan kesan berupa pesan yang sangat mendalam. Warna merupakan alat untuk mendapatkan perhatian. Tampilan lembaran yang diberi variasi warna akan lebih menarik disbanding hitam-putih, warna juga dapat memeplihatkan kesan tertentu yang dapat menunjukkan apa adanya kesan psikologis tersendiri. Secara psikologis warna memiliki efek terhadap manusia, karena selain menimbulkan sensasi juga menimbulkan rasa senang dan tidak senang.

Karena itulah, dalam karya desain grafis, elemen warna menjadi sangat penting, agar penyampaian pesan lebih mendalam, tampilan lebih menarik dan menimbulkan rasa senang, warna merupakan unsur penting dalam objek desain. karena dengan warna orang bisa menampilkan identitas, menyampiakan pesan atau membedakan sifat dari bentuk visual secara jelas.⁸⁰

D. Media Sosial

1. Pengertian Media Sosial

⁷⁹ <https://mediaindonesia.com/teknologi/524171/pengertian-warna-makna-jenis-dan-skemanya-dalam-desain-grafis>

⁸⁰ Afrizal Zulkarnain, “*Penggunaan Desain Grafis pada Majalah Hidayatullah Sebagai Media Dakwah dalam Menarik Minat Baca Mad’u di Bandar Lampung*”, Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Lampung, 2018, <http://repository.radenintan.ac.id/4445/>, Diakses pada tanggal 10 Juni 2023 jam 12.00 WIB.

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual.⁸¹ Menurut Hendri, dkk, bahwa pengertian media sosial adalah situs jaringan sosial misalnya lawanan berbasis web yang memungkinkan bagi setiap individu untuk membangun profil public ataupun semi public dalam system terbatas, daftar pengguna lain dengan siapa mereka terhubung, dan melihat dan menjelajahi daftar koneksi mereka yang dibuat oleh orang lain dengan suatu system.⁸²

2. Jenis Media Sosial

Dalam buku yang berjudul Media Sosial (Nasrullah, 2015:39) ada enam kategori besar media sosial.⁸³

a. *Social Networking*

Social networking merupakan sarana yang dapat digunakan untuk melakukan interaksi, termasuk efek yang dihasilkan dari interaksi tersebut di dunia virtual. Karakter utama dari jejaring sosial yaitu penggunanya membentuk jaringan pertemanan baru. Dalam banyaknya kasus, terbentuknya jaringan pertemanan baru ini berdasarkan ketertarikan dengan hal yang sama, seperti kesamaan haobi. Contoh dari jaringan sosial adalah Facebook dan Instagram.

b. Blog

Blog adalah media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk mengunggah kegiatan sehari-hari, memberikan komentar dan berbagai dengan pengguna lain, seperti berbagi tautan web, informasi, dan sebagainya.

c. *Microblogging*

⁸¹Anang Sugeng Cahyono, *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Indonesia*, Jurnal Publiciana, 2016. hal. 14

⁸² A.W. Purbohastuti, *Efektifitas Media Sosial sebagai Media Promosi*, Jurnal Tirtayasa Ekonomika, Vol2, No.2, Tahun 2017, Hlm.215.

⁸³ Puspitarini, Dinda Sekar, and Reni Nuraeni, *Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Promosi*, Jurnal Comon, Vol. 3, No.1, Tahun 2019, Hlm.73-74.

Microblogging adalah jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk menulis dan mengunggah kegiatan serta pendapatnya. Secara historis, kehadiran jenis media sosial ini merujuk pada munculnya Twitter yang hanya menyediakan ruang tertentu yaitu maksimal 140 karakter.

d. *Media sharing*

Media sosial ini memungkinkan penggunaannya untuk berbagi dan menyimpan media, seperti dokumen, video, audio, gambar secara *online*. Contoh dari media sosial ini yaitu *Youtube, Flickr, Photo bucket* atau *Snapfish*.

e. *Social Bookmarking*

Penanda sosial yaitu media sosial yang bekerja untuk mengorganisasi, menyimpan, mengelola, dan juga mencari suatu informasi atau berita secara online. Situs social bookmarking yang populer yaitu *Delicious.com, StumbleUpon.com, Digg.com, Reddit.com*, di Indonesia sendiri yaitu *LintasMe*.

f. *Wiki*

Wiki atau media konten Bersama merupakan sebuah situs di mana kontennya merupakan hasil dari kolaborasi para pengguna. Setiap pengguna web dapat mengubah atau menyunting sebuah konten yang sudah dipublikasi.

Media sosial yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Instagram. Instagram termasuk ke dalam jenis media sosial kategori social networking.

3. Karakteristik Media Sosial

Media social memiliki ciri-ciri yang tidak lepas dari berbagai ciri-ciri dari media social yang banyak digunakan hingga saat ini, berikut beberapa karakteristik yang terdapat pada media sosial.⁸⁴

⁸⁴ A.W. Purbohastuti, *Efektifitas Media Sosial sebagai Media Promosi*, Jurnal Tirtayasa Ekonomika, Vol2, No.2, Tahun 2017, Hlm.216.

- a. Partisipasi. Mendorong kontribusi dan umpan balik dari setiap orang yang tertarik atau berminat menggunakannya, hingga dapat mengaburkan batas antara media dan audience.
- b. Keterbukaan. Kebanyakan dari media sosial yang terbuka bagi umpan balik dan juga partisipasi melalui sarana-sarana voting, berbagi. Dan juga komentar. Terkadang Batasan untuk mengakses dan juga memanfaatkan isi pesan (perlindungan password terhadap isi cenderung dianggap aneh).
- c. Perbincangan. Selain itu, kemungkinan dengan terjadinya perbincangan ataupun pengguna secara dua arah.
- d. Keterhubungan. Mayoritas dari media social tumbuh dengan subur lantaran terjadi suatu kemampuan yang dapat melayani keterhubungan antar pengguna, melalui suatu fasilitas tautan ke website, sumber informasi dan penggun-pengguna lainnya.

4. Media Sosial Instagram

a. Pengertian Instagram

Instagram berasal dari kata “instan” atau “insta “, seperti kamera polaroid yang lebih dikenal dengan “foto instan”. Sedangkan untuk kata “gram” berasal dari kata “telegram”, di mana cara kerja telegram adalah untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Begitu pula dengan instagram yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itulah instagram berasal dari kata “insta-telegram”.⁸⁵

Dari definisi singkat tersebut, secara umum Instagram dapat diartikan sebagai aplikasi yang dapat difungsikan sebagai media berbagi foto dan video dalam sebuah jejaring sosial, memungkinkan

⁸⁵ A Dewi, and Untari, Dewi Endah Fajariana, *Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram*, Jurnal Sekertaris dan Manajemen, Vol.2, No.2, Tahun 2018, Hlm.274.

pengguna untuk mengambil foto dan video, dan menambahkan filter untuk menambah kesan menarik pada foto.⁸⁶

Menurut Bambang, Instagram adalah sebuah aplikasi dari Smartphone yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi hampir sama dengan twitter, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunanya. Instagram juga dapat memberikan inspirasi bagi penggunanya dan juga dapat meningkatkan kreatifitas, karena Instagram mempunyai fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih indah, lebih artistik dan menjadi lebih bagus.⁸⁷

b. Sejarah Instagram

Pada awalnya sebuah *startup* Bernama Burbn yang didirikan oleh Kevin Systrom dan Mike Kriger pada 6 Oktober 2010, yang menandai lahirnya aplikasi *photo sharing* revolusioner Instagram. Di startup yang didirikan yaitu perusahaan Burb inc tersebut Kevin dan Mike bekerja keras untuk mewujudkan layanan jejaring sosial berbasis fotografi sesuai impiannya.

Burb inc. merupakan teknologi yang berfokus pada pengembangan aplikasi untuk telepon genggam berbasis *HTML5* yang digunakan untuk *icheck in* lokasi, mendapatkan poin untuk *hangout* dengan teman, *posting* foto, dan *update* status. Karena burn inc, memiliki focus yang terlalu banyak di dalam *HTML5 Mobile*, Kevin dan Mike kemudian hanya memfokuskan pada satu hal saja yaitu membuat sebuah versi *prototipe* pertama dari Burbn, yang berfokus pada foto saja. Versi burbn yang sudah final adalah aplikasi yang dapat digunakan di dalam Iphone, yang di mana isinya terlalu banyak fitur-fitur. Sulit bagi Kevin dan Mike untuk mengurangi fitur-fitur yang ada dan mengulang lagi dari awal,

⁸⁶ <https://dianisa.com/pengertian-instagram/>

⁸⁷ A Dewi, and Untari, Dewi Endah Fajariana, *Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram*, Jurnal Sekertaris dan Manajemen, Vol.2, No.2, Tahun 2018, Hlm.274.

namun Kevin dan Mike hanya mefokuskan pada bagian foto, komentar dan juga kemampuan untuk menyukai sebuah foto, itulah yang akhirnya yang menjadi awal mula munculnya media social instagram. Ternyata *trend* pengguna Burbn lebih banyak memanfaatkan fitur foto sharing dibandingkan fitur lainnya. Akhirnya yang tersisa adalah *prototipe* aplikasi photo sharing.⁸⁸

Dimulai dengan satu juta pengguna bulanan, aplikasi berbagi foto dengan 100 juta foto yang diunggah pada awal bulan di tahun 2011 dan 10 juta pengguna pada bulan September di tahun yang sama. Pada bulan April 2012, perusahaan mengumumkan partisipasi 30 juta pengguna. Pada bulan yang sama, Facebook mencatat pertumbuhan Instagram dan membeli aplikasi sebesar US\$ 1 miliar, akuisisi terbesar ketiga sampai saat ini. Dari awal, pengguna Instagram meroket. Ini mencapai 80 juta pengguna bulanan setelah akuisisi dan hampir dua kali lipat bahwa untuk 150 juta pengguna bulanan pada akhir 2013. Sebelum Facebook, Twitter juga sempat menyatakan minatnya untuk membeli Isntagram pada tahun 2011.

Pada tanggal 3 April 2012, Instagram merilis versi aplikasinya untuk ponsel Android, dan diunduh lebih dari satu juta kali dalam waktu kurang dari satu hari. Aplikasi Android ini telah menerima dua pembaruan yang signifikan: pertama, pada bulan Maret 2014, yang memangkas ukuran file aplikasi menjadi setengahnya dan menambahkan peningkatan kinerja, Kemudian, Facebook mulai menggabungkan “kealamian iklan” dalam aplikasi pada Oktober 2013. “Karena pengguna tidak dimanfaatkan untuk menjaring iklan, Facebook memutuskan untuk memulai dengan hanya segelintir foto dan video yang menarik. Dan pada akhir 2013

⁸⁸ Sidiq, Anwar, “Pemanfaatan Instagram sebagai Media Dakwah (Study Akun @fuadbakh)”, Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Lampung, 2017, <http://repository.radenintan.ac.id/2201/>, Diakses pada tanggal 10 Juni 2023 jam 14.34 WIB.

Instagram juga menambahkan layanan obrolan pribadi bagi pengikut untuk mengirim foto dan video pribadi satu sama lain. Tidak sampai disitu, Instagram juga meluncurkan sebuah fitur yang terinspirasi dari fitur snapchat bernama Instagram Stories pada tahun yang sama.

Kemudian pada bulan April 2017, untuk menambahkan mode offline yang memungkinkan pengguna untuk melihat dan berinteraksi dengan konten tanpa koneksi Internet. Pada saat pengumuman, dilaporkan bahwa 80% dari 600 juta pengguna Instagram berada di luar Amerika Serikat, dan meskipun fungsionalitas yang disebutkan di atas sudah tersedia pada saat pengumuman, Instagram juga mengumumkan niatnya untuk menyediakan lebih banyak fitur yang tersedia secara offline, dan bahwa mereka "menjajaki versi iOS".

