

**DAKWAH VISUAL MELALUI INSTAGRAM (Analisis Semiotika Model
Charles Sanders Pierce Terhadap Akun @dailymuslimahindonesia)**



HALAMAN JUDUL

SKRIPSI

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

Oleh:

Fina Fauziah

1917102052

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
JURUSAN MANAJEMEN DAN KOMUNIKASI ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. KH. SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO
2024**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fina Fauziyah

NIM : 1917102052

Jenjang : S1

Jurusan : Manajemen dan Komunikasi Islam

Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi Islam

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi berjudul **Dakwah Komunikasi Visual Melalui Instagram (Analisis Semiotika Model Charles Sanders Pierce Terhadap Akun @dailymuslimahindonesia)** ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya sendiri bukan dibuatkan oleh orang lain, bukan suduran, juga bukan terjemahan. Hal-hal yang bukan karya peneliti yang dikutip dalam skripsi ini, diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

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

Purwokerto, 5 Januari 2024
Penulis



Fina Fauziyah
NIM. 1917102052



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

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

PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

DAKWAH VISUAL MELALUI INSTAGRAM (ANALISIS SEMIOTIKA MODEL

CHARLES SANDERS PIERCE TERHADAP AKUN

@DAILYMUSLIMAHINDONESIA)

Yang disusun oleh **Fina Fauziah** NIM 1917102052 Program Studi **Komunikasi dan Penyiaran Islam** Jurusan Manajemen dan Komunikasi Islam Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifudin Zuhri, telah diujikan pada hari Selasa, tanggal **9 Januari 2024** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Sosial (S.Sos)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Pembimbing

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

Sekretaris Sidang/Penguji II

Lutfi Faishol, M.Pd.
NIP. 19920128 201903 1 013

Penguji Utama

Dr. Aris Saefulloh, S.Sos.I, M.A.
NIP. 19790125 200501 1 001

Mengesahkan,
Purwokerto, 13 Januari 2024
Dekan,



Dr. Muskanul Fuad, M.Ag.
NIP. 19741226 200003 1 001

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin
Zuhri Purwokerto
Di Purwokerto

Assalamu'alaikum wr. Wb

Setelah melaksanakan bimbingan, telaah arahan dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari:

Nama : Fina Fauziyah
NIM : 1917102052
Jenjang : S-1
Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah
Judul : **Dakwah Visual Melalui Instagram (Analisis Semiotika Model Charles Sanders Pierce Terhadap Akun @dailymuslimahindonesia)**

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto, 5 Januari 2024
Pembimbing



Wanto, M. Kom
NIP 198111192006041004

MOTTO

“Hidup bukan saling mendahului, bermimpilah sendiri-sendiri”

-Hindia



Dakwah Visual melalui Instagram (Analisis Semiotika Model Charles Sanders Pierce Terhadap Akun @dailymuslimahindonesia)

Fina Fauziyah
1917102052

ABSTRAK

Aktivitas dakwah di era digital saat ini telah berkembang luas hingga mencakup lebih banyak masyarakat, terutama melalui platform media sosial Instagram. Instagram menjadi salah satu platform utama untuk menyebarkan pesan-pesan dakwah kepada khalayak, salah satu contohnya adalah akun Instagram @dailymuslimahindonesia dalam upayanya berdakwah, yang menggunakan gambar-gambar *hand drawn* yang memuat pesan dakwah dan dikemas dengan desain yang menarik dipadukan dengan ilustrasi dan pewarnaan yang sesuai. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui makna pesan dakwah pada akun Instagram @dailymuslimahindonesia berdasarkan struktur Semiotika Charles Sanders Pierce yang meliputi *representament*, *object*, dan *interpretant* dengan unsur tanda ikon, indeks, dan simbol. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu bagaimana analisis semiotika Charles Sanders Pierce terhadap pesan dakwah pada akun Instagram @dailymuslimahindonesia.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif yang dapat menghasilkan pendeskripsian yang tajam dan mendalam. Penelitian ini memfokuskan analisis 9 postingan akun Instagram @dailymuslimahindonesia sepanjang bulan Februari 2023-Mei 2023. Gambar yang memuat pesan dakwah diteliti menggunakan analisis semiotika Charles Sanders Pierce. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan lewat wawancara, yang mewawancarai pengelola akun Instagram @dailymuslimahindonesia melalui WhatsAps, observasi, terhadap gambar-gambar pada akun Instagram @dailymuslimahindonesia, serta dokumentasi yang diperoleh dari sumber tertulis.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam 9 postingan akun Instagram @dailymuslimahindonesia terdapat tiga struktur Semiotika Charles Sanders Pierce yang meliputi, *representament*, *object*, dan *interpretant*. dengan acuan tanda di dalamnya yaitu, ikon, indeks, simbol. Dimana yang memiliki keragaman adalah unsur ikon dan indeks. Dalam 9 postingan tersebut memuat tiga jenis pesan dakwah yaitu Aqidah, Syari'ah, dan Skhlak. pesan dakwah aqidah mencakup mentaadabburi Al-Qur'an, pemahaman tentang istiqomah, dan kagum terhadap kekuasaan Allah. Kemudian pesan dakwah syari'ah memuat masalah hukum dan aturan Islam, seperti meninggalkan shalat, menuntutu ilmu agama, dan sedekah hari jum'at. Kemudian pesan dakwah akhlak meliputi perubahan positif dalam perilaku individu untuk menjadi lebih baik, menjauhkan diri dari sikap buruk, seperti purba-sangka, dan jangan membandingkan diri sendiri dengan orang lain.

Kata kunci: Pesan Dakwah, Instagram @dailymuslimahindonesia, Analisis Semiotika

Dakwah Visual melalui Instagram (Analisis Semiotika Model Charles Sanders Pierce Terhadap Akun @dailymuslimahindonesia)

Fina Fauziyah
1917102052

ABSTRACT

Da'wah activities in today's digital era have expanded to cover more people, especially through the social media platform Instagram. Instagram is one of the main platforms to spread da'wah messages to the public, one example is the Instagram account of @dailymuslimahindonesia in its efforts to preach, which uses *hand drawn images* that contain da'wah messages and are packaged with attractive designs combined with appropriate illustrations and coloring. This study aims to determine the meaning of da'wah messages on @dailymuslimahindonesia Instagram account based on Charles Sanders Pierce's Semiotic structure which includes representation, object, and interpretant with elements of icons, indexes, and symbols. The formulation of the problem in this study, namely how Charles Sanders Pierce's semiotic analysis of da'wah messages on Instagram accounts @dailymuslimahindonesia.

This research is a qualitative descriptive research that can produce sharp and in-depth descriptions. This research focuses on analyzing 9 posts of @dailymuslimahindonesia Instagram accounts throughout February 2023-May 2023. Images containing proselytizing messages were examined using Charles Sanders Pierce's semiotic analysis. Data collection techniques in this study were conducted through interviews, which interviewed Instagram account managers @dailymuslimahindonesia through WhatsAps, observations, images on @dailymuslimahindonesia Instagram account, and documentation obtained from written sources.

The results of this study showed that in 9 Instagram account posts @dailymuslimahindonesia there were three Charles Sanders Pierce Semiotic structures which include, *representation, object, and interpretant*. with reference to signs in it i.e, icons, indexes, symbols. Where what has diversity are the elements of icons and indexes. The 9 posts contain three types of da'wah messages, namely Aqidah, Shari'ah, and Akhlak. The message of da'wah aqidah includes taadabburi of the Qur'an, understanding of istiqomah, and admiration for the power of Allah. Then the message of shari'ah da'wah contains issues of Islamic law and rules, such as abandoning prayer, demanding religious knowledge, and Friday alms. Then the message of moral da'wah includes positive changes in individual behavior to be better, abstaining from bad attitudes, such as prejudice, and not comparing yourself with others.

Keywords: Da'wah Message, Instagram @dailymuslimahindonesia, Semiotics Analysis.

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah berkat rahmat Allah Swt, skripsi ini merupakan hasil dari kesabaran dan do'a yang diiringi dengan kerja keras yang berjalan bersamaan. Dengan segenap rasa syukur saya mempeprsembahkan kepada:

Almamater penulis

Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji syukur kami panjatkan kepada Allah SWT yang memberikan, nikmat, rahmat dan hidayahnya sehingga penulis diberi kemudahan serta kemampuan dalam pembuatan skripsi ini hingga selesai yang berjudul **“Dakwah Komunikasi Visual melalui Instagram (Analisis semiotika Model Charles Sanders Peirce terhadap Akun @dailymuslimahindonesia)”**. Sholawat dan salam, semoga terlimpah curahkan kepada nabi Agung Muhammad SAW dan keluarganya, serta sahabatnya yang telah membawa kita dari zaman jahiliyah ke zaman yang terang benderang seperti saat ini.

Proses penyusunan skripsi ini terbentuk dengan doa dan serta dukungan yang diberikan berbagai pihak sehingga penulis menyelesaikan penulisan ini dengan baik. Maka, dengan rasa keikhlasan dan rasa rendah hati penulis. Perkenankan penulis menyampaikan teima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag., Rektor UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto
2. Dr. Muskinul Fuad, M. Ag. Dekan Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Uus Uswatusolihah, M.A selaku ketua jurusan Manajemen dan Komunikasi Islam.
4. Dedi Riyadin, M.I.Kom., Koordinator Prodi Komunikasi Penyiaran Islam.
5. Wardo M.Kom., dosen pembimbing skripsi, terimakasih atas segala arahan, nasehat, serta kesabarannya dalam membimbing penulisan skripsi.
6. Segenap Dosen Fakultas Dakwah dan seluruh civitas akademik UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah membekali berbagai ilmu pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman selama menempuh studi di Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. *My beloved parents*, Bapak Sutarno dan Ibu Sarti Susanti yang merupakan sosok orang tua terhebat dalam hidup penulis, karena telah memberikan seluruh cinta kasih sayangnya, serta doa-doa yang dipanjatkan dan *support*

yang tidak pernah putus. Terimakasih banyak, semoga selalu diberikan kesehatan, perlindungan, dan keberkahan hidup dari Allah SWT.

8. Kepada kedua adikku tersayang, Dwi Aulia Putri dan Chairil Rafky Rojabi. Terima kasih sudah ikut serta dalam proses penulis menempuh pendidikan selama ini, terimakasih atas semangat, doa, dan cinta yang selalu diberikan kepada penulis dengan sepenuh hati. Tumbuhlah menjadi versi terbaik yang paling hebat adik-adiku sayang.
9. Mas R selaku pendengar setia keluh kesah, pemberi motivasi, terima kasih telah mendukung dan kebersamai penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Terimakasih kepada teman-teman yang sudah membantu, menyemangati penulis selama proses kepenulisan Atik Maelani, Intania Zariya Nayya, Khaida Jannatul Abror, Nimas Maulida Zulfa, Nida Fatikhatun Nikmah, Amalia Nur Hidayah.
11. Teman-teman seperjuangan, khususnya KPI-B 2019 yang sudah memberikan pengalaman dan kenangan selama belajar bersama.
12. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, secara langsung maupun tidak langsung maupun tidak langsung yang telah memberikan semangat dan bantuan sehingga terselesaikan skripsi ini.
13. Dan yang terakhir, kepada diri saya sendiri. Fina Fauziyah. Terimakasih sudah bertahan sejauh ini. Terimakasih tetap memilih berusaha dan merayakan dirimu sendiri sampai di titik ini, walau sering kali merasa putus asa atas apa yang diusahakan dan belum berhasil, namun terima kasih tetap menjadi manusia yang selalu berusaha dan tidak lelah mencoba. Terima kasih karena memutuskan tidak menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dan telah menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dirayakan untuk diri sendiri. Berbahagialah selalu dimanapun berada. Fina, apapun kurang dan lebihmu mari merayakan diri sendiri.