Pada tanggal 9 April 2012, Facebook, Inc (sekarang Meta Platforms) membeli Instagram dengan nilai \$1 miliar dalam bentuk tunai dan saham, dengan rencana untuk mempertahankan perusahaan agar tetap dikelola secara independen. Office of Fair Trading Britania Raya menyetujui kesepakatan tersebut pada tanggal 14 Agustus 2012, dan pada tanggal 22 Agustus 2012, Komisi Perdagangan Federal di Amerika Serikat menutup investigasinya, sehingga memungkinkan kesepakatan tersebut untuk dilanjutkan. Pada tanggal 6 September 2012, kesepakatan antara Instagram dan Facebook secara resmi ditutup dengan harga pembelian sebesar \$300 juta dalam bentuk tunai dan 23 juta lembar saham.⁸⁹

E. Semiotika Roland Barthes

1. Pengertian Semiotika

Semiotika berasal dari bahasa Yunani "Semeion", yang berarti tanda. Semiotika adalah ilmu yang mempelajari tanda (sign). Dalam pandangan Zoest, segala sesuatu yang dapat diamati atau dibuat teramati

⁸⁹ <https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>

dapat disebut tanda. Dan tanda tidak terbatas pada benda. Secara terminologis, semiotik dapat didefinisikan sebagai ilmu yang mempelajari sederetan luas objek-objek, peristiwa-peristiwa seluruh kebudayaan sebagai tanda. Semiotik menjadi salah satu kajian yang bahkan menjadi tradisi dalam teori komunikasi. Tradisi semiotik terdiri atas sekumpulan teori tentang bagaimana tanda-tanda merepresentasikan benda, ide, keadaan, situasi, perasaan dan kondisi di luar tanda-tanda itu sendiri. Menurut Littlejohn, dalam bukunya Teori Komunikasi *Theories of Human Communication* edisi 9, Semiotik bertujuan untuk mengetahui makna-makna yang terkandung dalam sebuah tanda atau menafsirkan makna tersebut sehingga diketahui bagaimana komunikator mengkonstruksi pesan.⁹⁰

Kata semiotika disamping kata semiologi sampai saat ini masih sering dipakai. Selain istilah semiotika dalam sejarah linguistic ada pula digunakan istilah lain seperti semasiologi, sememik, dan semik untuk merujuk pada bidang studi yang mempelajari makna atau arti dari suatu tanda atau lambing. Baik semiotika maupun semiologi, keduanya kurang lebih dapat saling menggantikan karena sama-sama digunakan untuk mengacu kepada ilmu tentang tanda.⁹¹

Bagi Barthes komponen-komponen tanda penanda-petanda terdapat juga pada tanda-tanda bukan Bahasa antara lain terdapat pada bentuk mite yakni keseluruhan system citra dan kepercayaan yang dibentuk masyarakat untuk mempertahankan dan menonjolkan identitasnya.⁹² Pada akhirnya Barthes menganggap kehidupan sosial sendiri merupakan suatu bentuk dari signifikasi. Dengan kata lain, kehidupan sosial apapun bentuknya, merupakan suatu system tanda tersendiri pula.⁹³

⁹⁰ <https://fisip.umsu.ac.id/2021/06/09/apa-itu-semiotika/>

⁹¹ Aminudin, *Kajian Semiotika dalam Film*, Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol.1, No.1, Tahun 2011, Hlm.128-129.

⁹² Ni Wayan Sartini, *Tinjaun Teoritik tentang Semiotik*, Jurnal (Universitas Airlangga,)

⁹³ Aminudin, *Kajian Semiotika dalam Film*, Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol.1, No.1, Tahun 2011, Hlm.130.

2. Latar Belakang Roland Barthes

Rolan Barthes lahir pada 12 November 1915, di Cherbourg. Ayahnya meninggal sebelum ulang tahun pertamanya, dan dia dibesarkan oleh ibu dan kakek- nenek dari pihak ayah di pesisir Bayonne. Kemajuan normal ke gelar universitas terhalang oleh timbulnya tuberculosis. Selama sepuluh tahun pulih dan keluar dari sanatorium.⁹⁴ Pada tahun 1948, ia kembali ke pekerjaan akademis murni, ditawarkan sejumlah pekerjaan jangka pendek di lembaga-lembaga di Rumania, Mesir dan Prancis. Selama waktu ini, ia menulis karya pertamanya untuk publikasi Paris, 'Combat', yang menjadi dasar untuk karya panjang pertamanya.

Pada tahun 1952, ia belajar leksikologi dan sosiologi dan menetap di 'Centre National de la Recherche Scientifique'. Karya panjang pertamanya, 'Menulis Gelar Nol' diterbitkan pada tahun berikutnya. Selama tujuh tahun masa jabatannya di institut itu, ia mulai menulis sejumlah esai untuk majalah *Les Lettres Nouvelles*, di mana ia membatalakan mitos budaya populer. Esainya kemudian disusun dalam sebuah novel yang berjudul '*Mythologies*', pada tahun 1957.

Pada tahun 1960-an, ia menghabiskan Sebagian besar waktunya mempelajari semiology dan strukturalisme, serta memimpin sejumlah posisi fakultas di eropa. Pandangannya menyebabkan agresif dengan Raymond Picard, seorang professor sastra, yang membenci pandangan Barthes. Dia Kembali dengan membawa pesan dalam bukunya, '*Criticism and Truth*', yang diterbitkan pada tahun 1966.⁹⁵

Pada paruh kedua 1960-an, ia berkeliling dunia dan juga menulis salah satu karyanya yang paling terkenal saat ini, esai berjudul 'Kematian Penulis', pada tahun 1967. Selama periode ini, ia terus menyumbangkan esai ke majalah sastra modern, '*Tel Quel*' dan juga mulai mengembangkan ide-ide teoretis. Salah satu karyanya yang paling

⁹⁴ <https://feelsafat.com/2022/01/roland-barthes-biografi-dan-pemikiran-filsafatnya.html>

⁹⁵ <https://id.celeb-true.com/roland-barthes-french-literary-theorist-critic-semiotician-this>

fenomenal berjudul 'S / Z' diterbitkan pada tahun 1970. Tahun berikutnya, ia menjabat sebagai fakultas tamu untuk Universitas Jenewa.

Pada tahun 1975, ia menulis otobiografi berjudul *'Roland Barthes'* dan dua tahun kemudian, ia mengetuai *'Semiologie Litteraire'* di *College de France*. Pada tahun yang sama, ibunya meninggal dunia - ini merupakan pukulan berat bagi kehidupan dan pekerjaan ahli teori. Dua tahun kemudian, ia menerbitkan *'Wacana Kekasih'*.

'Writing Degree Zero' adalah buku pertamanya, pertama kali diterbitkan pada tahun 1953. Sebagian besar dianggap sebagai salah satu karya magnumnya, buku ini menyusun sejumlah esai pendek dan juga mengajarkan para pembaca tentang perbedaan antara bahasa dan tulisan. Versi aslinya ditulis dalam bahasa Prancis dan diterjemahkan ke dalam bahasa Inggris pada tahun 1967 oleh Jonathan Cape. Itu juga telah peringkat di no. 63 posisi dalam daftar '100 Buku Abad Ini' *Le Monde*. 'S / Z' yang diterbitkan pada tahun 1970 adalah salah satu karyanya yang paling penting dan menawarkan analisis strukturalis 'Sarrasine'. Buku ini diyakini memiliki dampak besar dalam kritik sastra dan dianggap sebagai mahakarya yang membantu mengembangkan ideologi strukturalisme dan post-strukturalisme.⁹⁶

3. Analisis Teori Semiotika Roland Barthes

Barthes kemudian mengembangkan pendekatan semiotika Saussure dan menyatakan pendapatnya bahwa semiotika atau semiologi biasanya mengkaji tentang bagaimana manusia memberikan makna pada suatu hal. Sedangkan bahasa diartikan sebagai suatu sistem tanda yang terbentuk akibat adanya berbagai asumsi dari masyarakat di waktu tertentu.⁹⁷

⁹⁶ <https://id.celeb-true.com/roland-barthes-french-literary-theorist-critic-semiotician-this>

⁹⁷ Galuh Ajeng, Angraini, "Ibu sebagai Pelestari Maskulinitas dalam Film dan Serial Animasi (Analisis Semiotika Roland Barthes pada Film Animasi *Battle Of Surabaya* dan Serial Animasi *Nussa dan Rara*)", Skripsi, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, 2021, <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/38438/>, Diakses pada tanggal 23 Mei 2023 jam 13.26 WIB.

Dalam bukunya yang terkenal, yang oleh Barthes pantas disebut sebuah buku dengan judul cukup aneh, buku ini merupakan contoh bagus tentang cara kerja Barthes. Di sini ia 33 menganalisis sebuah novel kecil yang relative kurang dikenal, berjudul *Sarrasine*, ditulis oleh sastrawan Prancis abad ke-19, Honore de Balzac. Dalam penelitian John Lechte, buku ini ditulis Barthes sebagai upaya untuk mengeksplisitkan kode-kode narasi yang berlaku dalam suatu naskah realis. Barthes berpendapat bahwa *Sarrasine*, ini terangkai dalam kode rasionalisasi, suatu proses yang mirip dengan yang terlihat dalam retorika tentang tanda mode.⁹⁸ Lima kode yang ditinjau Barthes antara lain:

- a. Kode hermeneutika atau kode teka teki berkisar pada harapan pembaca untuk mendapatkan “kebenaran” bagi pertanyaan yang muncul dalam teks. Kode teka-teki merupakan unsur struktur yang utama dalam narasi tradisional. Di dalam narasi ada suatu kesinambungan antara pemunculan suatu peristiwa teka-teki dan penyelesaiannya di dalam cerita.
- b. Kode semik atau kode konotatif banyak menawarkan banyak sisi. Dalam proses pembacaan, pembaca Menyusun tema suatu teks. Ia melihat bahwa konotasi kata atau frase tertentu dalam teks dapat dikelompokan dengan konotasi kata atau frase yang mirip.
- c. Kode simbolik merupakan aspek pengkodean fiksi yang paling khas bersifat structural, atau tepatnya menurut konsep Barthes, pascastruktural. Hal ini didasarkan pada gagasan bahwa makna berasal dari beberapa oposisi biner atau perbedaan baik dalam taraf bunyi menjadi fonem dalam proses produksi wicara, maupun pada taraf oposisi psikoseksual yang melalui proses.⁹⁹

⁹⁸ Atika, Rindi, “*Pesan Dakwah dalam Animasi Keluarga Somat (Studi Analisis Semiotika Roland Barthes)*”, Skripsi, Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanudin, Banten, 2021, <https://repository.uinbanten.ac.id/7635/>, Diakses pada tanggal 23 Mei 2023 jam 13.42 WIB.

⁹⁹ Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, (Bandung: Pt. Remaja Rosdakarya, 2017), hal. 65-66.

- d. Kode proaretik atau kode tindakan/lakuan dianggapnya sebagai perlengkapan utama teks yang dibaca orang, artinya antara lain, semua teks yang bersifat naratif. Jika Aristoteles dan Todorow hanya mencari adegan-adegan utama dalam atau alur utama, secara teoritis Barthes melihat semua lakuan dapat dimodifikasi.
- e. Kode gnomik atau kode kultural banyak jumlahnya. Kode ini merupakan acuan teks ke benda-benda yang sudah diketahui dan dikodifikasi oleh budaya.¹⁰⁰

Tujuan analisis Barthes ini, menurut Lecthe, bukan hanya untuk membangun sesuatu system klasifikasi unsur-unsur narasi yang sangat formal, namun lebih banyak untuk menunjukkan bahwa Tindakan yang paling masuk akal, rincian yang paling meyakinkan, atau teka-teki yang paling menarik, merupakan produk buatan, dan bukan tiruan dari nyata.¹⁰¹

4. Kerangka Analisis Semiotika Roland Barthes

Salah satu area penting yang dirambah Barthes dalam studinya tentang tanda adalah peran pembaca. Konotasi, walaupun merupakan sifat asli tanda, membutuhkan keaktifan pembaca agar dapat berfungsi. Barthes secara panjang lebar mengulas apa yang sering disebut sebagai system pemaknaan tataran ke-dua, yang dibangun diatas sistem lain yang telah ada sebelumnya.

Sistem ke-dua ini oleh Barthes disebut dengan konotatif, yang di dalam mythologies-nya secara tegas ia bedakan dari denotative atau system pemaknaan tataran pertama. Barthes menciptakan peta tentang bagaimana tanda bekerja.¹⁰²

¹⁰⁰ Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, (Bandung: Pt. Remaja Rosdakarya, 2017), hal. 66.

¹⁰¹ Atika, Rindi, “*Pesan Dakwah dalam Animasi Keluarga Somat (Studi Analisis Semiotika Roland Barthes)*”, Skripsi, Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanudin, Banten, 2021, <https://repository.uinbanten.ac.id/7635/>, Diakses pada tanggal 23 Mei 2023 jam 14.10 WIB.

¹⁰² Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, (Bandung: Pt. Remaja Rosdakarya, 2017), hal. 69.

1. Signifer (Penanda)	2. Signified (petanda)
3. Denotative Sign (Tanda Denotatif)	
4. CONNOTATIVE SIGNIFIER (PENANDA KONOTATIF)	5. CONNOTATIVE SIGNIFIED (PETANDA KONOTATIF)
6. CONNOTATIVE SIGN (TANDA KONOTATIF)	

Gambar 3

Peta Tanda Roland Barthes

Sumber: Semiotika Tanda Roland Barthes pada Advertising Promosi

Dari `peta Brthes di atas terlihat bahwa tanda denotatif (3) terdiri atas penanda (1) dan petanda (2). Akan tetapi, pada saat bersamaan, tanda denotative adalah juga penanda konotatif (4). hal tersebut merupakan unsur material: hanya jika anda mengenal tanda “singa”, barulah konotasi seperti harga diri, kegarangan, dan keberanian menjadi mungkin.¹⁰³

Dalam konsep Barthes, tanda konotatif tidak sekedar memiliki makna tambahan namun juga mengandung kedua bagian tanda denotative yang melandasi keberadaannya. Sesungguhnya, inilah sumbangan Barthes yang sangat tinggi bagi penyempurnaan semiologi Saussure, yang berhenti pada penandaan dalam tataran denotatif.¹⁰⁴

Pada dasarnya, ada perbedaan antara denotasi dan konotasi dalam pengertian secara umum serta denotasi dan konotasi yang dipahami oleh Barthes. Di dalam semiologi Barthes dan para pengikutnya, denotasi merupakan sistem signifikasi tingkat pertama, sementara konotasi merupakan tingkat kedua. Dalam hal ini denotasi justru lebih diasosiasikan dengan ketertutupan makna. Sebagai 50 reaksi untuk melawan keharfiahan denotasi yang bersifat opresif ini, Barthes mencoba menyingkirkan dan menolaknya. Baginya yang ada hanyalah konotasi. Ia

¹⁰³ Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, (Bandung: Pt. Remaja Rosdakarya, 2017), hal. 69.