Dalam hal ini, penulis sadar bahwa skripsi ini jauh dari kata baik, maka dengan ini jauh dari kata baik, maka dengan ini penulis mengharapkan kritik

dan saran yang bersifat membangun dari pembaca yang dapat menjadikan sebuah pelajaran berharga bagi penulis dalam kepenulisan yang selanjutnya.

Purwokerto, 5 Januari 2024
Penulis



Fina Fauziyah



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PENGESAHAN.....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iiiv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Penegasan Istilah	6
C. Rumusan Masalah.....	8
D. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian	8
E. Kajian Pustaka	10
F. Sistematika Pembahasan.....	13
BAB II LANDASAN TEORI	15
A. Dakwah	15
1. Pengertian Dakwah	15
2. Unsur-Unsur Dakwah	16
3. Pesan Dakwah.....	19
4. Sumber Pesan Dakwah	21
B. Desain Komunikasi Visual	21
1. Pengertian Desain Komunikasi Visual	21
2. Unsur-Unsur Komunikasi Visual.....	23

3. Prinsip Kerja Desain	27
C. Media Sosial	28
1. Pengertian Media Sosial	28
2. Jenis Media Sosial	29
D. Media Sosial Instagram	30
1. Pengertian Instagram	30
2. Sejarah Instagram	31
3. Fitur Instagram.....	32
E. Teori Semiotika Charles Sanders Peirce.....	34
1. Pengertian Semiotika	34
2. Latar Belakang Charles Sanders Pierce	35
3. Kerangka Analisis Teori Semiotika Charles Sanders Pierce	36
BAB III METODE PENELITIAN.....	38
A. Jenis Penelitian	38
B. Sumber Data	38
1. Data Primer.....	38
2. Data Sekunder.....	39
C. Subjek dan Objek Penelitian.....	39
D. Metode Pengumpulan Data.....	39
E. Teknik Analisis Data	40
BAB IV HASIL PENELITIAN	42
A. Profil Instagram @dailymuslimahindonesia	42
1. Gambaran Umum Akun Instagram @dailymuslimahindonesia.....	42
B. Penyajian Data.....	43
C. Analisis Data.....	46
BAB V PENUTUP	80
A. Kesimpulan	80
B. Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN.....	85
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	86

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Postingan Gambar Akun Instagram @dailymuslimahindonesia dari bulan Februari-Mei 2023	44
-----------	---	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	Screenshot profil Instagram @dailymuslimahindonesia	6
Gambar 2. 1	Tipologi Tanda	37
Gambar 4.1	Screenshot profil Instagram @dailymuslimahindonesia	43
Gambar 4.2	Postingan dengan tema mentadabburi Al-Qur'an (6/4/23).....	47
Gambar 4.3	Postingan dengan tema istiqomah itu berat (6/5/23)	51
Gambar 4.4	Postingan dengan tema kagum terhadap kekuasaan Allah (6/5/23)	54
Gambar 4.5	Postingan dengan tema menjadi lebih baik (10/3/23)	58
Gambar 4.6	Postingan dengan tema menjauhi purba-sangka (16/5/23).....	62
Gambar 4.7	Postingan dengan tema jangan membandingkan diri sendiri dengan orang lain (12/2/23)	66
Gambar 4.8	Postingan dengan tema puasa tidak shalat (4/4/23).....	69
Gambar 4.9	Postingan dengan tema menuntut ilmu agama (5/3/23)	73
Gambar 4.10	Postingan dengan tema sedekah hari jum'at (31/3/23).....	76

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Screenshot Profil Instagram @dailymuslimahindonesia.....	85
Lampiran 2. Wawancara dengan founder akun @dailymuslimahindonesia.....	86



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Berdakwah dengan berbagai cara adalah salah satu tugas yang diamanahkan oleh Allah SWT dan merupakan kewajiban bagi setiap orang yang beragama Islam. Cara-cara ini dapat mencakup berperan dalam melakukan kebaikan, menghindari dari yang buruk, memeberikan nasihat, dan lain sebagainya. Hal ini menunjukkan bahwa syari'at atau hukum Islam lebih fokus pada usaha manusia melalui kemampuan dan keahliannya dibandingkan hasil yang maksimal.¹

Dakwah secara bahasa berasal dari akar kata atau fi'il (kata kerja) "daá-yadú" dengan arti memanggil, mengajak atau menyeru lalu berkembang sebagai da'watan berarti seruan, panggilan dan ajakan. Sementara itu, para ahli mendefinisikannya sangat beragam.² Dakwah adalah kegiatan yang mendasar dalam Islam dan menjadi kewajiban bagi seorang muslim agar dapat melanjutkan tugas orang-orang terdahulu dalam menyampaikan panggilan Allah Swt kepada manusia tentang sebuah hal yang baik dan buruk untuk mengarah kejalan yang lurus. Islam sebagai agama dengan prinsip *rahmatan lil'Alamin* menyampaikan dakwah dengan menjunjung tinggi akhlak, tanpa adanya pemaksaan. Karena itu berdakwah menjadi suatu kewajiban bagi setiap muslim, sebagaimana firman Allah Swt:

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

Artinya: Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuru kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar; merekalah orang-orang yang beruntung. (Q.S. Al-Imran:104)³

¹ Asmuni Syukir. *Dasar-dasar strategi dakwah Islam* (Al-Ikhlash, 1987), hal. 87

² Eko Sumadi, "Dakwah dan Media Sosial: Menebarkan Kebaikan Tanpa Diskrimasi", *Jurnal Dakwah*, Vol 4 No 1, 1 Juni 2016: hal. 176.

³ PT Sygma Examedia Arkanleema Al-Qur'an Q.S Al Imran/3:104

Ayat di atas memerintahkan kepada umat muslim untuk menjalankan peran aktif dalam masyarakat dengan berusaha mendorong kebaikan dan mencegah kemungkaran. Dengan melakukan hal ini, umat muslim diharapkan dapat membantu menciptakan masyarakat yang lebih adil, beretika, dan sesuai dengan nilai-nilai ajaran Islam. Selain itu juga hal tersebut merupakan cara untuk menyebarkan ajaran Islam kepada umat manusia lainnya dengan tindakan dan teladan positif

Dakwah saat ini berkembang sesuai dengan kemajuan zaman dan secara signifikan mengalami perubahan, mulai dari jumlah pengikut, metode, materi, hingga media yang digunakan. Kegiatan dakwah di zaman modern seperti sekarang dapat menyebar lebih luas dan mampu menjangkau banyak masyarakat dengan cara dan media baru yang beragam.⁴

Tidak dapat dipungkiri bahwa era revolusi 4.0 telah melahirkan peradaban baru bagi umat manusia yang ditandai dengan pesatnya kemajuan teknologi industri dan teknologi informasi. Hampir seluruh aspek kehidupan manusia yang awalnya bersifat tradisional perlahan mulai berubah mengikuti arus modernisasi dan digitalisasi.

Produk teknologi yang kini banyak dimanfaatkan oleh masyarakat dan berkembang cukup pesat adalah internet. Sebagai produk teknologi, internet telah memunculkan jenis interaksi sosial yang baru dan berbeda dengan interaksi sosial sebelumnya. Jika di masalalu, masyarakat berinteraksi secara *face to face communication*, maka sekarang ini masyarakat berinteraksi lewat dunia maya. Hal ini menjadikan masyarakat memiliki alternatif lain untuk berinteraksi sosial tanpa dibatasi ruang dan waktu.⁵

Internet sendiri merupakan sistem jaringan komputer yang terhubung ke seluruh penjuru dunia. Berbagai jenis informasi dapat

⁴ Ulfa Fauzia Zahra, Ahmad Sarbini, and, Asep Shodiqin. Media Sosial Instagram sebagai Media Dakwah. *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, Vol 1, No 2, Juni 2016*, hal. 61

⁵ Alayusi Shifeti. *Media Sosial Interaksi* (Prenada Media Group: 2016), hal, 1.

ditemukan di internet, dari politik, pendidikan, kesehatan, olahraga, budaya, hiburan, dan agama hingga sains. Semua jenis informasi memiliki representasi di internet.⁶

Tujuan hadirnya internet adalah untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia, salah satunya pemenuhan kebutuhan informasi. Setiap orang membutuhkan informasi sebagai bagian dari tuntutan kehidupan serta penunjang berbagai aktivitasnya. Maka, internet berperan penting dalam pemenuhan kebutuhan informasi tersebut.⁷

Munculnya internet sangat berpengaruh salah satunya pada aspek religiusitas. Dimana masyarakat muslim mengalami transformasi dalam berbagai aspek terutama dalam bidang dakwah. Diera ini dakwah tidak lagi dilakukan secara lisan atau verbal melalui ceramah di mimbar ataupun di majelis ta'lim saja. Kini pesan dakwah juga harus mampu menjangkau kebutuhan informasi masyarakat terhadap kajian nilai-nilai keislaman yang dapat dilakukan melalui beragam media.

Hadirnya internet berdampingan dengan munculnya berbagai platform media sosial seperti Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, dan lain sebagainya. Media sosial memiliki relevansi yang tinggi dalam mendukung efektivitas dan efisiensi dakwah di era saat ini. Media sosial memang tempat yang cocok untuk berdakwah.⁸ Dakwah melalui media sosial dapat disampaikan dengan lebih baik dibandingkan dengan dakwah melalui acara keagamaan konvensional. Hal ini dimungkinkan karena masyarakat, yaitu pemilik akun media sosial, berada dalam situasi di mana mereka tidak merasa dipaksa.

Di antara banyaknya media sosial saat ini, Instagram adalah salah satu platform media sosial yang mendukung kegiatan dakwah secara fleksibel. Dengan berbagai fitur yang tersedia, Instagram menjadi alat

⁶ Dwy Rahmawati and Ahmad Zaini. "Efektivitas Dakwah melalui Media Sosial Di Era Media Baru". *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*. Vol.8 No.1 2021. hal. 163

⁷ Alayusi Shifeti. *Media Sosial Interaksi* (Prenada Media Group: 2016), hal. 1.

⁸ Zahra, Ulfa Fauzia, Ahmad Sarbini, and Asep Shodiqin. "Media Sosial Instagram sebagai Media Dakwah" *Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*. Vol. 1 No. 2 2016. hal. 66

yang efektif untuk menyebarkan pesan-pesan dakwah kepada audiens dengan leluasa. Salah satu penyampaian dakwah yang sedang populer yaitu melakukan dakwah di Instagram melalui komunikasi visual, yaitu jenis komunikasi yang mengandalkan penggunaan elemen visual, seperti gambar, foto, seni, tipografi, ilustrasi, dan warna untuk menyampaikan pesan dakwah secara lebih menarik dan efektif dalam menarik perhatian pengguna Instagram. Dakwah visual telah menjadi trend dalam penggunaan Instagram untuk menyebarkan pesan dakwah.⁹

Instagram dan komunikasi visual memiliki keterkaitan yang erat. Instagram merupakan platform media sosial yang sangat terkait dengan komunikasi visual, hal ini karena Instagram secara khusus didesain untuk berbagi foto dan video. Dengan fitur-fitur seperti posting gambar, video, story, IGTV, dan lainnya yang memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi dan menyampaikan pesan dengan menggunakan elemen visual sebagai media utama. Instagram menyediakan berbagai fitur dan tampilan yang mendukung penyampaian pesan dakwah secara visual. Para penggerak dakwah dapat menggunakan gambar, ilustrasi, video, teks berformat menarik, serta berbagai filter dan efek visual untuk menarik perhatian dan menyampaikan pesan dakwah dengan cara yang kreatif. Instagram menjadi salah satu platform utama yang di manfaatkan oleh para penggerak dakwah untuk mendigitalisasai dakwah. Hal ini berarti ajaran Islam dan pesan-pesan agama dikemas dalam bentuk digital yang sesuai dengan trend dan kebutuhan zaman, yang memiliki tujuan agar pesan dakwah lebih relevan, mudah diakses, dan menarik bagi objek dakwah (mad'u), terutama generasi muda yang aktif di media sosial. Dengan menggunakan elemen-elemen visual yang menarik dan konten yang sesuai dengan kekinian, para penggerak dakwah dapat menciptakan konten yang lebih menarik dan relevan bagi audiens mereka.

Akun Instagram @dailymuslimahindonesia adalah salah satu contoh akun yang aktif membagikan konten dakwah Islam dengan

⁹ Kursianto, A. "Pengantar Desain Komunikasi Visual" (Cv: Andi Offset, 2009). hal. 10

menggunakan platform Instagram. Akun ini menggabungkan elemen visual dengan pesan-pesan Islami, seperti kutipan-kutipan, ilustrasi, dan gambar, untuk menyampaikan pesan dakwah kepada pengikutnya. Terdapat beberapa akun Instagram yang memanfaatkan aplikasi ini untuk syiar Islam yang juga telah menarik banyak pengguna instagram. Hal ini terlihat dari cukup banyaknya jumlah *followers* pada beberapa akun dakwah. Pertama, @xkwavers yang berdakwah lewat video dan gambar kartun dengan *audience* utama adalah korean wavers. Saat ini jumlah pengikutnya mencapai 76,9ribu orang. Kedua, akun @quotehijrah.id dengan dakwah berupa video yang diisi quote atau kutipan sebagai pengingat diri, motivasi, dan inspirasi. Saat ini jumlah pengikutnya sebanyak 63 ribu orang. Ketiga, akun @_meme_dakwah_islam yang berdakwah dengan meme berupa gambar dan video. Dimana jumlah followersnya saat ini adalah 81,4ribu orang.

Dari beberapa akun di atas yang memanfaatkan instagram untuk berdakwah, penulis memilih akun @dailymuslimahindonesia didirikan pada tahun 2021 dan memiliki lebih dari 106ribu pengikut dengan kurang lebih berjumlah 849 postingan yang di dalamnya menyajikan konten dakwah mencakup berbagai aspek agama, seperti aqidah, syari'ah, dan akhlak. akun ini secara khusus menargetkan kaum milenial atau anak muda sebagai objek dakwahnya. Selain itu desain yang digunakan dalam akun ini sangat menarik. Ilustrasi gambar yang menggambarkan karakter muslimah dengan pipi chubby memberikan elemen yang lucu dan menggemaskan yang membuat konten dakwah lebih atraktif dan menarik perhatian pengikut dan bahkan tertarik untuk meng-*share* kembali postingan tersebut.¹⁰ Berikut adalah tampilan dari akun @dailymuslimahindonesia pada tanggal 12 Januari 2024 .

¹⁰ Putri, Pratiwi, *Wawancara*, Purwokerto, 29 Juli 2023



Gambar 1. 1 Screenshot profil Instagram @dailymuslimahindonesia

Pemanfaatan komunikasi visual dalam berdakwah merupakan salah satu *trend* baru yang berkembang dalam upaya menyebarkan agama Islam dengan mencakup penggunaan gambar, ilustrasi, video, dan elemen-elemen visual lainnya. Hal tersebut menjadikan penulis mengangkat tema ini sebagai bahan penelitian dengan judul "**Dakwah Komunikasi Visual Melalui Instagram (Analisis Semiotika Model Charles Sanders Pierce Terhadap Akun @dailymuslimahindonesia)**". Dalam hal ini penulis akan menggunakan analisis semiotika untuk mencari dan mengungkap makna pesan dakwah yang disampaikan melalui visual dan bagaimana pesan-pesan tersebut diterima oleh audien.

B. Penegasan Istilah

1. Dakwah

Dakwah merupakan kegiatan menyampaikan seruan kepada manusia dalam hal kebaikan, menyuruh untuk berbuat makruf, mencegah dari perbuatan keji atau kemungkaran. Kegiatan dakwah memiliki unsur seorang da'i sebagai penyampai seruan, mad'u sebagai objek yang didakwahi, serta maddah (materi dakwah).

Dakwah berisi tentang pesan-pesan yang disampaikan oleh seorang da'i kepada mad'u yang bersumber dari al-Qur'an serta Hadits yang berkaitan dengan pedoman hidup umat Islam. Tujuan disampaikannya pesan dakwah adalah untuk terciptanya kehidupan yang sejahtera sesuai dengan syariat Islam.

2. Desain Komunikasi Visual

Desain komunikasi visual adalah Ilmu yang bertujuan untuk mempelajari konsep-konsep komunikasi melalui berbagai media untuk menyampaikan pesan atau gagasan secara visual dengan mengelola elemen-elemen dalam desain grafis yang berupa bentuk, gambar, serta komposisi warna dan layout. Dengan demikian, gagasan dapat diterima oleh orang atau kelompok yang merupakan penerima pesan yang dimaksud.¹¹

3. Akun Instagram @dailymuslimahindonesia

Akun Instagram @dailymuslimahindonesia merupakan akun yang digunakan untuk menyampaikan pesan dakwah Islam yang didalamnya berupa kutipan-kutipan dari Al-Qur'an, dan hadits, nasihat agama, dan lain sebagainya. Dengan jumlah pengikut yang mencapai 106ribu dan ada kurang lebih 849 postingan, akun ini memiliki pengaruh yang cukup besar dalam mempengaruhi remaja-remaja di media sosial untuk berhijrah, yaitu mendekatkan diri kepada Allah dan menjalani kehidupan sesuai dengan ajaran Islam.

¹¹ Putra Ricky W. "Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan" (Yogyakarta: Andi, 2020). hal.6

4. Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce

Semiotika merupakan salah satu ilmu analisis untuk mengkaji tanda, salah satu semiotika adalah menurut pandangan Charles Sanders Pierce yang merupakan sesuatu yang dimaknai dengan pembahasan sebuah tanda, yang mulanya merupakan sebuah studi atas kode-kode dengan didasarkan pada logika yang membuat seseorang mampu menalar. Namun, penalaran baik Pierce ini dilakukan dengan Charles Sanders Peirce mengartikan semiotika adalah sesuatu yang biasanya diartikan sebagai suatu pengkajian mengenai tanda-tanda (studi tanda-tanda),

Tanda-tanda yang dapat digunakan dalam gambar dapat digolongkan ke dalam ikon, indeks, dan simbol.¹² Ketiga hal tersebut adalah seperangkat hubungan yang mana antara dasar (bentuk), objek (*referent*), serta konsep (*Interpretant* atau *reference*). Presepsi kadang terbentuk dari bentuk dan setelah dihubungkan dengan objek akan menimbulkan *interpretant*.¹³

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, maka penulis dapat merumuskan permasalahan yaitu, bagaimana analisis Semiotika Charles Sanders Pierce terhadap pesan dakwah pada akun instagram @dailymuslimahindonesia?

D. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana analisis semiotika Charles Sanders Pierce terhadap pesan dakwah pada akun Instagram @dailymuslimahindonesia berdasarkan struktur semiotika Charles Sanders Pierce yang meliputi, *representament*, *object*, dan

¹² Sumbo Tinarbuko, "Semiotika Komunikasi Visual" (Yogyakarta: Jalasutra, 2009). hal. 16

¹³ Sumbo Tinarbuko, "Semiotika Komunikasi Visual" (Yogyakarta: Jalasutra, 2009). hal. 14

interpretant. Dengan melihat tanda, dari segi acuanya yaitu ikon indeks, dan simbol.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

- 1) Memberikan kontribusi bagi kajian ilmu pengetahuan bidang komunikasi, khususnya terkait dengan desain komunikasi visual.
- 2) Memberikan semangsih rujukan referensi penelitian dalam bidang komunikasi visual
- 3) Dapat memberikan khazanah ilmu baru dalam melakukan dakwah di era modern.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi penulis

Manfaat bagi penulis yaitu menambah wawasan atau pengetahuan mengenai cara berdakwah menggunakan poster digital. Selain itu, penulis juga mengetahui bagaimana penerapan teori Charles Sanders Pierce dalam menganalisis makna

2) Bagi pembaca

Manfaat bagi pembaca adalah untuk memberikan pemahaman betapa pentingnya konten visual dakwah, guna menghindari konten negatif di media. Serta, memberikan pemahaman mengenai teori semiotika.

3) Bagi generasi Muda & Desainer Grafis Muslim

Memberikan motivasi generasi muda untuk semakin kreatif dalam melakukan dakwahnya. Juga, memberikan saran kepada desainer grafis untuk membuat karya yang mengandung nilai moral dan keislaman yang jauh dari provokasi.

E. Kajian Pustaka

Berdasarkan penelusuran peneliti, ada beberapa skripsi yang relevan dengan judul skripsi yang akan dibuat. Sehingga untuk mendapatkan hasil yang baik maka kajian pustaka ini diperlukan untuk mencari teori-teori dan konsep-konsep yang dapat dijadikan sebagai gambaran dan acuan bagi peneliti dalam menyusun penelitian ini. Adapun skripsi yang relevan dengan penelitian ini yaitu:

1. Jurnal Nur Rizky Toybah, mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Antasari Banjarmasin “Dakwah Komunikasi Visual Melalui Akun Instagram @haditsku.”¹⁴ Dalam jurnal ini menggunakan metode analisis isi kualitatif dan mengklasifikasikan gambar dakwah komunikasi visual terhadap materi dakwah yang mengandung pesa Akidah, Syariah. Akhlak maupun yang memenuhi unsur komunikasi visual dan prinsip keseimbangan.

Persamaanya terletak pada kajian desain komunikasi visual, sedangkan perbedaanya terletak pada objek yang diteliti, penelitian jurnal di atas adalah Instagram akun @Haditsku, sedangkan penelitian ini menggunakan akun Instagram @dailymuslimahindonesia dengan analisis semiotika Charles Sanders Peirce untuk melihat makna pesan dakwah dibalik gambar yang diunggah dalam akun tersebut.

2. Skripsi Mohammad Zamroni, mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Ampel Surabaya “Desain Komunikasi Visual Jurnalism Online (Analisis Kualitatif Deskriptif Karakter Desain Komunikasi Visual Website suaramuslim.net)”¹⁵.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian diatas sama-sama menggunakan media instagram dan sama-sama mengkaji desain komunikasi visual.

¹⁴ Nur Rizky Toybah, “Dakwah Komunikasi Visual Melalui Akun @haditsku”, Jurnal Ilmu dan Teknik Dakwah. Vol. 04 No. 07 2016

¹⁵ Mohammad Zamroni “Desain Komunikasi Visual Jurnalism Online (Analisis Kualitatif Deskriptif Karakter Desain Komunikasi Visual Website suaramuslim.net). Skripsi: 2018. Surabaya. UIN Sunan Ampel Surabaya

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian diatas terletak pada tujuan, tujuan penelitian ini ingin mengetahui isi pesan dakwah visual dalam akun instagram @dailymuslimahindonesia, sedangkan penelitian diatas tujuannya adalah ingin mengetahui bagaimana elemen dan karakter desain komunikasi visual website suaramuslim.net berdasarkan analisis Miles dan Hubberman.

3. Skripsi Warsandi, mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta “Pesan Komunikasi Dakwah melalui Desain Komunikasi Visual dalam fanpage Facebook *Naidu Clothing*”.¹⁶ Penelitian ini menggunakan analisis semiotik Roland Barthes yang mengkaji aktifitas komunikasi dakwah menggunakan desain komunikasi visual dalam fanpage facebook Naidu Clothing dan teori perspektif CMC untuk membahas respon pengunjung fanpage facebook Naidu Clothing. Hasil dari penelitian ini menghasilkan kesimpulan yang menunjukkan bahwa prinsip desain komunikasi visual seperti prinsip penekanan (emphasis) dan prinsip kesatuan (unity) telah diaplikasikan dalam tipografi, ilustrasi dan warna disetiap karyanya untuk menyampaikan pesan- pesan dakwah.