¹⁰⁴ Atika, Rindi, “*Pesan Dakwah dalam Animasi Keluarga Somat (Studi Analisis Semiotika Roland Barthes)*”, Skripsi, Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanudin, Banten, 2021, <https://repository.uinbanten.ac.id/7635/>, Diakses pada tanggal 23 Mei 2023 jam 16.17 WIB.

lebih lanjut mengatakan bahwa makna “harfiah” merupakan sesuatu yang bersifat alamiah.¹⁰⁵

Dalam kerangka Barthes, konotasi identic dengan operasi ideologi, yang disebutnya sebagai ‘mitos’, dan berfungsi untuk mengungkapkan dan memberikan pembenaran bagi nilai-nilai dominan yang berlaku dalam suatu periode tertentu.

Apa yang menjadi alasan atau pertimbangan Barthes menempatkan ideologi dengan mitos, ia menempatkan ideologi dengan mitos karena, baik di dalam mitos maupun ideologi, hubungan antara penanda konotatif dan petanda konotatif terjadi secara termotivasi. Seperti mMarx, Berthes juga memahami ideologi sebagai kesadaran palsu yang membuat orang hidup di dalam dunia yang imajiner dan ideal, meski realitas hidupnya yang sesungguhnya tidaklah demikian. Ideologi ada selama kebudayaan ada, dan itulah sebabnya di dalam S/Z Barthes berbicara tentang konotasi sebagai suatu ekspresi budaya. Kebudayaan mewujudkan dirinya di dalam teks-teks dan, dengan demikian, ideologi pun mewujudkan dirinya melalui berbagai kode yang merembes masuk ke dalam teks dalam bentuk penanda-penanda penting, seperti tokoh, latar, sudut pandang, dan lain-lain.¹⁰⁶

¹⁰⁵ Bagus Sabda Nurhuda, “Analisis Semiotika Pesan Budaya Jawa Dalam Film (Studi Pada Film “Lemantun” Karya Wregas Bhanuteja, Skripsi, Universitas Muhammadiyah Malang, Malang, 2018, <https://eprints.umm.ac.id/42525/>, Diakses pada tanggal 23 Mei 2023 jam 16.21 WIB.

¹⁰⁶ Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, (Bandung: Pt. Remaja Rosdakarya, 2017), hal. 71.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan secara kualitatif, dimana data yang diperoleh dari sumber yang dapat dipercaya berupa data-data deskriptif berupa tulisan, gambar, dan dokumen.¹⁰⁷ Dengan menggunakan metode deskriptif, penulisan menganalisis data yang di peroleh dari wawancara, observasi/catatan lapangan atau dokumentasi lainnya yang berupa teks, gambar dan bukan angka. Penelitian ini melihat desain grafis di lapangan mengenai pesan dakwah karakter anime yang terdapat dalam akun istagram @arielsyafrin.

B. Subyek dan Objek Penelitian

1. Subyek Penelitian

Subyek penelitian menurut Aimirin (1986) yaitu seseorang atau sesuatu yang mengenainya ingin diperoleh keterangan atau orang pada latar penelitian yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian.¹⁰⁸

Subyek dalam penelitian ini yaitu akun Instagram @arielsyafrin.

2. Obyek Penelitian

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

¹⁰⁷ M. Junaidi Ghony, Metode Penelitian Kualitatif, (Yogyakarta: Ar Ruzz Media, 2012), hal. 25.

¹⁰⁸ Muh. Fitrah & Luthfiyah, Metodologi Penelitian : Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas Dan Tindakan Kelas & Studi Kasus (Sukabumi: Cv. Jejak, 2018), Hal. 152

elemen yang dapat berupa orang, organisasi, atau sesuatu yang ingin diselidiki.¹⁰⁹

Obyek penelitian dalam penelitian ini adalah pesan dakwah karakter anime di akun @arielstafrin yang kemudian akan di analisis menggunakan analisis semiotika Roland Barthes.

C. Sumber Data

1. Sumber Primer

Sumber data utama atau data tangan pertama adalah data yang diperoleh langsung dari subyek penelitian dengan menggunakan alat ukur atau alat pengumpulan data langsung pada subyek sebagai sumber informasi yang dicari.¹¹⁰

Dalam penelitian ini sumber data primernya yaitu kumpulan postingan yang diunggah di akun @arielsyafrin berdasarkan banyaknya jumlah like, komentar serta desain grafis ilustrasi tokoh karakter anime yang sesuai dengan pesan apa yang disampaikan pada postingan akun Instagram @arielsyafrin dari total 259 postingan. Postingan yang dipilih terfokus pada 3 tema, yaitu akidah, akhlaq dan syariah.

Berikut data postingan pada akun @arielsyafrin berdasarkan like dan komentar terbanyak:

Tabel 1
Data Postingan

No.	Tanggal Posting	Judul Postingan	Jumlah Like	Jumlah Koment Ar	Link Postingan
-----	-----------------	-----------------	-------------	------------------	----------------

¹⁰⁹ Muh. Fitrah & Luthfiah, Metodologi Penelitian : Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas Dan Tindakan Kelas & Studi Kasus (Sukabumi: Cv. Jejak, 2018), Hal. 156.

¹¹⁰ Muh. Fitrah & Luthfiah, Metodologi Penelitian : Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas Dan Tindakan Kelas & Studi Kasus (Sukabumi: Cv. Jejak, 2018), Hal. 156.

1.	19 Maret 2023	Anak Angkat	5121	89	
2.	8 Mei 2022	Golongan yang Mati Syahid	4512	56	
3.	25 April 2022	Ayo Bayar Zakat Fitrah	761	3	
4.	14 Nopember 2021	Adab Ketika Mnguap	9131	171	
5.	3 Oktober 2021	Tidak Ada yang Abadi	5970	105	

Setelah penulis mencari dan memperoleh data, kemudian penulis Menyusun data yang diperoleh dari hasil observasi dan dokumentasi pada gambar-gambar yang terdapat pada postingan akun instagram

@arielsyafrin. Dari data yang sudah di peroleh, maka penulis hanya akan meneliti 5 postingan dengan *like* terbanyak dan ter sedikit yang sesuai dengan katagori.

Penulis memilih *like* terbanyak karena beranggapan bahwa Ketika suatu postingan mendapat *like* terbanyak berarti postingan tersebut dapat diterima baik oleh *followers* dari akun ini, sedangkan kalau komentar terbanyak berarti postingan tersebut mendapatkan respon yang baik dan sebagai ajang komunikasi antara *follower* dengan admin Instagram @arielsyafrin pada kolom komentar.

2. Sumber Sekunder

Sumber data sekunder merupakan data tangan kedua yang berwujud data dokumentasi atau data laporan yang tersedia yang diperoleh lewat pihak lain, tidak diperoleh langsung lewat subyek penelitian.¹¹¹

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

D. Metode Pengumpulan data

1. Observasi

Observasi adalah kegiatan mencari data yang dapat digunakan untuk memberikan suatu kesimpulan atau diagnosis. Inti dari kegiatan observasi yaitu adanya perilaku yang dapat dilihat, didengar, dan dapat diukur langsung oleh mata.¹¹² Dalam kegiatan observasi ini peneliti mengamati unggahan dalam akun Instagram @arielsyafrin.

2. Wawancara

¹¹¹ Saifuddin Azwar, Metode Penelitian (Yogyakarta:Pustaka Pelajar, 1998), hal 91.

¹¹² Haris Herdiansyah, Metodologi penelitian Kualitatif: Untuk Ilmu-Ilmu Sosial (Jakarta: Selemba Humanika, 2014), hal 131

Wawancara menurut Stewart dan Cash yang dikutip oleh Haris Herdianyah dalam buku yang berjudul *Metode Penelitian Kualitatif*. Untuk ilmu-ilmu social, wawancara diartikan sebagai suatu interaksi yang didalamnya terjadi pertukaran informasi, yang didalamnya terdapat aturan, tanggung jawab, perasaan, kepercayaan, dan motif. Dalam penelitian ini peneliti melalukann wawancara kepada pemilik akun @arielsyafrin yaitu Ariel Syafrin untuk mengenali data lebih dalam yang berkaitan dengan subyek penelitian.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu cara pengumpulan data dengan melihat atau menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subyek sendiri atau orang lain tentang subyek/ peneliti mengumpulkan dokumentasi berupa screenshot konten yang diunggah @arielsyafrin untuk mengetahui pesan dakwah karakter anime yang terkandung dalam kontennya dan kemudian dianalisis menggunakan teori semiotika Roland Barthes.

E. Analisis Data

Analisis data merupakan proses penyerderhanaan data supaya lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan.¹¹³ Teknik analisis yang digunakan yaitu menggunakan Teknik semiotika, dimana semiotika merupakan salah satu ilmu atau metode untuk menganalisis tanda. Analisis data ini untuk memberi arti makna dan nilai yang terkandung dalam tanda, baik verbal maupun visual.

Adapun tahapan analisis data yang dilakukan yaitu:

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

¹¹³ John Fiske, Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Ke-3, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016, Hal. 73.

4. Tahap akhir dari analisis data ini adalah mengkorelasikan teori yang dipakai peneliti yaitu teori semiotika Roland Barthes.

Dalam penelitian ini hanya menggunakan analisis semiotika Roland Barthes untuk mengetahui pesan dakwah yang terkandung dalam konten akun Instagram @arielsyafrin.



BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Profil Instagram @arielsyafrin

1. Gambaran Umum Akun Instagram @arielsyafrin



Gambar 4

Screenshot Profil Instagram @arielsyafrin

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

Arielsyafrin merupakan sebuah akun Instagram dakwah yang dikemas dalam visual yang menarik. Akun Instagram ini dirintis sejak 3 juni 2020 oleh Ariel Syafrin, setelah 3 tahun beregerak di bidang dakwah visual, hingga saat ini akun instagramnya @arielsyafrin sudah memiliki 11.400 pengikut dengan postingan sebanyak 259.

Konten dakwah dalam akun ini menggunakan *anime* Naruto, One Piece, Kimetsu no Yaiba, Bungo Stray Dogs, Boku no Hero Academia, Bleach, Hunter × Hunter, No Game No Life, Tokyo Revengers, Death Note, Fugō Keiji Balance: Unlimited, Tanaka-kun wa Itsumo Kedaruge,

dan charlotte, dari anime tersebut dapat menarik perhatian *Follower* maupun pengguna Instagram lainnya. Akun ini mengunggah poster dakwah pertama kali pada 3 Juni 2020, dengan tema yang bermacam-macam ada akidah, akhlak, dan syariah. Hal yang dapat membedakan akun ini dengan yang lainnya yaitu desain ilustrasinya menggunakan berbagai tokoh serial anime, tetapi pada akun @arielsyafrin kebanyakan serial anime Naruto yang dijadikan tokoh utama dalam menjalankan dakwah visual, dengan berbagai karakter di dalamnya. Penggunaan ilustrasi tokoh serial anime Naruto pada postingan Instagram @arielsyafrin di latar belakang lebih banyak referensi Ketika akan membuat desain grafis dakwah visual.

“Karena lebih banyak referensi aja sih Kak, berhubung kalau ditotal-total juga udah ada ribuan episodenya dari era Naruto sampai Boruto. One Piece juga udah ribuan sih, cuman agak jarang aja nemu ide yang pas”¹¹⁴

2. Logo Akun Instagram @arielsyafrin



Gambar 5

Logo Akun Instagram @arielsyafrin

Sumber: <https://photos.app.goo.gl/6C33TxPL6LL38Vrr6>

¹¹⁴ Wawancara Online Melalui Whatsapp pada Tanggal 18 Juni 2023, Pukul 14:28 WIB.

Akun Instagram @arielsyafrin mempunyai logo sendiri sebagai identitas dari akun ini. Latar belakang akun @arielsyafrin membuat logo tersebut dengan menyesuaikan dengan nama akun @arielsyafrin, sekaligus nama pemilik akun. Sedangkan dari segi filosofi warnanya, warna orange di logo melambangkan anak muda, sedangkan warna putih melambangkan kesucian, kebaikan, dan kebersihan.¹¹⁵

B. Analisis Semiotika Roland Barthes Terhadap Pesan Dakwah Dalam Karakter Anime Pada Akun Instagram @arielsyafrin

Studi semiotika sebagai pedoman disiplin ilmu yang memunculkan makna pesan melalui objek yang diteliti. Tokoh-tokoh yang mengutarakan konsep semiotika yaitu beberapa diantaranya adalah Ferdinand de Saussure, Roman Jakobson, Roland Barthes, dan John Fiske.