Persamaan dengan penelitian ini sama-sama mengkaji desain komunikasi visual, sedangkan perbedaannya terletak pada subjek dan metode analisis penelitian. Pada penelitian Warsandi menggunakan semiotika Roland Barthes untuk membahas bagaimana desain komunikasi visual pada fanpage facebook Naidu Clothing sebagai komunikasi dakwah. Sedangkan penelitian ini meneliti gambar pada akun instagram @dailymuslimahindonesia menggunakan analisis semiotik Charles Sanders pierce.

4. Skripsi Mufid Anshori, mahasiswa jurusan Komunikasi Penyiaran Islam IAIN Surakarta “Dakwah Instagram (Analisis Wacana Teun A

¹⁶ Warsandi, “*Pesan Komunikasi Dakwah melalui Desain Komunikasi Visual dalam fanpage Facebook Naidu Clothing*”. Skripsi: 2016. Yogyakarta. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Van Dijk pada Akun @Nunuzoo”.¹⁷ Dalam penelitian ini digunakan analisis wacana, yang dihasilkan bahwasannya dilihat dari segi teks, topik pesan mengangkat larangan pacaran, sedangkan pada segi kognisi sosial dan segi konteks sosial didapati menggambarkan peran Nurul Azka dalam pengalamannya terkait pacaran, dan @Nunuzoo mendukung adanya pernikahan tanpa pacaran namun bisa jadi menganjurkan ta’arufan baru menikah. Perbedaan yang menonjol dalam penelitian ini adalah teknik analisis yang berbeda antara analisis wacana dan semiotika, juga objek penelitian perorangan.

5. Skripsi Dwi Askinta, mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Purwokerto “Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce (Komunikasi Visual Dakwah Persuasif pada Akun Instagram @xkwavers)”.¹⁸ Penelitian tersebut membahas mengenai makna dakwah dan elemen komunikasi visual pada akun Instagram @xkwavers yang diuraikan menggunakan analisis semiotika milik Charles Sanders Pierce. Perbedaan penelitian tersebut dengan yang dilakukan penulis terletak pada objek penelitian dan pembahasannya. Di mana alam penelitian ini objeknya adalah gambar di akun Instagram @dailymuslimahindonesia dan menjabarkan tentang pesan dakwah. Untuk persamaannya terlihat pada metode yang digunakan, yaitu sama-sama menerapkan metode analisis semiotika Charles Sanders Pierce.
6. Jurnal Siti Nurazizah dan Nia Kurniati 2022, mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam “Analisis Isi Pesan Dakwah pada Akun Instagram @iqomic Januari-Maret 2021”¹⁹. Jurnal penelitian tersebut menguraikan pesan dakwah aqidah, syariah, dan akhlak pada

¹⁷ Anshori Mufid. “*Dakwah Instagram (Analisis Wacana Teun A Van Dijk pada Akun @Nunuzoo)*”. Skripsi. 2019. Surakarta: Institut Agama Islam Negeri Surakarta.

¹⁸ Dwi Askinta. “*Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce (Komunikasi Visual Dakwah Persuasif pada Kartun Instagram @xkwavers)*”. Skripsi. 2021. Purwokerto: Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.

¹⁹ Siti Nurazizah, and Nia Kurniati (2022). Analisis Isi Pesan Dakwah pada Akun Instagram @iqomic Januari-Maret 2021. Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam (JRKRI), Vol. 2

postingan akun Instagram @iqomic periode Januari-Maret 2021 dengan metode analisis isi Klaus Krippendorff. Bentuk perbedaan antara penelitian tersebut dengan yang dilakukan penulis terlihat pada objek dan metode penelitiannya. Pada penelitian terdahulu objeknya adalah postingan @iqomic yang diteliti menggunakan metode analisis isi Klaus Krippendorff. Sedangkan objek pada penelitian ini adalah postingan @dailymuslimahindonesia yang diteliti menggunakan metode analisis semiotika Charles Sanders Pierce. Untuk persamaan keduanya, yaitu sama-sama mencari dan menguraikan pesan dakwah pada objek penelitiannya.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan adalah suatu kerangka yang akan digunakan dalam penelitian, yang bertujuan agar dapat memberikan gambaran pokok tentang pembahasan-pembahasan yang akan ditampilkan pada penelitian sehingga memudahkan serta tidak menimbulkan kerancuan bagi pembaca. Maka peneliti akan menyajikan sistematika pembahasan yang dimulai dari bab pertama sampai bab terakhir. Adapun sistematika pembahasan yang akan ditampilkan pada penelitian ini sebagai berikut:

BAB I

Pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, penegasan istilah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka, serta sistematika pembahasan.

BAB II

Landasan Teori merupakan dasar teori yang digunakan dalam menunjang penelitian ini, dalam landasan teori berisi dakwah, desain komunikasi visual, media sosial Instagram, dan teori semiotika Charles Sanders Pierce.

BAB III

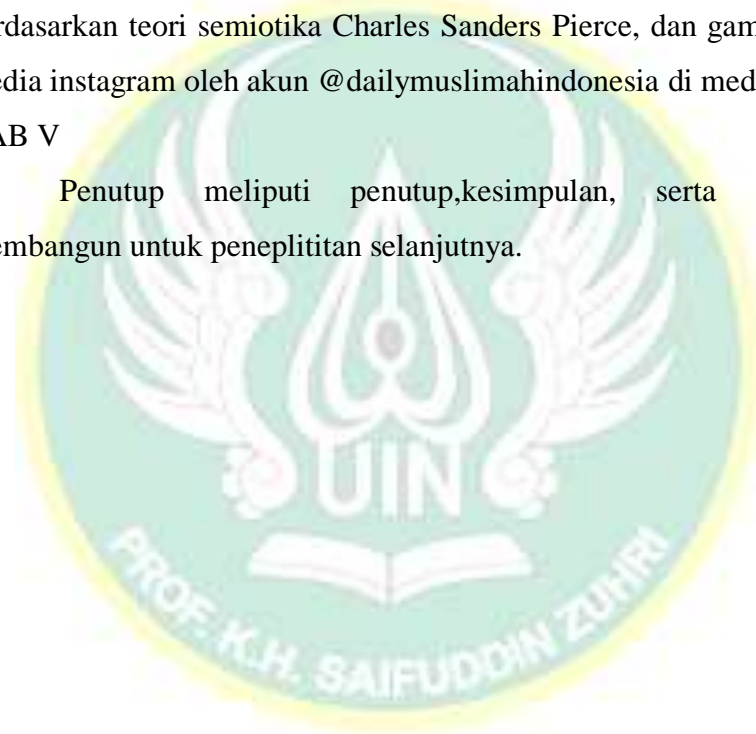
Metode Penelitian yang meliputi pendekatan dan jenis penelitian, sumber data, subjek dan objek penelitian, metode pengumpulan data, dan teknik analisis data. Pada bab ini, dibahas lebih jauh mengenai penelitian ini guna memperoleh informasi dan hasil yang baik.

BAB IV

Hasil Penelitian meliputi penyajian sebuah data tentang makna pesan dakwah komunikasi visual pada akun @dailymuslimahindonesia yaitu mengenai isi pesan dakwah visual yang akan terlihat dan dihasilkan berdasarkan teori semiotika Charles Sanders Peirce, dan gambaran umum media instagram oleh akun @dailymuslimahindonesia di media sosial.

BAB V

Penutup meliputi penutup, kesimpulan, serta saran yang membangun untuk penelitian selanjutnya.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Dakwah

1. Pengertian Dakwah

Kata "dakwah" berasal dari kata bahasa arab *da'a, yad'u, da'watan* yang berarti menyeru, memanggil, mengajak, atau mengundang. Definisi yang diungkapkan oleh para ahli mempunyai tafsiran yang berbeda-beda.²⁰

Secara istital, para ahli memiliki tafsiran yang berbeda-beda sesuai dengan sudut pandang mereka di dalam memberikan pengertian dakwah. Berikut dikutip dari beberapa pendapat, diantaranya.²¹

- a. A. Hasjmy, dakwah yaitu mengajak orang lain untuk meyakini dan mengamalkan syari'at dan aqidah Islam yang telah dianut dan diamalkan oleh pendakwahnya sendiri
- b. Prof. H.M. Thoha Yahya Omar, dakwah ialah upaya mengajak manusia dengan cara bijaksana dengan jalan yang benar sesuai perintah Tuhan untuk kemaslahatan di dunia dan akhirat.
- c. Syaikh Ali Makhfudz, dalam kitabnya *Hidayatul Mursyidin* menjelaskan bahwa dakwah Islam ialah mengajak manusia agar berbuat baik dan mengikuti petunjuk, menyeru mereka berbuat kebaikan dan mencegah dari kemungkaran agar mereka mendapat kebahagiaan di duunia dan akhirat.
- d. Hamzah Yakub, dakwah adalah mengajak umat manusia dengan hikmah (kebijaksanaan) untuk mengikuti petunjuk Allah dan Rasul-Nya.

Hal ini selaras dengan firman Allah dalam Q.S Al-Imran: 104:

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

Artinya: Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepa yang ma'ruf, dan mencegah dari yang munkar merekalah orang-orang yang beruntung.²²

²⁰ Ropingi El Ishaq, *Pengantar Ilmu Dakwah: Studi Komprehensif Dakwah dari Teori ke Praktik* (Jawa Timur: Madani, 2016), hal. 9.

²¹ Ropingi El Ishaq, *Pengantar Ilmu Dakwah: Studi Komprehensif Dakwah dari Teori ke Praktik* (Jawa Timur: Madani, 2016), hal. 9.

²² PT Sygma Examedia Arkanleema Al-Qur'an Q.S Al Imran

Dalam ayat ini, Allah SWT memberikan pedoman kepada umat Islam untuk mendirikan kelompok-kelompok yang bertujuan untuk memerintahkan yang baik dan mencegah yang buruk. Ini adalah bagian dari tanggung jawab umat Muslim dalam memelihara moralitas dan etika dalam masyarakat. Dengan melakukan ini, mereka dapat memainkan peran yang positif dalam meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat dan menjaga agar masyarakat tidak jatuh ke dalam perbuatan yang buruk atau dosa.

Dari beberapa pengertian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa dakwah merupakan suatu kegiatan komunikasi yang berisi ajakan, seruan, serta bimbingan terhadap umat manusia untuk bisa hidup sesuai dengan petunjuk Allah dan Rasul-Nya. Usaha tersebut merupakan aktivitas yang disengaja dan terencana yang dilakukan individu atau kelompok organisasi untuk mengajak masyarakat mengimani serta mengamalkan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari tanpa unsur paksaan.

2. Unsur-Unsur Dakwah

Unsur-unsur dakwah adalah komponen-komponen yang terdapat dalam setiap kegiatan dakwah. Unsur-unsur tersebut adalah da'i (pelaku dakwah), mad'u (mitra dakwah), maddah (materi dakwah), wasilah (media dakwah), thariqah (metode), dan atsar (efek dakwah).²³

a. Da'i (Pelaku Dakwah)

Da'i adalah orang yang melaksanakan dakwah baik lisan, tulisan, maupun perbuatan yang dilakukan baik secara individu, kelompok, atau lewat organisasi /lembaga. Da'i juga harus mengetahui cara menyampaikan dakwah tentang Allah, alam semesta, dan kehidupan, serta apa yang dihadirkan dakwah untuk memberikan solusi, terhadap problema yang dihadapi manusia.

²³ M, Munir. *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2009), hal. 34.