Roland Barthes. Barthes menyebutkan pemaknaan suatu tanda berdasarkan makna Konotatif (makna tidak sebenarnya) dan makna denotative (makna sebenarnya). Pada setiap terbitnya Roland Barthes membahas "*Mythology of the Month*" (mitologi bulan ini), sebagian besar dengan menunjukkan bagaimana aspek denotative tanda-tanda dalam budaya pop menyingkap konotasi yang dasarnya adalah "mitos-mitos" yang dibangkitkan oleh system tanda yang lebih luas yang membentuk masyarakat. Konsep denotasi, konotasi dan mitos dapat membaca apa pesan dari sebuah tanda yang ada dalam objek penelitian dan juga dapat membaca sebuah ideologi yang ingin disampaikan melalui sebuah desain grafis. Dalam penelitian ini peneliti akan menganalisis 5 postingan yang terdapat pada akun Instagram @arielsyafrin dengan kriteria like dan komentar terbanyak. Berikut 5 postingan yang akan dianalisis.

1. Poster Anak Angkat

¹¹⁵ Wawancara Online Melalui Whatsapp pada Tanggal 18 Juni 2023, Pukul 13:13 WIB.



Gambar 6

Poster Anak Angkat

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

Poster tentang anak angkat ini diposting pada 19 Maret 2023 dengan jumlah like 5121 dan komentar mencapai 89. Postingan ini merupakan dengan jumlah like terbanyak pada bulan Maret 2023.

a. Makna Denotasi

Makna denotasi adalah makna yang paling nyata dari tanda. Dengan kata lain, makna denotasi adalah apa yang terlihat pada sebuah gambar. Pada poster di atas terlihat salah satu tokoh serial anime yang bernama Naruto sedang mengangkat seorang anak yang bernama Kawaki di pundaknya dengan satu tangan kanannya yang diperban.

Dalam poster di atas, kawaki di angkat oleh Naruto menandakan bahwa tidak berdayanya kawaki untuk berjalan, Naruto begitu gagah menggendong kawaki dengan menggunakan jubah hokaganya (hokage adalah gelar yang diberikan pemimpin Desa Konoha). Tangan yang di perban itu adalah bekas pertarungan yang hebat Bersama temannya sendiri yang bernama Sasuke sehingga

mengakibatkan tangannya putus, kemudian disambung kembali oleh Tsunade, menggunakan kekuatan dari sel-sel Hashirama untuk menyambungkannya kembali. Namun, tangan kanan Naruto masih harus tetap diperban, karena butuh waktu lama untuk menyatukan sel-sel Hashirama dengan tangan kanan Naruto.

b. Makna Konotasi

Makna konotasi yang ditampilkan melalui gambar karakter Naruto yang mengangkat Kawaki dalam poster tersebut menandakan Naruto orang tua yang sangat peduli pada anaknya, entah anak kandung maupun anak angkatnya. Hal ini dilihat dari dari ilustrasi tersebut, bahwa kawaki yang berusaha kabur dari rumah, lalu Naruto datang untuk menjemput pulang. Kemudian diperjelas dengan posisi berjalannya Naruto dan rasa kekecewaanya kawaki yang gagal untuk kabur dari rumah.

Poster ini memperkuat indikasi ideologi bahwa seorang Ayah harus memiliki sikap yang adil terhadap anaknya, dengan kondisi apapun. Seperti di dalam poster menggambarkan Naturo yang dalam keadaan kurang baik, dengan tangan terperban karena terluka, Naruto rela mengangkat anaknya. Hal ini juga menandakan bahwa seorang Ayah akan rela berkorban demi kebaikan anaknya.

Penegasan terhadap judul *Anak Angkat* ini mengisyaratkan bahwa anak angkat tidak bisa dianggap menjadi anak kandung. Hal ini diperjelas dari keterangan poster dengan menyertakan ayat al-Qur'an surah Al-Ahzab ayat 4.

c. Makna Mitos

Adapun makna mitos yang terdapat dalam poster anak angkat yakni dapat mencakup kontruksi sosial tentang konsep keluarga, hubungan darah, keturunan, dan identitas. Misalnya, ada mitos yang menyatakan bahwa anak angkat tidak dapat memiliki hubungan emosional yang sama dengan orang tua angkat mereka seperti anak biologis, mitos semacam ini dapat mempengaruhi persepsi dan

harapan masyarakat terhadap anak angkat, serta pengalaman dan identitas mereka.

Seperti yang sudah dijelaskan pada al-Qur'an surat al-Ahzab ayat 4:

وَمَا جَعَلَ أَدْعِيَاءَكُمْ أَبْنَاءَكُمْ ۚ ذَلِكُمْ قَوْلُكُمْ بِأَفْوَاهِكُمْ ۖ وَاللَّهُ يَقُولُ الْحَقَّ وَهُوَ يَهْدِي السَّبِيلَ

Artinya: *dan Dia tidak menjadikan anak-anak angkatmu sebagai anak kandungmu (sendiri). Yang demikian itu hanyalah perkataanmu di mulutmu saja. Dan Allah mengatakan yang sebenarnya dan Dia menunjukkan jalan (yang benar).*

Dalam ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah swt tidak membenarkan menjadikan anak angkat sebagai anak kandungnya sendiri. Dengan begitu nasab anak angkat itu kembali ke nasab ayah kandungnya. Karena itu, panggillah mereka dengan dinisbatkan kepada nama bapak kandung mereka sendiri, bukan bapak angkatnya. Panggilan demikian itulah yang secara syariat dinilai adil di sisi Allah, dan jika kamu tidak mengetahui nama bapak kandung mereka, maka panggillah mereka sebagai saudara-saudaramu seagama dan maula-maulamu.¹¹⁶

Ayat ini juga menyatakan bahwa anak-anak yang dianggap sebagai anak kandung tidak boleh dianggap sebagai anak adopsi secara palsu. Hal ini menekankan pentingnya kejujuran dalam hubungan keluarga dan menegaskan bahwa status dan hubungan keluarga harus diakui dengan jelas.

d. Pesan Dakwah

Pesan dakwah yang ingin disampaikan pada poster di atas yang berjudul “anak angkat” adalah pesan dakwah syari’ah bahwa Anak angkat memiliki pandangan yang sama yaitu tetap “Anak angkat” dipandangan oleh Allah, jadi jika orang tua menganggap

¹¹⁶ <https://tafsirweb.com/7616-surat-al-ahzab-ayat-4.html>

bahwa anak-anaknya sudah seperti anak kandungnya sendiri, itu merupakan anggapan untuk orang tua itu sendiri kepada anak angkatnya, dihadapan Allah anak itu tetap menjadi anak angkatnya. Anak angkat yang mengubah garis keturunan, di mana anak dianggap sebagai anak biologis dari orang tua angkat, tidak diperbolehkan dalam hukum Islam.

2. Poster Golongan Mati Syahid



Gambar 7

Poster Golongan Mati Syahid

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

Poster tentang anak angkat ini diposting pada 8 Mei 2022 dengan jumlah like 4512 dan komentar mencapai 56. Postingan ini merupakan dengan jumlah like terbanyak pada bulan Mei 2022.

a. Makna Denotasi

Pada poster di atas, terdapat ilustrasi seorang laki-laki dengan memakai baju merah dan memiliki rambut panjang dalam kondisi mati tenggelam. Laki-laki tersebut bernama Jiraya salah satu tokoh serial anime Naruto. Makna objek Jiraya di atas bahwa telah terjadinya insiden jiraya jatuh dari luar permukaan.

Adapun penggunaan background pada poster ini adalah biru dengan disertai warna shadow hitam yang juga dihiasi dengan corak titik-titik yang tersebar di sekitar area tubuh jiraiya. Sementara penggunaan warna font menyelaraskan dengan warna background yakni putih supaya mudah terbaca, dan di judul terlihat kata “Mati Syahid” itu lebih besar dari kata “ Golongan yang” karena ada penekanan bahwa topik yang diangkat yaitu bertemakan Mati Syahid.

b. Makna Konotasi

Ilustrasi dalam poster ini adalah Jiraya mati dalam keadaan tenggelam di dalam air yang cukup dalam hal ini dapat dilihat dari warna. Background poster biru menuju gelap, dan bentuk sikap tubuh jiraya yang terlentang agak membungkuk. Peristiwa itu terjadi saat jiraya berperang melawan musuhnya Bernama Akatsuki dengan tujuan masuk ke wilayah musuhnya sendirian untuk mencari informasi terkait Akatsuki yang akan menyerang desanya. Namun rencananya diketahui oleh Akatsuki setelah mendapatkan informasinya, dan jiraiya mati tertusuk oleh senjatanya akatsuki, hal yang dilakukan oleh jiraiya adalah rela berkorban demi menjaga informasinya untuk keamanan desanya.

Aspek yang ditampilkan dalam poster diatas adalah aksi pengorbanan dari Jiraiya. Mati syahid sering kali dikaitkan dengan pengorbanan yang luhur dan Tindakan yang heroik dalam melawan kejahatan atau mempertahankan kebenaran. Dalam poster tersebut dapat menjadi representasi simbolik dari nilai-nilai heroic dan pengabdian yang diperjuangkan oleh Jiraiya. Kematian yang syahid dapat menyebabkan perasaan kesedihan dan kehilangan bagi para penggemar Jiraiya.

Penegasan terhadap judul *Mati Syahid* mengisyaratkan bahwa tenggelam merupakan termasuk golongan orang mati syahid. Hal ini

diperjelas dari keterangan poster dengan menyertakan hadist Bukhori No. 2829 dan Muslim No. 1914.

c. Makna Mitos

Makna mitos yang terdapat dari poster diatas adalah tenggelam merupakan salah satu golongan orang mati syahid, seperti pada hadist Bukhori No. 2829 dan Muslim No. 1914. Dari Abu Hurairah radhiyallahu ‘anhu, Rasulullah shallallahu ‘alaihi wa sallam bersabda:

“Orang yang mati syahid ada lima, yakni orang yang mati karena tho’un (wabah), orang yang mati karena menderita sakit perut, orang yang mati tenggelam, orang yang mati karena tertimpa reruntuhan dan orang yang mati syahid di jalan Allah.”

Dari hadist diatas Imam Nawawi *Rahimahullah* menjelaskan bahwa syahid itu ada tiga macam:

- 1) Syahid yang mati Ketika berperang melawan kafir harbi (yang berhak untuk diperangi). Orang ini dihukumi syahid di dunia dan mendapat pahala di akhirat. Syahid seperti ini tidak dimandikan dan dishalatkan.
- 2) Syahid dalam hal pahala namun tidak disikapi dengan hukum syahid di dunia. Contoh syahid jenis ini ialah mati karena melahirkan, mati karena wabah penyakit, mati karena reruntuhan, dan mati karena membela hartanya dari rampasan, begitu pula penyebutan syahid lainnya yang disebutkan dalam hadits shahih. mereka tetap dimandikan, dishalatkan, namun di akhirat mendapatkan pahala syahid. Namun pahalanya tidak harus seperti syahid jenis pertama.
- 3) Orang yang khianat dalam harta ghanimah (harta rampasan perang), dalam dalil pun menafikan syahid pada dirinya Ketika berperang melawan orang kafir. Namun hukumnya di dunia tetap dihukumi sebagai syahid, yaitu tidak dimandikan dan tidak

dishalatkan. Sedangkan di akhirat, ia tidak mendapatkan pahala syahid yang sempurna.

Jadi Imam Nawawi menggolongkan mati syahid karena tenggelam, juga karena hamil atau melahirkan adalah mati syahid akhirat, di mana mereka tetap dimandikan dan dishalatkan. Beda halnya dengan mati syahid karena mati di medan perang.

Syaikhul Islam Ibnu Taimiyah pernah ditanya, ada orang yang menaiki kapal dengan maksud pergi berdagang kemudian tenggelam, apakah ia dikatakan mati syahid?. Ibnu Taimiyah memberikan jawaban, ia termasuk syahid selama ia tidak bermaksud. Ketika ia naik kapal tadi. Asalnya memang pergi berdagang dengan kapal itu boleh selama yakin bahwa diri kita bisa selamat. Namun jika kondisi laut sedang tidak baik seperti Badai, cuaca buruk dan mengandung resiko jika berlaut, namun tetap memaksakan untuk melaut berdagang. Kemudian hal ini menyebabkan kematian. Maka sama saja bunuh diri dan tidak disebut syahid. Karena kondisi di awal sudah tidak memungkinkan dan membahayakan tetapi tetap memaksakan untuk berlaut maka, kondisi ini jika terjadi sesuatu, kematiannya tidak disebut sebagai mati Syahid.

d. Pesan Dakwah

Pesan Dakwah yang ingin disampaikan dalam poster ini adalah pesan dakwah akidah. Bahwa semua kehidupan pasti memiliki akhir kematian didalam islam ada 5 yang disebutkan sebagai mati Syahid yang pertama mati karena Tho'un (wabah), kedua orang yang mati karena menderita sakit perut, ketiga orang yang mati tenggelam, keempat orang yang mati karena tertimpa reruntuhan dan kelima orang yang mati syahid di jalan Allah.