Namun pada dasarnya saemua pribadi Muslim itu berperan secara otomatis sebagai mubaligh atau orang yang menyampaikan atau dalam bahasa komunikasi dikenal sebagai komunikator. Untuk itu dalam komunikasi dakwah yang berperan sebagai da'I atau mubaligh ialah:²⁴

- 1) Secara umum, setiap muslim yang mukalaf (sudah dewasa). Kewajiban dakwah telah melekat pada mereka sesuai dengan kemampuan masing-masing sebagai realisasi perintah Rasulullah untuk menyampaikan Islam kepada semua orang walaupun hanya satu ayat.
 - 2) Secara khusus adalah muslim yang telah mengambil spesialisasi (mutakhashish) di bidang agama Islam, yaitu ulama dan sebagainya.
- b. Mad'u (Penerima Dakwah)
- Mad'u, 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. kepada manusia yang belum beragama islam, dakwah bertujuan untuk mengajak mereka untuk mengikuti agama islam; sedangkan kepada orang-orang yang telah beragama islam dakwah bertujuan meningkatkan kualitas iman, islam, dan ihsan.
- c. Maddah (Materi) Dakwah

Maddah dakwah adalah isi pesan atau materi yang disampaikan Da'i kepada Mad'u. dalam hal ini sudah jelas bahwa yang menjadi maddah dakwah adalah ajaran islam itu sendiri.²⁵

²⁴ Moh, Ali Aziz, Ilmu Dakwah (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009), hal 89

²⁵ Muhammad Munir, and Wahyu Illahi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2006), hal. 24.

d. Wasilah (media) Dakwah

Dakwah adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran islam) kepada mad'u. Untuk menyampaikan materi islam kepada umat, dakwah dapat menggunakan berbagai wasilah. Hamzah Ya'qub membagi wasilah dakwah menjadi lima macam, yaitu:²⁶

- 1) Lisan merupakan media dakwah dengan suara atau lidah, bisa berupa ceramah, pidato, kuliah, bimbingan, penyuluhan, dan lainnya.
- 2) Tulisan adalah media dakwah melalui tulisan, buku, majalah, koran, spanduk, dan sebagainya.
- 3) Lukisan adalah media dakwah lewat gambar dan sejenisnya.
- 4) Audiovisual adalah media dakwah yang bisa dilihat, didengar, atau keduanya. Seperti televisi, video, internet, dan sebagainya.
- 5) Akhlak merupakan media dakwah melalui perbuatan nyata sesuai ajaran Islam atau didengar mad'u secara langsung.

e. Thariqoh (metode) dakwah

Suatu jalan atau cara yang digunakan juru dakwah untuk menyampaikan materi dakwah Islam. Ketika menyampaikan pesan dakwah, peran metode ini sangat penting, karena suatu pesan dakwah meskipun baik, tapi apabila disampaikan lewat metode yang tidak benar, maka pesan itu bisa saja ditolak oleh si penerima pesan.²⁷

Berdasarkan Al-Qur'an surat An-Nahl:125, secara garis besar metode dakwah terbagi menjadi tiga, yaitu:

- 1) *Bil al-Hikmah*, yaitu berdakwah dengan memerhatikan situasi dan kondisi dengan fokus pada kemampuan sasaran dakwah, sehingga

²⁶ Muhammad Munir, and Wahyu Illahi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2006), hal. 14

²⁷ Muhammad Munir, and Wahyu Illahi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2006), hal. 33

mereka dengan sukarela menjalankan berbagai ajaran Islam selanjutnya, tidak lagi merasa keberatan atau terpaksa.

- 2) *Mau'izatul Hasanah*, yaitu berdakwah dengan rasa kasih sayang dengan menyampaikan ajaran Islam atau memberikan nasihat.
- 3) *Maujadalah Billati Hiya Ahsan*, yaitu berdakwah dengan cara bertukar pikiran dan membantah dengan cara yang baik tanpa memberikan tekanan yang berat pada individu atau kelompok yang menjadi sasaran dakwah.

f. Atsar (Efek Dakwah)

Dalam setiap aktivitas dakwah pasti akan menimbulkan reaksi. Artinya jika dakwah telah dilakukan oleh seorang dai dengan materi dakwah, wasilah, dan thariqoh tertentu. Maka akan timbul respons dan efek pada mad'u (penerima dakwah).

Ada dua jenis efek dakwah yang dijelaskan Jalaluddin Rahmat. Pertama, efek kognitif yang berhubungan dengan pengetahuan, pemahaman, dan persepsi khalayak, sehingga berpengaruh pada perubahan sikap serta nilai. Kedua efek behavioral yang merujuk pada perilaku nyata yang dapat dilihat dan diamati, berupa pola-pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan berperilaku.²⁸

3. Pesan Dakwah

Pesan dakwah yaitu segala sesuatu yang disampaikan oleh da'I kepada mad'u. Isi pesan dakwah tersebut bersumber dari Al-Qur'an dan Sunnah Rasul-Nya, pada prinsipnya pesan apapun dapat dijadikan sebagai pesan dakwah selama tidak bertentangan dengan sumber utamanya.

Pesan dakwah dapat diklasifikasikan menjadi tiga hal yaitu:

a. Aqidah

Aqidah yaitu iman kepada Allah Swt, yang meliputi iman kepada Allah, malaikat, Rasull, qadla dan qadar, dan hari kiamat.

²⁸ Muhammad Munir, and Wahyu Illahi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2006), hal. 35.

Aqidah menjadi dasar utama dalam sikap dan aktivitas manusia dalam kehidupan sehari-hari.²⁹

b. Akhlak

Akhlak merupakan bentuk jamak dari kata *khuluq* yang berarti tabiat, watak, perangai, dan budi pekerti. Akhlak berada didalam jiwa untuk membentuk perilaku manusia. Akhlak memiliki kedudukan yang tinggi dalam Islam sebagaimana hadist Nabi yaitu “*Tiada sesuatu yang lebih berat timbangannya seorang mukmin daihari kiamat, selain dari pada keindahan akhlaq, sesungguhnya Allah keji terhadap orang yang keji mulut dan kelakuannya.*” (HR. Tirmizi).³⁰

c. Syari’ah

Pesan dakwah syari’ah bersifat sangat luas dan menyatukan umat islam. Selain mengandung dan mencakup aspek sosial dan moral, pesan dakwah dimaksudkan untuk memberikan gambaran yang benar dan akurat dari bukti atau dalil untuk melihat persoalan pembaharuan agar umat tidak terjerumus ke dalam kejelekan. Karena yang diinginkan dari dakwah adalah kebaikan.³¹

Aspek syari’ah meliputi ibadah yang dalam arti khusus ialah (*thaharah, shalat, shaum, zakat, dan haji*) dan muamalah dalam arti luas (*al-qanun al khas* atau hukum perdata, *alqanun al-‘am* atau hukum publik).

²⁹ Rahmat Ramadhani, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Yogyakarta: Samudra Biru, 2018), hal. 102.

³⁰ Muhammad Qadaruddin Abdullah, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Qiara media, 2019), hal. 69-70.

³¹ Muhammad Munir dan Wahyu Illahi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2006), hal. 21.

4. Sumber Pesan Dakwah

Pada dasarnya, keseluruhan pesan dakwah bersumber dari dua pokok ajaran Islam yaitu:³²

1) Al-Qur'an

Al-Qur'an didefinisikan oleh sejumlah ulama sebagai kalamullah (ucapan Allah) yang diturunkan kepada Nabi Muhammad SAW dan sampai kepada manusia melalui jalan mutawatir, tertulis dalam mushaf, diawali dengan surat Al-Fatihah dan diakhiri dengan surat An-Nas, serta membacanya dipandang ibadah. Al-Qur'an adalah sumber utama dan pertama untuk menyampaikan pesan dakwah. Oleh karena itu subjek dakwah harus menguasai Al-Qur'an, baik dalam membacanya maupun menguasai isi kandungannya.

2) Hadits

Hadits merupakan sumber kedua materi dakwah yang berupa penjelasan Nabi dalam merealisasikan kehidupan berdasarkan Al-Qur'an. Penguasaan materi hadits sangat penting karena beberapa ajaran Islam berasal dari Al-Qur'an dan ditafsirkan dalam hadits oleh sabda Nabi. Oleh karena itu, penguasaan materi hadits adalah salah satu bekal yang harus disiapkan untuk subjek dakwah.

B. Desain Komunikasi Visual

1. Pengertian Desain Komunikasi Visual

Kata desain itu sendiri diserap dari bahasa Inggris yaitu design, tetapi asal kata "Desain" yaitu "designo" (Italia) yang berarti gambar, sekitaran abad ke-17 Inggris mengganti kata desain untuk membentuk School of design Tahun 1837. Makna desain waktu itu disamakan dengan istilah Craft ataupun keterampilan, kemudian Ruskin dan

³² Samsul Munir Amin. *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Amzah 2009). hal. 88-89

Morris Yang merupakan dua tokoh anti industrial pada masa itu mendefinisikan desain sebagai seni berterampil tinggi.³³

Komunikasi visual (komunikasi melalui penglihatan) adalah sebuah rangkaian proses penyampaian informasi atau pesan kepada pihak lain dengan penggunaan media penggambaran yang hanya terbaca oleh indera penglihatan (media visual). Media visual mengkombinasikan seni, lambang, tipografi, gambar, desain grafis, ilustrasi, dan warna dalam penyampaiannya. Media visual berfungsi untuk menyalurkan pesan dari sumber ke penerima pesan. Pesan yang akan disampaikan dituangkan ke dalam simbol-simbol visual. Selain itu, fungsi media visual adalah untuk menarik perhatian, memperjelas sajian ide, menggambarkan atau menghiasi fakta yang mungkin akan cepat dilupakan jika tidak divisualkan.³⁴

Desain komunikasi visual sangat lekat dengan kehidupan manusia sehari-hari. Desain komunikasi visual merupakan representasi sosial budaya masyarakat dan salah satu manifestasi kebudayaan untuk meningkatkan kualitas hidup baik secara pribadi maupun kelompok. Istilah Desain komunikasi visual, atau yang biasa disebut Dekave atau Deskomvis, digunakan untuk memperbarui dan meningkatkan cakupan ilmu dan kreatifitas desain grafis. Selain itu, Desain komunikasi visual juga berkorelasi dengan hal-hal lain di kehidupan manusia, seperti teknologi, pendidikan, sosial, ekonomi, budaya, psikologis hingga politik. Luasnya fakta tentang Desain komunikasi visual memungkinkan ruang gagasan permasalahan untuk meningkatkan kreatifitas baik individu maupun kelompok untuk memberikan solusi atau memecahkan masalah dalam bidang Desain komunikasi visual.³⁵

³³ Agus Sachri and Yan Yan Sunarya, *"pengantar Tinjauan Desain"*, (tt : tp, 2005). hal. 166

³⁴ Nilnan Ni'mah. 2016. *"Dakwah Komunikasi Visual"*. Islamic Communication Journal Vol. 01, No. 01, hal 109.

³⁵ Muhammad Ghoyas Royhan and Dhevin Kawistoro Ngabekti. 2021. *"Problematika Desain Komunikasi Visual dan Plagiarisme dalam Dunia Desain Grafis"*. Journal of Advertising and Visual Communication. Vol. 2, No.1, hal 87

Desain komunikasi visual adalah ilmu yang mempelajari cara mengkomunikasikan pesan dengan cara yang kreatif yaitu dengan menggunakan elemen desain grafis seperti gambar (ilustrasi) huruf, tipografi, warna, komposisi dan layout. Hal tersebut dilakukan dalam rangka menyampaikan pesan kepada target sasaran melalui media visual, audio, dan atau audio visual. Tujuan utama komunikasi yaitu untuk menyampaikan pesan yang dapat merubah tingkah laku sesuai keinginan komunikator. Pesan tersebut harus dapat menarik perhatian ketika target sasaran melihat untuk pertama kalinya. Salah satu caranya adalah dengan menerapkan desain visual yang unik dan menarik perhatian audiens sehingga mudah untuk diingat.³⁶

2. Unsur-Unsur Komunikasi Visual

Dalam menghasilkan dan mewujudkan hasil desain yang baik, desain harus terlihat efisien dan memiliki nilai estetik dengan memperhatikan unsur-unsur desain. Beberapa unsur-unsur desain yang harus diperhatikan. Sebagai berikut.

a. Bentuk (*Shape*)

Bentuk merupakan segala sesuatu yang memiliki diameter, tinggi, dan lebar. Bentuk dasar yang biasa dikenal pada umumnya adalah bentuk kotak (*rectangle*), lingkaran (*circle*), segitiga (*triangle*), dan lain-lain. Berdasarkan sifatnya, bentuk dapat dibagi menjadi tiga, yaitu:³⁷

1) Bentuk Geometrik

Bentuk geometrik merupakan bentuk yang segala sesuatunya dapat diukur. Misalnya, bentuk kubus, silinder, limas, atau kerucut.