Sudah kodratnya manusia dari tanah kembali ke tanah. Manusia hidup di dunia hanyalah sementara dan dituntut hanya untuk menyembah Tuhannya, yaitu Allah dan beramal baik kepada sesama. Hal yang tidak bisa kita nafikkan adalah ketika badan masih

segar bugar kita sering lupa akan kematian, lupa akan kewajiban kita sebagai orang muslim. Bersenang-senang, bervoya-voya, berlomba-lomba mencari harta duniawi sehingga lupa akan kehidupan akhirat. Kebanyakan manusia ingat pada kehidupan akhirat ketika sudah bau tanah (tua). Namun, adakalanya meskipun sudah tua tetap berusaha menghindari kematian yaitu orang kafir.

Maka dari itu kita sebagai makhluk yang akan menghadapi kematian harus mempersiapkan itu dengan keamalan yang baik, dan juga mengumpulkan kebaikan di dunia. supaya menjadi orang-orang yang meninggal dalam keadaan syahid.

3. Poster Ayo Bayar Zakat Fitrah



Gambar 8

Poster Ayo Bayar Zakat Fitrah

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

Poster tentang anak angkat ini diposting pada 25 April 2022 dengan jumlah like 761 dan komentar mencapai 3. Postingan ini merupakan dengan jumlah like terbanyak pada bulan Mei 2022.

a. Makna denotasi

Makna denotasi yang terkandung dalam gambar terdapat laki-laki yang berambut merah dan memakai dasi berwarna merah merupakan salah satu tokoh serial anime Boku no Hero Academia yang bernama Ejiro Kirishima. Ejiro sedang memegang kantong berwarna coklat yang bertuliskan 2,5 kg di kantong tersebut, serta ada gambar padi. Kantong berwarna coklat identic tempat penyimpanan bahan pokok, seperti beras, jagung, singkong dll. Pada kantong tersebut bertuliskan 2,5 kg menandakan beratnya kantong yang di pegang oleh Ejiro tersebut, serta logo padi itu menandakan isi dalam kantong itu adalah beras. Sedangkan ejiro mengangkat tangan kananya itu menandakan bahwa ajakan untuk membayar zakat.

Dalam poster ini, desainer menggunakan warna hijau toska sebagai background. Penggunaan warna background seperti penjelasan Ariel Syafrin yaitu sebagai warna pendukung, sedangkan font judul yang berwarna ambil konsep seperti logo super hero yang kelihatan tegas penggambarannya, dengan didukung font yang berwarna merah.

b. Makna Konotasi

Aspek ilustrasi pada poster ini adalah sebuah ajakan untuk membayar zakat fitrah. Zakat fitrah hal yang wajib dikeluarkan oleh setiap muslim pada bulan Ramadhan sebelum pelaksanaan shalat Idul Fitri. Sebagai bentuk kepedulian sosial terhadap orang-orang yang lebih membutuhkan. Dengan membayar zakat fitrah, umat muslim diharapkan untuk membantu mereka yang kurang, terutama dalam memenuhi kebutuhan makanan sehari-hari.

Pada bagian kantong tersebut diberikan tulisan 2,5 kg memeberikan arti bahwa jumlah membayar 2,5 kg beras, dengan dikuatkannya pada gambar tersebut ada sebuah gambar padi, namun pada dasarnya membayar zakat dengan makanan pokok bukan hanya

beras tetapi juga bisa berupa gandum, kurma, atau jenis makanan lain yang umum dikonsumsi di wilayah tersebut.

Penggunaan warna baju putih pada Ejiro pada gambar tersebut adalah memberikat arti suci. Suci dalam arti disini adalah zakat fitrah memiliki tujuan untuk membersihkan harta benda dan menyucikan jiwa individu yang memberikannya. Dengan adanya hadits Bukhori No. 1503 dan Muslim No. 984 yang dicantumkan dalam poster tersebut memberikan informasi bahwa zakat memang wajib dilaksanakan bagi setiap muslim.

c. Makna Mitos

Adapun mitos yang terkandung dalam poster ini yakni ilustrasi yang menggambarkan sebuah ajakan yang sungguh-sungguh untuk membayar zakat fitrah sebelum melaksanakan shola ied. Seperti bunyi hadist Dari Ibnu ‘Umar radhiyallahu ‘anhuma, ia berkata:

“Rasulullah shallallahu ‘alaihi wa sallam mewajibkan zakat fithri dengan satu sho’ kurma atau satu sho’ gandum bagi hamba dan yang merdeka, bagi laki-laki dan perempuan, bagi anak-anak dan orang dewasa dari kaum muslimin. Beliau memerintahkan agar zakat tersebut ditunaikan sebelum manusia berangkat menuju shalat ‘ied.” *Muttafaqun ‘alaih.* (HR. Bukhari no. 1508 dan Muslim no. 985).

Latar belakang tema ini diangkat karena sedang di bulan suci Ramadhan, dengan tujuan sebagai pengingat untuk membayar zakat fitrah. Hal tersebut menimbulkan persepsi mitos mengenai realita terkait zakat fitrah, bahwa masih banyak orang muslim yang tidak mau membayar zakat fitrah pada bulan Ramadhan padahal sudah dijelaskan pada hadist diatas dan juga zakat merupakan rukun islam yang ke empat maka setiap orang muslim harus wajib membayar zakat fitrah pada bulan suci Ramadhan.

d. Pesan Dakwah

Zakat merupakan pesan dakwah syari’ah bahwasanya zakat fitrah itu wajib di lakukan oleh umat muslim, zakat fitrah dalam bulan suci Ramadhan dibayarkan 2,5 kg beras atau dalam bentuk uang.

Zakat fitrah sendiri harus dibayarkan sebelum hari terahir Ramdhan, yaitu sebelum dilaksanakannya sholat Ied Idul Fitri.

4. Poster Adab Ketika Menguap



Gambar 9
Poster Adab Ketika Menguap
Sumber: <https://www.instagram.com/arielsyafrin/>

Poster tentang anak angkat ini diposting pada 14 Nopember 2021 dengan jumlah like 9123 dan komentar mencapai 171. Postingan ini merupakan dengan jumlah like terbanyak pada bulan Nopember 2022.

a. Makna Denotasi

Pada poster di atas makna denotasi yang muncul adalah seorang anak laki-laki yang ada di serial anime Naruto yang bernama Shikamaru yang sedang menguap lebar dan memegang lehernya dengan tangan kirinya, makna denotasi yang sederhana yaitu, membuka mulut secara tidak terkontrol saat merasak kantuk atau lelah. Judul pada poster di atas yaitu adab Ketika menguap menggunakan warna kuning dan putih. Background pada poster ini menggunakan warna hijau.

b. Makna Konotasi

Aspek ilustrasi yang ditampilkan oleh designer adalah akhlak. Meyakini bahwa menguap dalam konteks etika atau sopan santun, menguap di depan orang lain dianggap kurang sopan atau tidak menghormati. Dalam konteks ini, adab menguap menjadi lebih dari sekedar Tindakan fisik, melainkan mencerminkan norma-norma sosial dan nilai-nilai yang mengatur perilaku dalam interaksi sosial.

Aspek ilustrasi tokoh Shikamura dalam serial anime Naruto bahwasanya Shikamaru mempunyai sifat karakter yang malas, tidak mempunyai jiwa semangat yang tinggi, serta acuh dalam melaksanakan tugas yang diberikan oleh pemerintah desa Konoha. Maka dari sini bisa dilihat designer menggunakan tokoh Shikamaru ini untuk dijadikan pesan secara visual, dengan pesan apa yang mau disampaikan oleh designer, yaitu pesan adab menguap, dan dari pembahasan ini dari tokoh Shikamaru dan judul poster ada kesinambungan satu sama lain.

Aspek warna pada poster di atas menggunakan background berwarna hijau mengisyaratkan bahwa dapat memberikan suasana yang terkesan santai. Warna hijau juga warna untuk orang yang memiliki tipe kepribadian plegmatis. Plegmatis adalah orang yang bersifat tidak emosional, selain itu akan lebih memilih untuk menghindari dari masalah, seperti karakter Shikamaru pada serial anime Naruto.

c. **Makna Mitos**

Makna mitos adab Ketika menguap juga dapat dikaitkan dengan kepercayaan supranatural. Ada keyakinan bahwa Ketika seseorang menguap, ia akan membuka mulutnya dan memberikan kesempatan bagi roh jahat atau entitas negative lainnya untuk masuk ke dalam tubuhnya, oleh karena itu, menurut mitos ini, menguap di depan orang lain dapat membawa energi negates atau membahayakan keadaan spiritual individu tau orang-orang di sekitarnya. Dalam agama islam juga sudah diterangkan Ketika

seorang muslim menguap, seperti hadist yang di cantumkan di poster yaitu dari Abu Sa'id Al-Khudri *radhiallahu'anhu*, Nabi *Shallallahu'alaihi Wasallam* bersabda:

"jika kalian menguap maka tutuplah mulutnya dengan tangannya. Karena setan akan masuk." (HR. Muslim no. 2995).

Dari dalil di atas, bisa kita simpulkan bahwa yang pertama kali diusahakan Ketika menguap adalah menahan mulut dengan menggabungkan bibir. Jika tidak mampu maka baru menggunakan tangan. Kemudian bersamaan dengan itu, berusaha untuk tidak mengeluarkan suara apapun baik suara "hah" atau suara apapun.

Imam an-Nawawi menjelaskan mengapa menguap disebut datang dari setan. Sebenarnya asal muasal menguap tidak serta merta langsung dari setan yang membuat seseorang mengalami kondisi ini. Disebut datang dari setan, ternyata ungkapan ini hanyalah sebatas majas. Hadist tersebut dimaknai sebagai peringatan dari Rasul untuk menjauhi hal-hal yang menyebabkan seseorang menguap. Inilah yang menggambarkan asal muasal menguap datangnya dari setan. Rasa malas yang datang setelah makan banyak merupakan syahwat. Adapun penjelasan lengkapnya sebagai berikut:¹¹⁷

"Imam an-Nawawi berpendapat bahwa kata 'menguap' disandarkan kepada setan karena menguap dapat menyebabkan seseorang mengikuti syahwatnya karena beratnya badan, lemasnya badan dan gemuknya badan. Dan yang dimaksud dalam hadits tersebut adalah peringatan Rasul SAW atas sebab-sebab yang dapat membuat kita menjadi menguap, yakni terlalu besar tempat makanan dan terlalu banyak makan."

Selain itu, adab menutup mulut ketika menguap pun dapat menghindari masuknya benda asing ke dalam tubuh. Hal ini dikarenakan, saat seseorang menguap mereka cenderung tidak menyadari apa yang sedang terjadi di sekitarnya. Bagaimana jika ada

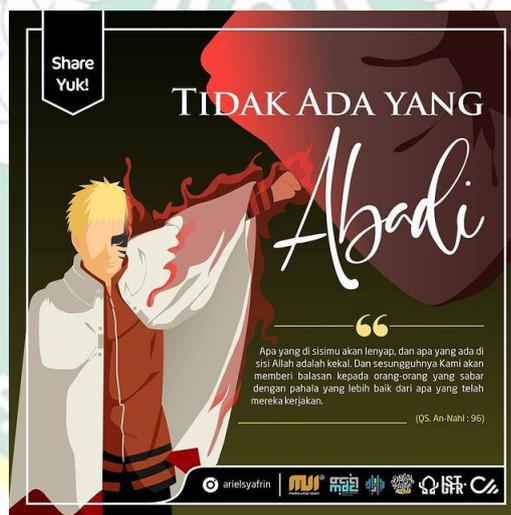
¹¹⁷<https://www.liputan6.com/citizen6/read/5143360/jangan-sembarangan-begini-adab-menguap-dalam-islam>

benda asing, seperti serangga yang masuk. Kemungkinan yang terjadi adalah tersedak hingga kesulitan bernapas.

d. Pesan Dakwah

Pesan dakwah seseorang menguap merupakan tindakan yang kurang sopan, di anjurkan menahan menguap sebisa mungkin. Yaitu dengan melakukan ithbaq (menggabungkan bibir). Jika tidak bisa ditahan makan dengan meletakkan tangan di mulut. Jadi yang pertama kali diusahakan kerika menguap adalah menahan mulut dengan menggabungkan bibir. Jika tidak mampu maka baru menggunakan tangan, kemudian bersamaan dengan itu, berusaha untuk tidak mengeluarkan suara baik suara “hah” atau suara apapun. Pesan dakwah dalam poster diatas termasuk dalam pesan dakwah akhlak.

5. Poster Tak Ada yang Abadi



Gambar 10

Poster Tidak Ada yang Abadi

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

Poster tentang anak angkat ini diposting pada 3 Oktober 2021 dengan jumlah like 5965 dan komentar mencapai 105. Postingan ini merupakan dengan jumlah like terbanyak pada bulan Oktober 2021.

a. Makna Denotasi

Makna denotasi pada poster di atas yaitu karakter Naruto dengan posisi kepala menunduk serta tangan kiri mengepal bersentuhan dengan tangan yang berwarna merah besar. Tangan yang berwarna merah besar tersebut adalah tangan milik Kurama, Kurama disini sebagai kekuatannya Naruto yang sangat besar, sedangkan di sekitar tubuh kiri Naruto itu ada Cahaya yang seakan-akan pergi meninggalkan Naruto. Wajah Naruto bagian sebelah kirinya merupakan tanda kekuatan terbesar yang dimiliki Kurama, jika digunakan kekuatan tersebut akan berdampak kepada meninggalnya Kurama. Judul pada poster di atas yaitu tidak ada yang abadi menggunakan warna putih. Background pada poster ini menggunakan warna hitam dengan shadow kuning keemasan.

b. Makna Konotasi

Aspek ilustrasi yang ditampilkan oleh designer ialah sesuatu yang manusia miliki suatu saat nanti akan lenyap atau hilang. Seperti yang ada diilustrasi di atas, bahwa Naruto yang sudah memiliki kekuatan Kurama selama bertahun-tahun pada akhirnya lenyap begitu saja setelah kekuatan tersebut digunakan untuk melindungi Naruto dari pertarungan yang sangat sengit di medan perang, seketika kekuatan tersebut sudah hilang tidak ada lagi di tubuh Naruto, dan setelah hilangnya kekuatan itu, maka Naruto tidak memiliki kekuatan apapun.

Segala sesuatu yang manusia miliki bahwa tidak ada hal yang abadi atau kekal dalam kehidupan. Dalam hal ini, kalimat tak ada yang abadi memuat konotasi yang melampaui makna harfiah dan mengundang refleksi tentang alam yang selalu berubah dan keadaan keterbatasan manusia. Pada dasarnya kekekalan yang abadi itu hanya semata milik Allah Swt.

Aspek warna pada poster di atas menggunakan background hitam shadow ke kuning keemasan, menunjukkan arti bahwa sesuatu

yang berharga lambat laun akan hilang, seperti pada poster diatas bahwa Naruto memiliki masa kejayaannya namun pada akhir semua itu akan hilang dengan seketika, dengan Kembali menjadi manusia yang tidak memiliki kekuatan.

c. Makna Mitos

Makna mitos yang terkandung pada poster di atas adalah pemahaman terhadap apa yang diyakini terhadap sesuatu yang di dunia ini itu semuanya tidak ada yang abadi. Dalam hal ini yaitu keyakinan agama islam. Seperti apa yang tercantn pada poster diatas yaitu berupa ayat Al-Quran yang menjelaskan terkait keabadian yang sesungguhnya. Dalam surat An-Nahl ayat 96:

مَا عِنْدَكُمْ يَنْفَدُ ۖ وَمَا عِنْدَ اللَّهِ بَاقٍ ۗ وَلَنَجْزِيَنَّ الَّذِينَ صَبَرُوا ۖ أَجْرَهُمْ بِأَحْسَنِ
مَا كَانُوا
يَعْمَلُونَ

Artinya: “*Apa yang di sisimu akan lenyap, dan apa yang ada di sisi Allah adalah kekal. Dan sesungguhnya Kami akan memberi balasan kepada orang-orang yang sabar dengan pahala yang lebih baik dari apa yang telah mereka kerjakan*”.

Menurut Tafsir Al-Muyassar / Kementrian Agama Saudi Arabia, apa yang disisi kalian berupa harta benda dunia, kesenangan dan kenikmatan akan lenyap. Sedangkan apa yang ada di sisi Allah bagi kalian rizki, dan pahala, tidak akan pernah sirna. Dan sungguh kami akan memberikan balasan pahala bagi orang-orang yang berusaha payah mengemban beban-beban taklif (termasuk di dalamnya menepati janji) dengan balasan yang lebih baik dari amalan perbuatan mereka. Kami memberikan pahala kepada mereka atas amal perbuatan mereka yang terendah sebagaimana Kami pun memberikan balasan kepada mereka atas amal-amal tertinggi mereka sebagai karunia kami.¹¹⁸

¹¹⁸ <https://tafsirweb.com/4444-surat-an-nahl-ayat-96.html>

Hidayatul Insan bi Tafsiril Qur'an / Ustadz Marwan Hadidi bin Musa, M.Pd.I, oleh karena itu, utamakanlah yang kekal daripada yang fana. Dalam ayat ini terdapat dorongan untuk bersikap zuhud (tidak berlebihan) terhadap dunia, dan bahwa di antara cara untuk bersikap zuhud adalah dengan membandingkan kenikmatan dunia dengan kenikmatan akhirat, di mana dia akan menemukan perbedaan yang mencolok antara keduanya. Karena memenuhi janji, atau sabar dengan tetap menaati Allah dan tetap menjauhi maksiat. Satu kebaikan dilipatgandakan menjadi sepuluh, dan terus meningkat menjadi tujuh ratus dan meningkat sampai kelipatan yang banyak, karena Allah tidak akan menyalakan orang yang memperbagus amalan.

d. Pesan Dakwah

Pesan dakwah dari poster “tidak ada yang abadi ini” merupakan pesan dakwah akidah, bahwa sesuatu yang kita miliki pada dasarnya tidak ada yang abadi, seperti harta benda, kenikmatan, dan kebahagiaan semua itu bersifat sementara, kekal hanya milik Allah Swt.

C. Analisis Teori Identifikasi Kenneth Burke Pada Akun Instagram @arielsyafrin

Pandangan Burke tentang tindakan manusia dimulai dengan membedakan antara tindakan dan gerakan. Tindakan terdiri dari perilaku yang disengaja dan sukarela; gerakan adalah perilaku yang tidak disengaja. Menurut Burke, bahasa berfungsi sebagai kendaraan bagi tindakan. Bahasa secara alamiah selektif dan abstrak, memfokuskan perhatian pada aspek-aspek tertentu dari kenyataan dengan mengorbankan yang lain. Selain itu, bahasa berkontribusi pada tindakan manusia dengan cara menyatukan atau membagi kita. Ketika simbol-simbol membawa orang-orang bersama-sama dalam satu pemahaman yang sama maka identifikasi dapat dikatakan terjadi.

Sebaliknya, pemisahan juga bisa terjadi; bahasa dapat mempromosikan pemisahan dan perpecahan dengan menekankan perbedaan. ada tiga sumber identifikasi yang saling tumpang tindih. Identifikasi material, identifikasi idealis dan identifikasi formal.

Burke dalam teorinya menekankan pada *pentad dramatisic* sebagai sebuah alat untuk mengetahui *purpose* atau tujuan atau juga motif seorang pembicara karena sejatinya seorang pembicara merupakan ahli drama. Mereka mampu menstruktur pemikiran manusia pada salah satu isu melalui penggunaan bahasa verbal maupun non-verbal secara tepat sehingga dapat memvisualisasikan pekerjaan mereka secara etis. Analisis *pentad dramatisic* Kenneth Burke terdiri atas lima elemen penting, yakni *act*, *agen*, *scene*, *agency*, dan *purpose*.¹¹⁹ Kelima unsur ini digunakan sebagai alat analisis guna mengidentifikasi dan memahami tingkat pengaruh dasar suatu hal. Kelima elemen ini harus digunakan secara koheren sebagai alat identifikasi yang kompleks sehingga motif seorang pembicara dapat diketahui dan tidak terfokus pada tujuan “purpose” saja, namun lebih dari itu.

Dalam akun instagram @arielsyafrin, lima unsur *pentad dramatisic* menjelaskan bahwa *act* atau sesuatu yang terjadi adalah penyebaran konten dakwah digital oleh @arielsyafrin sebagai *agent* yang bertindak menyebarkan konten-konten dakwah di instagram atau disebut sebagai *scene*. Sementara itu, *agency* menjelaskan bagaimana tindakan tersebut dilaksanakan, yakni dengan menyebarkan pesan-pesan dakwah melalui media sosial instagram dengan *purpose* atau tujuan untuk mengajak pembacanya atau pengikut akun @arielsyafrin pada kebaikan sesuai dengan ajaran Islam.

Urutan dalam *pentad dramatisic* bukanlah hal yang penting, melainkan penggunaan kelima unsur tersebutlah yang terpenting. Hal ini didasarkan pada penggunaan metode analisis *pentad dramatisic* menggaris bawahi konsep manusia dan motivasinya, dengan memasukkan kelima unsur dalam analisis tersebut maka kita dapat mengetahui maksud dari penyebaran

¹¹⁹Achmad Sigit Syarifuddin dan Irwansyah, “Anlisis Identifikasi dan Guilt pada Teori Dramatisic Kneth Burke dalam Film “They Live 1988””, *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, Volume 5, Nomor 2, 2021, hlm. 78.

konten-konten dakwah tersebut. Ini merupakan pola dasar, yang secara sederhana menjelaskan pentingnya identifikasi sebuah isu yang dibawa oleh pndakwah. Sehingga pesan-pesan mereka dapat diterima oleh sasaran dakwah mereka secara sukarela dan mempersuaskannya dengan mudah melalui kemampuan mereka dalam mengolah tampilan visual yang disebarluaskan.

Pesan-pesan dakwah dalam @arielsyarifin dikemas dengan modern, konten ini disebarluaskan dengan menyajikannya menggunakan gambar berupa anime untuk menyimbolkan suatu pesan dakwah. Kesan ini terlihat menarik karena bentuk penyajiannya dapat dengan mudah diterima oleh kaula muda. Berdasarkan gambar-gambar dalam postingannya motif @arielsyafrin menjadikan kaula muda sebagai sasaran dakwahnya, tetapi jika di telaah lebih dalam, dapat juga diasumsikan bahwa pemilik akun @arielsyafrin juga menyukai gambar-gambar anime sehingga dengan mudah dirinya dapat menyimbolkan suatu isu dengan menggunakan latar belakang gambar anime yang sesuai.

Alasan ini kembali pada pengertian teori identifikasi Burke yang menyatakan bahwa pembicara merupakan seorang ahli drama. Mereka menggunakan *guilt* atau rasa bersalah seseorang sebagai pintu masuknya pesan yang disampaikan sehingga pembaca dapat terpersuasi.

1. Analisis *Guilt* pada Poster Anak Angkat



Gambar 11

Poster Anak Angkat

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

Rasa bersalah (Guilt) merupakan konsep fundamental Bruke yang dapat kita lihat pada Gambar 11 ilustrasi naruto menggendong Kawaki dengan latar belakang warna jingga serta Q.S AL-Ahزاب: 4 menjelaskan pada khalayak bahwa anak angkat sejatinya bukanlah anak kandungmu. Hal ini mendasari pada kesalahan Naruto yang menganggap bahwa Kawaki adalah anak kandungnya. Kesahan ini menjadi sebuah penolakan pada struktur sosial, karena umumnya masyarakat menganggap bahwa anak angkat adalah anak kandung mereka. Padahal sudah dijelaskan secara gamblang dalam QS Al-Ahزاب: 4 bahwa anak angkat bukanlah anak kandung.

Ilustrasi dalam poster tersebut menggambarkan secara nyata bagaimana Naruto yang benar-benar menganggap bahwa Kawaki adalah anak kandungnya. Dengan demikian penggambaran QS. Al-Ahزاب: 4 menjadi nyata dalam serial anime Boruto. Elemen rasa bersalah ini menjadi sumber persuasi yang baik menurut Burke karena masyarakat tidak serta merta menyutujui konsep ini begitu saja. Seseorang yang menganggap anak angkat adalah anak kandungnya merupakan pribadi yang sedang berusaha mengontrol status sosialnya menjadi orangtua yang memiliki anak dengan harapan anggapan bahwa mereka tidak memiliki anak akan pupus. Oleh karena itu, menganggap anak angkat sebagai anak kandung dilakukan guna memenuhi status sosial tersebut.

2. Analisis Guilt Pada Poster Golongan Mati Syahid



Gambar 12

Poster Golongan Mati Syahid

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

Selama ini, mati syahid dipahami sebagai mati dalam keadaan berperang di jalan Allah SWT. Namun ternyata pemahaman ini kurang tepat. Kesalah pahaman inilah yang kemudian digunakan oleh pembicara atau pendakwah untuk kemudian menyampaikan pesan dakwahnya kepada masyarakat. Sebagai dasar pemahaman teori Burke yang menggunakan kesahan atau *guilt* sebagai alat penyampai informasi yang baik. Maka @arielsyafrin menggunakan hal tersebut guna meluruskan kekeliruan yang muncul dalam masyarakat.

Meskipun dalam tampilan posternya kurang sesuai. @arielsyafrin sendiri menyatakan sendiri dalam kolom omentar bahwa karakter Jiraiya dalam poster tersebut hanya sebagai gambaran bagaimana ketika

seseorang mati karena tenggelam. Selain itu, berdasarkan analisis menggunakan karakter Jiraiya digunakan karena dalam serial anime Naruto, kisah kematian Jiraiya banyak mendapat sorotan pengikutnya. Sehingga hal ini digunakan sebagai daya tarik tersendiri. Apalagi fokus dakwah yang dilakukan oleh @arielsyafrin adalah orang wibu. Dengan demikian, penggunaan ilustrasi-ilustrasi tersebut dapat dengan mudah diterima dan menarik perhatian mereka dalam memahami ajaran-ajaran Islam yang dikemas secara kekinian.