³⁶ Dadi Ahmadi. 2008 "Interaksi Simbiolik: Suatu Pengantar" Jurnal Mediator Vol. 9 No.2. hal. 170

³⁷ Lia Anggaraini S dan Kirana Nathalia, *Desain Komunikasi Visual: Dasar-Dasar panduan untuk Pemula*, (Bandung: Nuansa Cendekia, 2014), hal 32

2) Bentuk Natural

Bentuk natural ialah segala sesuatu yang dapat berubah ukurannya serta dapat bertumbuh dan berkembang. Bentuk yang tergolong dalam kategori natural misalnya seperti bunga, pohon, serta manusia

3) Bentuk Abstrak

Bentuk abstrak ialah segala sesuatu yang tidak jelas, kasat mata dan tidak berdefinisi. Jika dalam seni, dapat berupa bentuk yang tidak sesuai dengan bentuk aslinya.

b. Warna (*Color*)

Warna merupakan unsur yang paling penting dalam obyek desain. Dengan adanya warna dapat menampilkan citra yang ingin disampaikan, warna merupakan salah satu elemen yang dapat menarik perhatian, meningkatkan mood, menggambarkan citra sebuah perusahaan . Dalam penggunaan warna kita perlu memperhatikan kean apa yang ingin kita bangun dari desain tersebut. Warna juga merupakan faktor yang sangat penting dalam mendesain, setiap warna memiliki karakter dengan sifat yang berbeda-beda, pada setiap negara memiliki arti warna yang berbeda-beda, namun arti warna berikut berdasarkan lingkup yang universal.³⁸

1) Merah

Warna yang paling emosional dan cenderung ekstrim. Menyimbolkan agresivitas, keberanian, semangat, percaya diri, gairah, kekuatan, dan vitalitas.

2) Pink

Warna yang banyak disukai wanita ini menyiratkan sesuatu yang lembut dan menenangkan, cinta, kasih sayang, dan feminim.

³⁸ Lia Anggaraini S dan Kirana Nathalia, *Desain Komunikasi Visual: Dasar-Dasar panduan untuk Pemula*, (Bandung: Nuansa Cendekia, 2014). hal. 37.

3) Biru

Warna yang tidak lepas dari elemen langit, air, dan udara, bersosialisasi dengan alam, melambangkan keharmonisan, memberi kesan lapang, kesetiaan, ketenangan, sensitif, dan kepercayaan.

4) Kuning

Warna kuning akan meningkatkan konsentrasi, selain itu warna ini menyimbolkan warna persahabatan, optimisme, santai, gembira, harapan, toleran, menonjol, eksentrik.

5) Hijau

Hijau melambangkan alam, kehidupan, dan simbol fertilitas, sehat, dan natural.

6) Orange

Warna yang melambangkan sosialisasi, keceriaan, segar, semangat, keseimbangan, dan energi.

7) Ungu

Memberi kesan spiritual yang magis, mistis, misterius, dan mampu menarik perhatian, kekayaan, dan kebangsawanan.

8) Coklat

Merupakan warna yang natural, hangat, membumi, dan stabil, menghadirkan kenyamanan, memberi kesan anggun, kesejahteraan, dan elegan.

9) Abu-abu

Warna yang melambangkan kesederhanaan, intelek, futuristik, milenium.

10) Hitam

Warna hitam adalah warna yang kuat dan penuh percaya diri, penuh perlindungan, maskulin, elegan, dramatis, dan misterius.

c. Ilustrasi

Ilustrasi merupakan sebuah gambar atau foto yang didalamnya memiliki tujuan untuk menjelaskan sebuah teks dan makna serta meningkatkan daya tarik. Ilustrasi memiliki pandangan bahwa seni menjadi tujuan utama dalam mengembangkan daya tarik untuk menciptakan hasil desain yang memuaskan sehingga ilustrasi menjadi salah satu elemen kreatif dan fleksibel. Ilustrasi bisa berbentuk foto, gambar, sketsa, karikatur, dan lukisan.

Dalam penggunaan ilustrasi dalam desain visual akan cenderung dapat meningkatkan nilai-nilai estetika serta memberikan gambaran yang sesuai. Sehingga dalam gambar atau foto ilustrasi yang pada dasarnya memiliki sebuah karakter yang menonjolkan arti gambar atau foto tanpa menjelaskan atau menerangkan kembali sebuah objek atau keadaan didalamnya.

d. Tipografi

Tipografi merupakan salah satu bidang ilmu yang mempelajari tentang karakteristik dan spesifikasi huruf, sebagaimana mengatur dan memilah huruf untuk tujuan dan fungsi tertentu sesuai yang diinginkan. Tipografi tidak mempengaruhi bagaimana fungsi huruf pada umumnya sebab seorang desainer memiliki kebebasan untuk mengatur dan menciptakan hasil desain yang diinginkan. Sesuai dengan tujuannya, tipografi menjadikan gambar desain visual agar terlihat lebih indah.

Sebuah rangkaian huruf tidak hanya untuk menyampaikan sebuah makna tetapi juga menghadirkan citra atau gagasan visualnya. Hal ini dikarenakan dalam memilih huruf didalamnya

memiliki nilai estetika. Maka, pemilihan sebuah huruf akan bergantung pada perasaan yang diinginkan.³⁹

3. Prinsip Kerja Desain

Prinsip kerja desain membantu menentukan bagaimana desainer menggunakan dan menggabungkan berbagai elemen desain ke dalam tata letak yang baik. Berikut ada empat prinsip desain:⁴⁰

a. Keseimbangan

Keseimbangan merupakan bagian pembagian berat yang sama rata, secara visual maupun optik dan desain dikatakan seimbang apabila diukur dengan pembagian objek atau item kanan dan kiri tampak sama. Desain visual mengunggulkan keseimbangan dalam menciptakan hasil desain agar terlihat *balance*, nyaman dipandang serta tidak membuat khawatir bagi penikmat desain.⁴¹ Seperti halnya jika kita melihat pohon atau bangunan yang akan roboh, akan muncul perasaan tidak nyaman dan cenderung gelisah. Sebuah desain dikatakan seimbang apabila obyek pada bagian kiri atau kanan, atas atau bawah terkesan sama berat.

Untuk menciptakan keseimbangan dalam desain, ada 2 pendekatan untuk menciptakan keseimbangan yaitu:⁴²

- 1) Keseimbangan simetris, yang merupakan susunan dari elemen agar rata antara kanan dan kiri.
- 2) Keseimbangan asimetris, yang merupakan penyusunan elemen-elemen desain yang tidak sama antarsisi kiri dan sisi kanan.

³⁹ Adi Kursianto, Pengantar Desain Komunikasi Visual, (Yogyakarta: Andi, 2009). hal. 191

⁴⁰ Adi Kursianto, Pengantar Desain Komunikasi Visual, (Yogyakarta: Andi, 2009). hal. 41.

⁴¹ Lia Anggaraini S dan Kirana Nathalia, *Desain Komunikasi Visual: Dasar-Dasar panduan untuk Pemula*, (Bandung: Nuansa Cendekia, 2014). hal 41.

⁴² Ni Nyoman Sriwitari and I Gusti Nyoman Widnyana, *Desain Komunikasi Visual*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2020), hal. 48

b. Tekanan

Dalam desain sering disebut dengan istilah *focal point* atau *focus of interest* yaitu penonjolan salah satu elemen visual dengan tujuan menarik perhatian. *Focal point* juga sering disebut *center of interest* atau pusat perhatian.⁴³

c. Ritme

Irama adalah pengulangan gerak yang teratur dan terus menerus. Irama dapat berupa repetisi (elemen yang dibuat secara berulang-ulang) atau variasi (elemen visual yang disertai dengan perubahan bentuk, ukuran, atau posisi).⁴⁴

d. Kesatuan

Kesatuan merupakan prinsip yang menekankan pada keselarasan dari unsur-unsur yang disusun, baik dalam wujudnya maupun ide yang melandasi. Prinsip ini merupakan prinsip hubungan. Jika salah satu atau beberapa unsur grafis mempunyai sebuah hubungan, maka akan terlihat sebuah kesatuan desain.

C. Media Sosial

1. Pengertian Media Sosial

Media sosial adalah platform web berbasis yang memungkinkan penggunanya dapat dengan mudah melakukan interaksi sosial, berbagi informasi, dan menghasilkan konten. Beberapa jenis media sosial yang paling populer oleh orang-orang di seluruh dunia meliputi, blog, media sosial, dan wiki.⁴⁵

Menurut Boyd, yang dikutip Setiadi, media sosial adalah aplikasi yang memungkinkan orang dan kelompok untuk berinteraksi, berbagi, berkomunikasi, dan dalam beberapa situasi tertentu dapat berkerja atau bermain bersama. Pengguna media sosial dapat

⁴³ Lia Anggaraini S dan Kirana Nathalia, *Desain Komunikasi Visual: Dasar-Dasar panduan untuk Pemula*, (Bandung: Nuansa Cendekia, 2014). hal. 43

⁴⁴ Lia Anggaraini S dan Kirana Nathalia, *Desain Komunikasi Visual: Dasar-Dasar panduan untuk Pemula*, (Bandung: Nuansa Cendekia, 2014). hal. 43

⁴⁵ Anang Sugeng Cahyono, *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Indonesia*, Jurnal Publiciana, 2016. hal. 142

membuat konten sendiri, kemampuan ini disebut *user-generated content* sekaligus menjadi keunggulan tersendiri bagi media sosial. Berbeda dengan instansi atau perusahaan media sosial atau perusahaan media masa yang kontenta dibuat oleh editor.⁴⁶

2. Jenis Media Sosial

Menurut Liedfray, Foony, dan Jouke membagi media sosial menjadi lima jenis dalam jurnalnya tentang Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga, diantaranya.⁴⁷

a. Berbagi Video (*Video Sharing*)

Media sosial, sebagai platform berbagi video pasti dapat menyebarkan berbagai informasi yang menarik dan terkini. Tiga aplikasi yang paling sering digunakan adalah YouTube, Vimeo, dan Daily Motion yang berhubungan dengan jumlah pengguna dan komunitas yang telah dibuat.

b. Mikroblog

Aplikasi mikroblog dianggap paling mudag digunakan diantara program media sosial lainnya. Penggunanya memiliki banyak kebebasan membuat kmentar atau mengkritik pemerintah. Aplikasi ini berkembang menjadi yang paling terkenal di Indonesia setelah Facebook. Ada dua aplikasi yang cukup menojol dalam masyarakat Indonesia yakni Tumblr, dan Twitter.

c. Jaringan Sosial

Jaringan sosial juga dikenal sebagai *networking*, adalah situs web dimana seseorang dapat membuat profil pribadi dan terhubung dengan orang lain. Jaringan memiliki dua situs

⁴⁶ Ahmad Setiadi, *Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi*. Jurnal Kathulistiwa Informatika, 2016. hal.2

⁴⁷ Tongkotow Liedfray, Fonny J. Waani, and Jouke J Lasut. *Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara*. Jurnal Ilmiah Society Vol.2 No. 1 Tahun 2022. (Manado: UNSRAT, 2022). hal. 2.

jaringan sosial yang cukup banyak digunakan secara luas di Indonesia yaitu Facebook dan Instagram.

d. Jaringan Profesional

Tidak berbeda jauh dengan situs jaringan sosialm para pengguna aplikasi jaringan profesional biasanya terdiri dari akademisi, mahasiswa, dan pegawai pemerintah, dan pengamat. Aplikasi jaringan profesional yang populer di Indonesia antara lain Linkdln, Scribd dan Slideshare.

e. Berbagi Foto (*Photo Sharing*)