3. Analisis Guilt pada Poster Ayo Zakat Fitrah



Gambar 13

Poster Ayo Zakat Fitrah

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

Kutipan HR. Bukhari no.1503 dan Muslim no. 984 secara bahasa dapat dianalisa sebagai karakteristik manusia yang tidak sempurna, yakni lupa. Poster ini mempersuasi pembacanya untuk melaksanakan

pembayaran zakat sebelum dilaksanakannya sholat Ied, baik bagi kaum Muslim laki-laki maupun perempuan yang merdeka menggunakan satu sha kurma atau gandum.

Kesalahan yang coba diangkat oleh @arielsyafrin ini adalah karakter utama manusia, yakni sifat lupa. Adanya karakteristik lupa pada diri manusia kadang dapat menimbulkan kekacauan bersosial. Oleh karena itu, mempersuasikan sesuatu berdasar pada kesalahan menjadi hal yang menarik bagi Burke. Kesalahan manusia yang lupa tidak membayar zakat sebelum datangnya sholat Ied Fitri menjadi hal yang sering terjadi karena kita pada umumnya bergembira dan bersemangat menyambut datangnya hari tersebut sehinggauforia membuat kita lupa akan kewajiban membayar zakat.

4. Analisis Guilt pada Poster Adab Ketika Menguap



Gambar 14

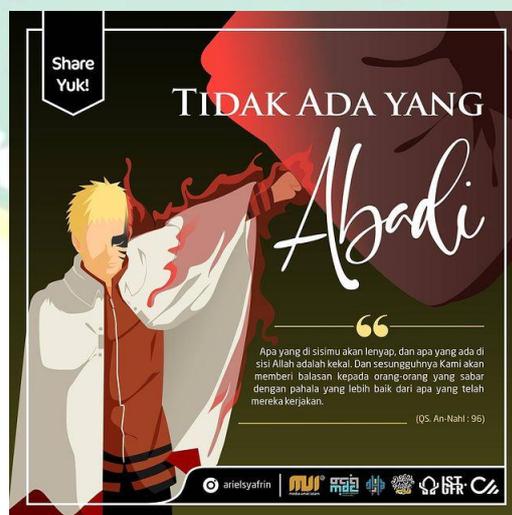
Poster Adab Ketika Menguap

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

Ilustrasi Shikamaru sedang menguap dalam gambar di atas menggambarkan bagaimana manusia banyak melakukan tindakan-tindakan kecil yang tidak sesuai dengan ajaran sunnah. Menguap oleh sebagian orang dianggap sebagai hal sepele. Orang-orang tidak menyadari dampak akan perbuatan sepele mereka yang tidak menutup mulut ketika menguap. Penjelasan mengenai adab ketika menguap ini dijelaskan dalam HR. Muslim no.2995.

Mengangkat tema ini menjadi strategi yang cukup menarik karena masih dapat kita jumpai dalam masyarakat yang belum sepenuhnya menjalankan sunnah tersebut. Menguap di depan umum dengan mulut terbuka menjadi pemandangan yang sering kita saksikan. Dengan mempersuasikan adab ketika menguap ini @arielsyafrian membangun harapan kedepannya masyarakat dapat menerapkan sunnah menutup mulut ketika menguap untuk menjadi diri dari hal-hal yang kurang baik.

5. Analisis Guilt pada Poster Tidak Ada Yang Abadi



Gambar 15
Poster Tidak Ada yang Abadi

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

Dalam serial naruto karakter Hidan digambarkan sebagai karakter yang tidak akan mati dengan cara apapun. Bahakn diceritakan bahwa Hidan tidak lagi memerlukan nutrisi dan air untuk hidup jika dirinya melakukan ritual-ritual. Penggambaran karakteristik Hidan ini berbanding terbalik dengan kehidupan manusia di dunia. Sebagaimana dijelaskan dalam QS. Al-Ankabut ayat 57 yang berbunyi:

كُلُّ نَفْسٍ دَائِقَةُ الْمَوْتِ صَلُّنَا ثُمَّ إِلَيْنَا تُرْجَعُونَ.

Artinya: “Tiap-tiap yang berjiwa akan merasa mati. Kemudian hanyalah kepada Kami kamu dikembalikan”

Ayat tersebut sejalan dengan QS An-Nahl: 96 yang digunakan dalam poster di atas. Segala sesuatu akan lenyap di dunia ini. Tidak selamanya kita hidup di dunia ini. Hanya sebatas berekreasi saja dan kemudian jika sudah saatnya kita pulang, kita akan kembali ke sisi-Nya. Pemahaman ini menjadikan *self-remainder* bagi pembacanya sehingga mereka kemudian memngingat bahwa hidup didunia tidak abadi maka alangkah lebih baiknya diisi dengan kegiatan-kegiatan yang baik dan membawa kita pada jalan yang di Ridhoi Allah SWT.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terhadap 5 poster pada digital pada akun Instagram @arielsyafrin dalam periode tahun 2021 sampai 2023, menggunakan analisis teori semiotika Roland Barthes yang mempunyai dua tahapan signifikasi yaitu tahap pertama yang disebut tahap denotasi dan tahap yang ke dua yang disebut dengan tahap konotasi dan mitos, dapat disimpulkan bahwa , tahap denotasi yang telah penulis lakukan menghasilkan temuan dalam 5 poster yang dipilih oleh penulis dalam akun Instagram @arielsyafrin disampaikan melalui pesan teks dan ilustrasi dari poster karakter anime dimana antara pesan teks dan ilustrasi poster saling berkesinambungan baik karakter animenya maupun dari cerita yang dialami oleh karakter anime tersebut.

Dalam tahap konotasi pada lima poster yang diteliti ini mengajak para follower untuk selalu bersikap baik kepada anak angkatnya, mengingatkan akan adanya kematian, saling mengingatkan akan pentingnya adab Ketika menguap, membayar zakat pada saat bulan Rmadhan, serta di dunia ini tidak ada yang abadi Ketika manusia memiliki semua yang ada di dunia.

Pesan dakwah yang terkandung dalam lima poster tersebut adalah, pesan akidah, pesan akhlak, dan pesan syariah. Seperti halnya postingan pada tema tak ada yang abadi merupakan *Tauhid rububiyahn*, sedangkan yang bertemakan golongan mati syahid merupakan *Tauhid Uluhiyah*. Syari'ah berperan sebagai peraturan-peraturan lahir yang bersumber dari wahyu mengenai tingkah laku manusia. Dalam beberapa poster yang diteliti yang termasuk dalam pesan dakwah syariah yaitu yang bertemakan ayoa membayar zakat dan anak angkat. Adanya pesan syari'ah ini bertujuan untuk mengingatkan para pembaca bahwasanya seorang muslim Ketika melakukan sesuatu di jalan Allah aka nada aturan sendiri yang di tetapkan di Agama Islam.

Akhlak merupakan suatu keadaan yang melekat pada jiwa manusia, yang melahirkan perbuatan-perbuatan yang mudah, tanpa melalui proses pemikiran, pertimbangan atau penelitian. Dalam lima poster yang diteliti yang termasuk dalam pesan akhlak adalah poster yang bertemakan adab Ketika menguap, dengan adanya pesan akhlak ini yaitu untuk saling mengajak sesama muslim untuk selalu menjaga akhlak baiknya dengan ketentuan nilai nilai akhlak dalam islam.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terdapat saran-saran untuk desainer dan kreator dalam membuat sebuah karya visual agar pesan yang disampaikan dapat diterima baik oleh masyarakat. Dalam membuat karya visual, seorang desainer harus memperhatikan elemen desain yaitu tatanan huruf atau tipografi, ilustrasi, dan warna. Selain itu juga seorang desainer juga harus memperhatikan tujuan dari pembuatan karya visual, dan target follower, agar pesan yang ingin disampaikan dapat sampai dengan baik. Selain itu dalam pembuatan ilustrasi pendukung juga perlu disesuaikan dengan pesan yang ingin disampaikan. Penggunaan juga tidak kalah penting karena mendukung keindahan desain tersebut bahkan dapat menegaskan makna pesan dalam sebuah poster tersebut.

Saran yang bisa dilakukan oleh peneliti selanjutnya terkait dengan penelitian desain visual adalah untuk melakukan uji coba dan pengujian karya visual untuk memastikan pesan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat.

K.H. SAIFUDDIN

DAFTAR PUSTAKA

- Kamaludin. 2016. *Pesan Dakwah*. Vol. 02, No. 02. Jurnal Kajian Ilmu-ilmu Keislaman. Di ambil dari <http://jurnal.iain-padangsidempuan.ac.id/index.php/F/article/view/475>. Diakses pada tanggal 6 Januari 2023.
- Awaludin Muhammad, Tia. 2022. “*Dakwah melalui Poster Media Sosial Instagram: Analisis Desain Komunikasi Visual Poster Akun @jendelamuslim.id*”. Skripsi. Bandung: UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Diambil dari <https://etheses.uinsgd.ac.id/52184/>. Diakses pada tanggal 10 Januari 2023 Jam 13.09 WIB.
- Ramdhani, Alwan Husni, Tia. 2022. “*Analisis Semiotika Foto Bencana Kbut Asap*”. Skripsi. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia Bandung. Diambil dari <http://repository.upi.edu/26982/>. Diakses pada tanggal 10 Januari 2023 Jam 13.20 WIB.
- Moloeng, Lexi J. 2016. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Basit, Abdul. 2017. *Filsafat Dakwah*. Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- https://www.kompasiana.com/rimaamanda6919/61d5a7e12da237673152bf84/cosplay-anime-yang-menjadi-trend-di-indonesia?page=1&page_images=1
- <https://senikomunikasi.com/pengertian-pesan-dalam-komunikasi/>
- <https://www.e-jurnal.com/2014/02/pengertian-pesan.html>
- <https://kbbi.web.id/pesan>
- Tahfif Fuad, 2017. “*Pesan dakwah dakam Film Animasi “Adit dan Sopo Jarwo” Episode 21-24*”, Skripsi, Universitas Islam Negeri Walisongo, Bandung, <http://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/7060/>, Diakses Pada Tanggal 9 Mei 2023 jam 11.58 WIB
- Tri Indah Kusumawati, 2016. *Komunikasi Verbal dan Nonverbal*, Jurnal Pendidikan dan Konseling Al-Irsyad, Diambil dari

<http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/al-irsyad/article/view/6618/2912>

Diakses pada tanggal 9 Mei 2023.

Astute, Hani, Sumartono & Faisal Hadi Kurnia. "Makna Pesan Moral Dalam Serial Kartun Naruto Shippuden (Analisis Semiotika Roland Barthes)." *Jurnal Komunikologi (Universitas Esa Unggul)* Vol. 16, No. 2 (September 2019): 88-103.

Assegaf, Fibi Aulia. "Pesan Akhlak Dalam Komik Strip Islami di Instagram (Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Akun @Si Bedil)." Skripsi (Institut Agama Islam Negeri Salatiga), 2020.

Hakim, Abdul. *Metode Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*. Sukabumi: CV Jejak, 2017.

Iranda, Sindi. 2021. *Pesan Dakwah Dalam Film Animasi Upin & Ipin Episode Mulanya Ramadhan Dan Tibanya Syawal*. Skripsi. Bengkulu: Institut Agama Islam Negeri Bengkulu. Diambil dari <http://repository.iainbengkulu.ac.id/5678>. Diakses tanggal 29 April 2023 pukul 17.00 WIB.

Azwar, Saifudin. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016.

Prita, Rahayu. "Pesan Akhlak Dalam Web Series Dibalik Hati Karya Film Maker Muslim (Analisis Semiotika Roland Barthes)." Skripsi (Institut Agama Islam Negeri Ponorogo), 2020.

Sobur, Alex. *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik dan Analisis Framing*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015.

Sobur, Alex. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013.

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

Anggraini S, Lia. Kirana Nathalia. 2013. *Desain Komunikasi Visual; Dasar-dasar Panduan untuk Pemula*. Bandung: Nuansa Cendekia

Dewojati, R. Kuncoro Wulan. 2009. *Desain Grafis Sebagai Media Ungkap Periklanan*. *Jurnal*. Vol 7, No 2, Agustus 2009. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.

- Kusrianto, Adi. 2009. Pengantar Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Ni'mah, Nilnah. 2016. Dakwah Komunikasi Visual. Islamic Communication Journal, Vol. 01, No. 01. Semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo.
- Nisrina. M. 2015. Bisnis Online, Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang. Yogyakarta: Kobis.
- Solihatin, Nofita. 2021. Analisis Desain Komunikasi Visual Akun Instagram @Arielsyafrin Berdasar Semiotika Ferdinand De Saussure. Skripsi. Purwokerto: UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri.
- Tinarbuko, Sumbo. 2009. Semiotika Komunikasi Visual. Yogyakarta: Jalasutra.
- Wahyuningsih, Sri. 2015. Desain Komunikasi Visual. Madura: UTM Press.
- Gustam, Rizky Ramanda. 2015. Karakteristik Media Sosial Dalam Membentuk Budaya Populer Korean Pop Di Kalangan Komunitas Samarinda Dan Balikpapan. eJournal Ilmu Komunikasi, Volume 3, Nomor 2. Samarinda: Univ Mulawarman.
- Widya, Leonardo Adi Dharma. Andreas James Darmawan. 2016. Pengantar Desain Grafis. KEMDIKBUD: Direktorat pembinaan kursus dan pelatihan, Ditjen PAUD dan Dikmas.
- Littlejohn, Stephen W., and Karen A. Foss. *Theories of human communication*, (Waveland press, 2010.), Hlm.127.

LAMPIRAN-LAMPIRAN



Lampiran 1 Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal



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

Jalan Jenderal A. Yani, No. 40A Purwokerto 53126
Telepon (0281) 635624 Faksimil (0281) 636553www.uin-szu.ac.id

**SURAT KETERANGAN UJIAN PROPOSAL SKRIPSI
NOMOR : 989/UN.19/FD.LMKI/PP.05.2/4/2023**

Yang bertanda tangan di bawah ini Ketua Jurusan Manajemen dan Komunikasi Islam menerangkan bahwa proposal skripsi dengan judul sebagaimana tersebut dalam daftar di bawah ini benar-benar telah diajukan Pada hari Kamis Tanggal 9 Maret 2023

No	Nama	Nim	Judul
1	Slamet Safii	1617102037	Konstruksi Jihad dalam Film Hotel Mumbai Analisis Semiotika John Fiske
2	Ochi Amelia Putri	1917102089	Analisis Wacana Moderasi Beragama Gus Baha' diChannel Youtube Santri Gayeng
3	Nur Hasim	2017102136	Representasi Kritik Sosial dalam Animasi Tekotok (Analisis Semiotika Roland Barthes pada Channel Youtube Tekotok)
4	Zamroh Arofi NurFadhilah	1917102108	Pola Komunikasi Guru Program Tahfidz Pasca TPQ(PTPT) dalam Meningkatkan Kualitas Hafalan di TPQ Metode Qiro'ati Al-Falah Bobosan PurwokertoUtara
5	Arif Faazi Fadila	1717102097	Pesan Dakwah dalam Seni Desain Grafis pada Akun Instagram @Aricleyafria (Analisis Semiotika Roland Barthes)
6	Dwi Setyo Arini	1917102079	Dakwah Bil Qolam Habib Husein Ja'far Al-HadarDalam Buku "Seni Merayu Tuhan"
7	Ira Asiatul Azizah	1917102081	Desain Grafis sebagai Media Dakwah di Era Millennial (Studi Deskriptif pada Akun Instagram @Iqomic)
8	Alfiah Nihayatul Azizah	1717102048	Perselingkuhan dalam Film Takdir Cinta Yang Kupilih Episode 1-10 Di Jejaring Sosial Youtube @Setv (Analisis Narasi Model Vladimir Propp)
9	Muhammad Samudra Firdaus	1917102046	Iklan Rokok dan Dinamika Perilaku Merokok pada Mahasiswa Amikom Purwokerto
10	Muhammad FikriKhoiric	1817102114	Komunikasi Organisasi Pengurus Karang TarunaSatria Garuda di Kelurahan Karangkesem Kecamatan Purwokerto Selatan Kabupaten Banyumas
11	Halla Sajidda	1917102006	Strategi Public Relations pada Brand Image HotelOyo Syariah Purwokerto

Purwokerto, 6 April 2023
Ketua Jurusan

Ibu EsratulIslah, MA

Lampiran 2 Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif



**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.uinsaiu.ac.id

SURAT KETERANGAN
Nomor : B.039 /UN.19/FD.J.BKI/ PP.07.3/1/2023

Yang bertanda tangan di bawah ini Ketua Jurusan Manajemen dan Komunikasi menerangkan bahwa, mahasiswa tersebut di bawah benar – benar telah melaksanakan ujian Komprehensif pada Jum'at, tanggal 6 Januari 2023 dan dinyatakan **LULUS**

No	Nama	Nim	Nilai	
			Angka	Huruf
1	Putri Maharani Nurlaila	1917102011	80	B+
2	Dwi Setianingrum	1917102009	80	B+
3	Irma Rizqi Yani Solihah	1917102142	78	B+
4	Khusnul Khotimah	1817102109	80	B+
5	Irgi Achmad Fachrezi	1917102126	78	B+
6	Nur Kholifah	1817102121	71	B
7	Anindya Dian Kusuma	1817102090	71	B
8	Arif Faozi Fadila	1717102097	75	B
9	Atin Prihatin	1917102045	75	B
10	Novia Wiwit Noer Al Fijah	1917102061	71	B
11	Siti Prihatin Ningsih	1917102033	83	A-
12	Salsa Amalia	1917102027	83	A-
13	Zulia Adzkiyati	1717102133	88	A
14	Tiara Adriyana Rizky	1917102005	84	A-
15	Abdul Aziz Nurazaman	1917102004	79	B+

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Purwokerto, 9 Januari 2023

Gus Uswatusolihah, MA

Lampiran 3 Sertifikat Bahasa

UNITS PELAKSANA TERKINI BAHASA UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO

MINISTRY OF RELIGIOUS AFFAIRS OF THE REPUBLIC OF INDONESIA
STATE ISLAMIC UNIVERSITY PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
LANGUAGE DEVELOPMENT UNIT
Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto, Jawa Tengah, Indonesia | www.uinsaizu.ac.id | www.bahasa.uinsaizu.ac.id | +62 (281) 635624

وزارة الشؤون الدينية جمهورية إندونيسيا
جامعة الأستاذ كياهي الحاج سيف الدين زهري الإسلامية الحكومية بورووكرتو
الوحدة لتنمية اللغة

CERTIFICATE
الشهادة
No.B-1234/Un.19/K.Bhs/PP.009/6/2023

This is to certify that
Name **ARIF FAOZI FADILA**
Place and Date of Birth **Cilacap, 13 Februari 1999**
Has taken **IQLA**
with Computer Based Test,
organized by Language Development Unit on **27 Juni 2023**
with obtained result as follows
Listening Comprehension: 40 **Structure and Written Expression: 45** **Reading Comprehension: 50**
فهم السموع فهم العبارات والتراكيب فهم المقروء

منحت إلى
الاسم
محل وتاريخ الميلاد
وقد شارك/ت الاختبار
على أساس الكمبيوتر
التي قامت بها الوحدة لتنمية اللغة في التاريخ
مع النتيجة التي تم الحصول عليها على النحو التالي

Obtained Score : **450** **المجموع الكلي :**

The test was held in UIN Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto.

تم إجراء الاختبار بجامعة الأستاذ كياهي الحاج سيف الدين زهري الإسلامية الحكومية بورووكرتو.

Purwokerto, **27 Juni 2023**
The Head of Language Development Unit,
رئيسة الوحدة لتنمية اللغة

Dr. Ade Ruswatie, M. Pd.
NIP. 19860704 201503 2 004

Activate
Go to Setting



UNITS PELAKSANA TERKINI BAHASA UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO

MINISTRY OF RELIGIOUS AFFAIRS OF THE REPUBLIC OF INDONESIA
STATE ISLAMIC UNIVERSITY PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
LANGUAGE DEVELOPMENT UNIT
Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto, Jawa Tengah, Indonesia | www.uinsaizu.ac.id | www.bahasa.uinsaizu.ac.id | +62 (281) 635624

وزارة الشؤون الدينية جمهورية إندونيسيا
جامعة الأستاذ كياهي الحاج سيف الدين زهري الإسلامية الحكومية بورووكرتو
الوحدة لتنمية اللغة

CERTIFICATE
الشهادة
No.B-1229/Un.19/K.Bhs/PP.009/6/2023

This is to certify that
Name **ARIF FAOZI FADILA**
Place and Date of Birth **Cilacap, 13 Februari 1999**
Has taken **EPTUS**
with Computer Based Test,
organized by Language Development Unit on **27 Juni 2023**
with obtained result as follows
Listening Comprehension: 48 **Structure and Written Expression: 46** **Reading Comprehension: 41**
فهم السموع فهم العبارات والتراكيب فهم المقروء

منحت إلى
الاسم
محل وتاريخ الميلاد
وقد شارك/ت الاختبار
على أساس الكمبيوتر
التي قامت بها الوحدة لتنمية اللغة في التاريخ
مع النتيجة التي تم الحصول عليها على النحو التالي

Obtained Score : **450** **المجموع الكلي :**

The test was held in UIN Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto.

تم إجراء الاختبار بجامعة الأستاذ كياهي الحاج سيف الدين زهري الإسلامية الحكومية بورووكرتو.

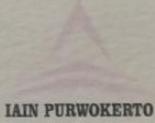
Purwokerto, **27 Juni 2023**
The Head of Language Development Unit,
رئيسة الوحدة لتنمية اللغة

Dr. Ade Ruswatie, M. Pd.
NIP. 19860704 201503 2 004

Activate
Go to Setting



Lampiran 4 Sertifikat BTA PPI



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
UPT MA'HAD AL-JAMI'AH
Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53126
Telp : 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553, www.iainpurwokerto.ac.id

SERTIFIKAT

Nomor: B-205/In.17/UPT.MAJ/Sti.011/X/2017

Diberikan oleh UPT Ma'had Al-Jami'ah IAIN Purwokerto kepada:

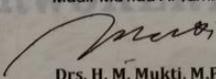
ARIF FAUZI FADILA

1717102097

Sebagai tanda yang bersangkutan telah **LULUS** dalam Ujian Kompetensi Dasar Baca Tulis Al-Qur'an (BTA) dan Pengetahuan Pengamalan Ibadah (PPI).

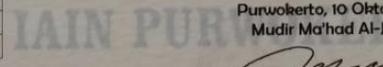
MATERI UJIAN	NILAI
1. Tes Tulis	93
2. Tartil	90
3. Kitabah	75
4. Praktek	80

Purwokerto, 10 Oktober 2017
Mudir Ma'had Al-Jami'ah,



Drs. H. M. Mukti, M.Pd.I
NIP. 19570521 198503 1 002

NO SERI MAJ-MB-2017-046



Lampiran 5 Sertifikat APLIKOM

SERTIFIKAT

APLIKASI KOMPUTER

KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
UPT TEKNOLOGI INFORMASI DAN PANGKALAN DATA
Alamat: Jl. Jend. Ahmad Yani No. 40A Telp. 0281-635624 Website: www.iainpurwokerto.ac.id Purwokerto 53126



No. IN.17/UPT-TIPD/8609/N/2022

SKOR	HURUF	ANGKA
86-100	A	4.0
81-85	A-	3.6
76-80	B+	3.3
71-75	B	3.0
65-70	B-	2.6

Diberikan Kepada:

ARIF FAOZI FADILA

NIM: 1717102097

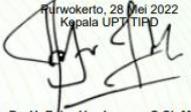
Tempat / Tgl. Lahir: Cilacap, 13 Februari 1999

MATERI	NILAI
Microsoft Word	80 / B+
Microsoft Excel	85 / A-
Microsoft Power Point	80 / B+

Sebagai tanda yang bersangkutan telah menempuh dan **LULUS** Ujian Akhir Komputer pada Institut Agama Islam Negeri Purwokerto **Program Microsoft Office®** yang telah diselenggarakan oleh UPT TIPD IAIN Purwokerto.




Purwokerto, 28 Mei 2022
Kapala UPT TIPD



Dr. H. Fajar Hardoyono, S.Si, M.Sc
NIP. 19801215 200501 1 003

Lampiran 6 Sertifikat PPL



Lampiran 7 Sertifikat KKN



Lampiran 8 Daftar Riwayat Hidup

DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS



ARIF FAOZI FADILA, Dilahirkan di Kabupaten Cilacap tepatnya di Dusun Sidanegara Desa Sidanegara Kecamatan Kedungreja pada hari sabtu tanggal 13 Februari 1999. Anak kedua dari tiga bersaudara pasangan dari Sumardi dan Tumini. Peneliti menyelesaikan pendidikan di Sekolah Dasar di SD Negeri Sidanegara 04 di Kecamatan Kedungreja Kabupaten Ci;acap pada tahun 2011. Pada tahun itu juga peneliti melanjutkan Pendidikan di SMP Negeri 1 Kedungreja dan tamat pada tahun 2014 kemudian melanjutkan Madrasah Aliyah di MAN 1 Darussalam Ciamis pada tahun 2014 dan selesai pada tahun 2017. Pada tahun 2017 peneliti melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi negeri, tepatnya di Uiversita Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri (UIN SAIZU) Purwokerto Fakultas Dakwah pada Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam (KPI). Selain kuliah peneliti juga mengikuti organisasi seperti Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Master. Peneliti menyelesaikan kuliah strata satu (S1) pada tahun 2023.

Sejatinya kesempurnaan hanya milik Sang Maha Pencipta, maka penulis sangat mengharapkan kritik dan saran mengenai skripsi ini, yang dapat disampaikan kepada penulis di alamat email faozifadila@gmail.com, atau No. HP: 0888983197119.