Aplikasi berbagi foto sangat populer di kalangan masyarakat Indonesia karena sifatnya yang berfokus pada penyebaran konten komunikasi sosial yang lebih santai, tidak serius, yang terkdang juga mengandung banyak elemen aneh, lucu, atau bahkan mentyeramkan. Bebrapa aplikasi yang cukup populer di Indonesia antara lain, Pinterest, Flickr, dan Instagram

D. Media Sosial Instagram

1. Pengertian Instagram

Instagram berasal dari pengertian keseluruhan fungsi pada aplikasi ini. Instagram terdiri dari dua kata “Insta” dan “Gram”. Kata “Insta” berasal dari kata “Instan”, yang berarti bahwa instagram menampilkan foto-foto secara instan layaknya kamera polaroid di dalam tampilannya. Sedangkan “Gram” berasal dari kata “Telegram” yang berarti memiliki cara kerja untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sehingga Instagram dapat mengacu ke kata “Instan-Telegram”.⁴⁸

Instagram secara sederhana dapat didefinisikan sebagai aplikasi mobile berbasis iOS, Android, dan Windows Phone dimana pengguna dapat membidik, mengedit dan memosting foto atau video ke halaman

⁴⁸ Cindie Sya'bania Feroza, and Desy Misnawati. “Penggunaan Media Pada Akun @Yhoophii_Official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan”. Jurnal Inovasi. Vol 14 No 1. (Palembang: Universitas Bina Darma, 2020). hal 35

utama instagram dan jejaring sosial lainnya. Foto atau video yang dibagikan akan terpampang di feed pengguna lain yang menjadi follower.⁴⁹

2. Sejarah Instagram

Instagram lahir pada 6 Oktober 2010 sebagai aplikasi *photo sharing revolutioner* melalui startup Burbn. Mike Krieger dan Kevin Systrom pertama kali membangun aplikasi ini, awalnya membangun prototipe yang disebut Burbn dan kemudian mengembangkannya. Secara mandiri Mike ikut bergabung dan akhirnya menjadikan Burbn sebagai aplikasi mobile berbasis HTML5, tetapi karena banyaknya fitur Burbn yang membuat berantakan, mereka berdua akhirnya memutuskan untuk mempertahankan fitur kapabilitas foto, komentar, dan like. Keputusan ini dibuat karena melihat *trend* pengguna Burbn yang lebih banyak memanfaatkan fitur berbagi foto dibanding fitur lain.⁵⁰

Kevin dan Mike selanjutnya mencari nama baru yang dianggap lebih afmiliar dari pada nama Burbn. Nama-nama ini dipilih sesuai dengan tema aplikasi dan dapat diingat oleh semua orang. Dengan ide merekam sesuatu dalam hidup pengguna yang dikombinasikan dengan elemen "*right here right now*" akhirnya, dipilihlah nama Instagram dari kata instant dan telegram. Selama 8 minggu, Kevin dan Mike bekerja keras menstraformasikan Burbn menjadi Instagram (IG), mereka menganalisis kelebihan dan kekurangan dari berbagai layanan foto dan meningkatkan aplikasi dengan menambahkan fitur baru. Instagram berhasil menjaring 25 ribu pengguna pada hari pertama peluncurannya dan mencapai 100 ribu pengguna dalam satu minggu. Instagram terus mendapatkan lebih banyak pengguna, dan sempat menjadi trending topic di Twitter untuk waktu yang cukup lama.

⁴⁹ Abdurrachman, "*Dasar-Dasar Public Relations*", (Bandung: Citra Aditya Bakti 1993).

⁵⁰ Bambang Dwi Atmoko, *Instagram Handbook*. (Jakarta: Media Kita 2012). hal. 3-7

Instagram, yang telah berada di platform IOS selama lebih setahun, beberapa kali mendapat penghargaan dari App Store, seperti masuk dalam featured apps, top free apps untuk kategori fotografi, dan puncaknya adalah penghargaan sebagai App of The Years 2011.

Seiring berjalannya waktu dan melihat perkembangan Instagram yang cukup pesat sebagai layanan photo sharing. Kevin akhirnya memutuskan untuk masuk ke platform Android buatan Goggle. Hal ini dilakukan untuk menjangkau lebih banyak pengguna di seluruh dunia. Setelah peluncurannya di Android pada 3 April 2012, pengguna Instagram yang sebelumnya berjumlah 1 juta hanya dalam waktu tempo 12 jam dan terus meningkat secara signifikan. Namun hanya berselang 9 hari setelah viral di Android tepatnya tanggal 12 April 2012, kehebohan baru terjadi karena Instagram telah diakuisisi Facebook dengan nilai mencapai USD 1 miliar dalam bentuk uang tunai dan saham.

3. Fitur Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan mengambil gambar atau foto yang menerapkan filter digital untuk mengubah tampilan efek foto, dan membagikannya ke berbagai layanan media sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Instagram memiliki lima menu utamayang terletak dibagian bawah yaitu sebagai berikut:

1) *Home Page*

Home Page adalah halaman utama yang menampilkan timeline foto-foto terbaru dari sesama pengguna yang telah diikuti. Cara melihat foto yaitu hanya dengan menggeser layar smartphone dari bawah ke atas seperti scroll mouse pada komputer. Kurang lebih 30 foto terbaru dimuat saat pengguna mengakses aplikasi, Instagram hanya membatasi foto-foto terbaru.

2) *Comments dan Likes*

Sebagai layanan jejaring sosial Instagram menyediakan fitur komentar dan suka, foto-foto yang ada di Instagram dapat

dikomentari dan disukai. Untuk komentar caranya cukup dengan tekan ikon bertanda balon komentar di bawah foto, kemudian diketik kesan-kesan mengenai foto pada kotak yang disediakan lalu tekan *send*. Untuk memberi suka pada foto cukup dengan *double tap* atau sentuh dua kali pada bagian foto yang ingin disukai atau bisa dengan menekan ikon berbentuk hati pada bagian sudut bawah foto, kemudian akan muncul ikon berbentuk hati di tengah-tengah bagian foto yang menandakan bahwa foto telah berhasil disukai.

3) *Explore*

Explore merupakan tampilan dari foto-foto populer yang paling banyak disukai para pengguna Instagram. Instagram menggunakan algoritma rahasia untuk menentukan foto mana yang dimasukkan ke dalam explore feed.

4) *Profil*

Profil pengguna dapat mengetahui secara detail mengenai informasi pengguna, baik itu dari pengguna maupun sesama pengguna lainnya. Halaman profil bisa diakses melalui gambar profil pengguna yang berada di sudut kanan bawah layer smartphone. Fitur ini menampilkan foto yang telah diunggah, jumlah pengikut (followers) dan jumlah mengikuti (following).

5) *Activity*

Activity merupakan fitur yang menampilkan notifikasi terhadap berbagai aktivitas yang dilakukan oleh pengguna Instagram.

6) *Direct Message*

Direct Message adalah fitur yang mampu mengirim pesan secara langsung yang dikirimkan pengguna ke pengguna lainnya. Pesan langsung ini tidak bisa dibaca oleh pengguna lain selain pengirim pesan langsung dan penerima pesan langsung tersebut.

7) *Shop*

Shop merupakan fitur terbaru dari Instagram yang menampilkan foto atau postingan yang diunggah dari akun bisnis Instagram. Fitur tersebut diciptakan untuk membantu para pelaku usaha yang menjajakan barang yang dijualnya secara online.

8) *Insta Story*

Insta Story adalah fitur yang mampu menampilkan baik itu foto, video, quotes, atau gambar dengan lama durasi penayangannya 15 detik dengan format secara vertikal.

9) *Reels*

Reels merupakan fitur terbaru dari Instagram di tahun 2021. Fitur ini digunakan untuk membuat video multi-klip hingga 30 detik yang kemudian dibagikan kepada teman atau siapa pun di Instagram. Pengguna Instagram juga dapat mengkreasikan video dengan teks, filter, dan audio. Selain itu, *reels* juga memungkinkan pengguna membuat transisi video yang mulus dengan *align* untuk menyejajarkan objek di antara lip, mengkolaborasikan video pribadi dengan video lain di Instagram dengan *me-remix reels*, serta melihat dan menjelajahi *reels* di profil seseorang.

E. Teori Semiotika Charles Sanders Peirce

1. Pengertian Semiotika

Kata semiotika berasal dari kata Yunani yang berarti “tanda”. Dua tokoh utama semiotika, menurut Berger, adalah Ferdinand de Saussure (1857-1913) dan Charles Sanders Peirce (1839-1914). Saussure dan Peirce mengembangkan semiotika sendiri, tidak saling mengenal satu sama lainnya.⁵¹

Istilah "semiotika atau semiotik" pertama kali digunakan oleh Charles Sanders Peirce, seorang filsuf pragmatik Amerika, pada akhir

⁵¹ Sumbo Tinarbuko. *Semiotika Komunikasi Visual*. (Yogyakarta: Jalasutra, 2009). hal. 11.

abad ke-19. Istilah ini mengacu pada doktrin formal tentang tanda-tanda. Konsep tanda adalah dasar semiotika karena tidak hanya bahasa dan sistem komunikasi yang terdiri dari tanda-tanda, tetapi dunia itu sendiri, sejauh terkait dengan pikiran manusia. seluruhnya terdiri dari tanda-tanda karena tanpanya manusia tidak akan dapat menjalin hubungan dengan dunia nyata.⁵²

Semiotika adalah disiplin yang menyelidiki tanda dengan cara analitis. Tanda digunakan oleh manusia untuk mencari jalan atau petunjuk di dunia ini, bersama-sama, dan di antara manusia.⁵³Teori tanda Pierce sangat terkenal. Pierce menekankan kembali bahwa makna tanda secara umum adalah mewakili sesuatu kepada seseorang dalam konteks semiotika.

2. Latar Belakang Charles Sanders Pierce

Pada tahun 1839, Peirce lahir dalam keluarga intelektual. Ayahnya, Benjamin adalah profesor matematika di Harvard. Ia menerima gelar Bachelor of Arts, Master of Arts, dan Bachelor of Science dari Universitas Harvard pada tahun 1859, 1862, dan 1863. Pierce banyak melakukan pekerjaan geodesi dan astronomi untuk Survei Pantai Amerika Serikat selama lebih tiga puluh tahun (1859-1860, 1861-1891). Ia menjadi dosen logika paruh waktu di Universitas Johns Hopkins dari tahun 1879 hingga 1884.⁵⁴

Pierce menulis tentang banyak hal yang tidak terkait satu sama lain, tentu saja karena bidang yang diminatinya sangat luas. Ia belajar tentang alam, kimia, astronomi, linguistik, psikologi, agama, dan ilmu

⁵² Alex Sobur. Semiotika Komunikasi, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004). hal. 13

⁵³ Alex Sobur. Semiotika Komunikasi, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004). hal. 15

⁵⁴ Alex Sobur. Semiotika Komunikasi, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004). hal. 39-40

pasti. Bukan hanya sebagai seorang penggemar, tetapi sebagai seorang ilmuwan yang penuh tanggung jawab, ia mengetahui banyak hal.⁵⁵

Teori tanda Pierce sangat dikenal. Pierce sering mengatakan dalam konteks semiotika bahwa tanda biasanya mewakili sesuatu bagi seseorang. Perumusan yang terlalu sederhana ini menyimpang dari kenyataan bahwa tanda memiliki fungsi: tanda A menunjukan suatu fakta (atau objek B) kepada penafsirannya, yaitu C. Oleh karena itu, tanda tidak pernah berupa entitas yang hanya memiliki ketiga aspek tersebut, tetapi selalu memiliki ketiga aspek. Menurut Pierce, tanda itu sendiri adalah contoh kepertamaan, objeknya adalah kekeduaan, dan penafsirnya adalah unsur pengantara contoh keketigaan.

3. Kerangka Analisis Teori Semiotika Charles Sanders Pierce

Charles Sanders Pierce mengemukakan semiotika adalah sesuatu yang biasanya didefinisikan sebagai pengkajian tanda-tanda, pada dasarnya merupakan sebuah studi atas kode-kode, yaitu sistem apa pun yang memungkinkan untuk memandang entitas-entitas tertentu sebagai tanda-tanda atau sebagai sesuatu yang bermakna.⁵⁶

Teori segitiga makna, juga dikenal sebagai *triangle meaning*, dikemukakan oleh Charles Sanders Pierce. Teori ini mempunyai sebuah tanda (*sign*), objek (*object*), dan *interpretant*.⁵⁷

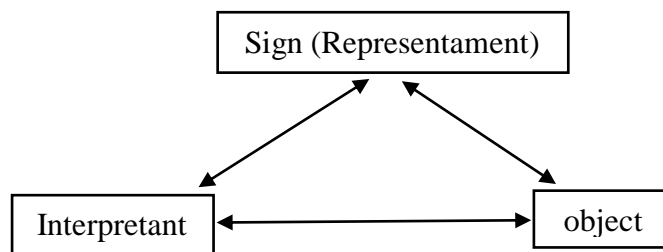
- a. *Sign* adalah sesuatu yang berbentuk fisik yang dapat ditangkap oleh panca indra dan merujuk kepada hal selain tanda itu sendiri.
- b. Objek merupakan referensi sebuah tanda pada konteks sosial, atau sesuatu yang dirujuknya.

⁵⁵ Alex Sobur. *Semiotika Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004). hal. 40

⁵⁶ Kris Budiman. *Semiotika Visual Konsep, Isu, dan Problem Ikonitas*. (Yogyakarta: Jalasutris, 2011). hal. 3

⁵⁷ Dadan Rusmana, *filsafat Semiotika Paradigma, teori, dan metode interpretasi tanda dari semiotika struktural hingga dekonstruksi praktis*. (Bandung: Pustaka Setia, 2014). hal.108

- c. *Interpretant* atau sering disebut penggunaan tanda adalah konsep pemikiran pada individu yang menggunakan tanda untuk menafsirkan sebuah objek.



Gambar 2. 1 Tipologi Tanda

Melihat dari sisi acuan (tipologi tanda), Peirce memilih tanda menjadi tiga macam yaitu ikon (*icon*), indeks (*index*), dan simbol (*symbol*).

- a. Ikon merupakan hubungan representament dan object yang mempunyai kemiripan atau tiruan tak serupa dengan bentuk objek, misalnya terlihat pada lukisan atau gambar.
- b. Indeks merupakan hubungan representament dan object yang terjadi karena adanya keterkaitan atau hubungan kausal (sebab-akibat) antara dasar dan objeknya. Misalnya, asap adalah indeks dari api.
- c. Simbol merupakan hubungan antara representament dan object yang terbentuk karena adanya konvensi (perjanjian) masyarakat. Hubungan yang ditunjukkan bersifat arbitrer. Misalnya lampu rambu memiliki makna yang berbeda. Warna merah menandakan berhenti atau larangan, warna kuning berarti hati-hari, dan warna hijau artinya jalan terus.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian Kualitatif, Bogdan dan Taylor mendefinisikan metode penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.⁵⁸

Penelitian ini menggunakan analisis semiotika dari Charles Sanders Peirce. Analisis ini digunakan untuk mengkaji postingan visual di akun @dailymuslimahindonesia dalam 9 postingan yang akan penulis pilih secara acak dengan beberapa kategori, yaitu postingan berupa gambar yang memuat pesan dakwah, postingan bukan hasil dari kolaborasi dan memiliki keunikan dalam visualnya. Dengan analisis semiotika dapat diketahui makna dari sebuah tanda. Pengkajian objek penelitian ini dilakukan dengan struktur semiotika yang dikenalkan Charles Sanders Peirce dengan melihat hubungan antara *representant*, *object*, dan *interpretant*. dimana tanda disini dipilih dari segi acuannya yang meliputi, ikon, indeks, dan simbol.

B. Sumber Data

Pada penelitian ini jenis dan sumber data dibagi menjadi 2 yaitu:

1. Data Primer

Data primer diperoleh dari sumber asli. Dalam penelitian ini menggunakan sumber data observasi atau pengamatan terhadap gambar yang diunggah oleh akun Instagram @dailymuslimahindonesia periode Februari-Mei 2023 yang berjumlah 57 postingan. Kemudian dari periode waktu tersebut peneliti memilih 9 postingan tersebut untuk diproses pengemasan desainnya melalui Semiotika Charles Sanders

⁵⁸ Farida Nugrahani, *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahas*, (Solo: Cakra Books, 2014), hal. 8.

Pierce untuk menemukan pesan dakwah yang berkaitan dengan dakwah Islam seperti Aqidah, Syari'ah, dan Akhlak..

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data pelengkap dan data penunjang dalam penelitian. Data tersebut dapat berupa literatur atau teori. Data sekunder atau data tambahan yang dapat diperoleh dari orang lain atau data yang tidak langsung seperti mencari data dari berbagai sumber majalah, internet dan sumber lainnya. Data sekunder dari penelitian ini berasal dari wawancara virtual melalui Whatsapp ,dengan admin atau pengelola akun Instagram @dailymuslimahindonesia terkait dengan semua hal yang bersangkutan dengan penelitian.

C. Subjek dan Objek Penelitian

Pada penelitian ini yang menjadi subjek adalah akun instagram @dailymuslimahindonesia. Sedangkan objek dari penelitian ini, yaitu postingan gambar @dailymuslimahindonesia pada bulan Februari 2023- Mei 2023. Objek penelitian tersebut kemudian diamati dan dipilih berdasarkan jenis kontennya. Akun Instaram @dailymuslimahindonesia sendiri memposting konten yang berupa gambar dan video dengan beragam informasi, seperti tutorial, promosi, dan materi pesan dakwah. Dalam postingan ini yang diteliti yaitu gambar yang memuat pesan dakwah.

D. Metode Pengumpulan Data

Cara pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Wawancara

Wawancara merupakan bentuk pengumpulan data yang paling sering digunakan dalam penelitian kualitatif yang artinya pembicaraan mempunyai tujuan yaitu untuk mendapatkan informasi yang diperlukan. Jenis wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah tidak terstruktur, adapun wawancara tidak terstruktur adalah

wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah disusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan. Dalam penelitian ini penulis mewawancarai Pengelola akun Instagram @dailymuslimahindonesia yaitu Putri pratiwi secara virtual melalui Whatsapp.

2. Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data pada penelitian kualitatif yang sangat penting terhadap gejala-gejala yang diteliti. Dalam penelitian ini observasi merupakan salah satu metode pengumpulan data dimana peneliti mengamati secara visual.

Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini ialah mengamati postingan pada akun instagram @dailymuslimahindonesia mulai bulan Februari-Mei 2023, kemudian memilih 9 gambar yang mengandung pesan dakwah. gambar yang sudah dipilih kemudian dianalisis menggunakan struktur semiotika Charles Sanders Peirce untuk diketahui isi pesan dakwah yang terkandung.

3. Dokumentasi

Penelitian ini menggunakan metode dokumentasi untuk mengumpulkan informasi tentang konten visual dalam postingan akun Instagram @dailymuslimahindonesia. Metode dokumentasi adalah pendekatan penelitian yang mengandalkan penumpukan data dari dokumen atau materi yang telah ada tanpa melakukan interaksi langsung dengan subjek atau objek penelitian. Proses dokumentasi dalam penelitian ini yaitu dengan cara *screenshot*.

E. Teknik Analisis Data

1. Semiotika Cahrles Sanders Peirce

Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis semiotika dengan menggunakan pendekatan Charles Sanera Peirce. Analisis data dalam penelitian ini akan dilakukan oleh peneliti berdasarkan

hubungan tanda yang meliputi dari tiga pertandaan. Charles Sanders Peirce mengklasifikasikan teori segitiga makna yang terdiri dari tiga unsur, yaitu tanda (sign), objek (object), dan interpretant (intepretasi).⁵⁹ Untuk mengetahui makna tanda (ikon, indeks, dan simbol) pada akun @dailymuslimahindonesia.

2. Penyajian Data

Penyajian data adalah mengumpulkan informasi dan disusun sehingga memungkinkan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dalam sebuah penelitian kualitatif penyajian data bisa berbentuk teks naratif yang berupa catatan lapangan.⁶⁰

Pada penelitian ini, penyajian data dipilih melalui reduksi data kemudian dianalisis menggunakan struktur semiotika Charles Sanders Peirce, yaitu representant, object, dan interpretant. Dengan acuan tanda berupa ikon, indeks, dan simbol. Hasil analisis tersebut kemudian dituangkan dalam bentuk teks naratif.

3. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan dilakukan secara berkelanjutan selama berada di lapangan. Sebelum menarik kesimpulan dari data disarankan untuk mereduksi data dan penyajian data terdahulu agar penelitian dapat menghasilkan kesimpulan yang didasarkan pada data yang telah diteliti.⁶¹

Kesimpulan yang dapat diperoleh dari postingan @dailymuslimahindonesia yang telah dianalisis dan diinterpretasikan, sehingga diketahui pesan dakwah aqidah, akhlak, dan syari'ah.

⁵⁹ Dadan Rusmana, *filsafat Semiotika Paradigma, teori, dan metode interpretasi tanda dari semiotika struktural hingga dekonstruksi praktis*. (Bandung: Pustaka Setia, 2014). hal.108

⁶⁰ Ahmad Rijali, "Analisis Data Kualitatif", *Jurnal Alhadharah*, Vol. 17. No 33, (Januari- Juni. 2018). hal. 91-92

⁶¹ Ahmad Rijali, "Analisis Data Kualitatif", *Jurnal Alhadharah*, Vol. 17. No 33, (Januari- Juni. 2018). hal. 91-92

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Profil Instagram @dailymuslimahindonesia

1. Gambaran Umum Akun Instagram @dailymuslimahindonesia

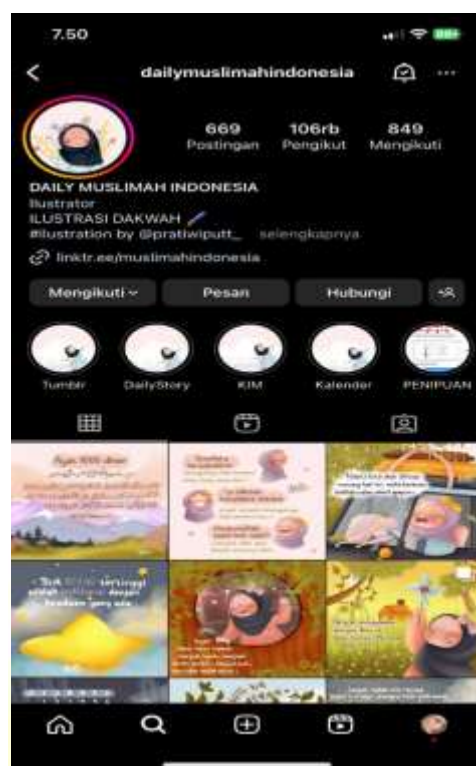
Akun Instagram dengan nama pengguna @dailymuslimahindonesia merupakan salah satu akun Instagram yang di dalamnya menggunakan desain grafis sebagai konten Instagram. Akun Instagram @dailymuslimahindonesia tidak hanya mengedepankan aspek visualnya, tetapi juga mengemas pesan dakwah Islam dengan cara yang kreatif. Pesan dakwah ini dikomunikasikan melalui teks berupa quotes yang disertai dengan elemen visual atau ilustrasi yang kekinian sebagai pelengkap dari postingan yang di *upload* sehingga masuk untuk diterima oleh generasi muda sebagai mad'u dakwah yang aktif di platform media sosial.

Akun ini didirikan oleh Putri Pratiwi sejak bulan Juli 2021, yang memiliki hobi menggambar digital. Keahliannya dalam menggambar digital membantu dalam menciptakan ilustrasi visual yang menarik untuk mendukung pesan dakwah yang disampaikan melalui akun ini. Tujuan akun ini adalah untuk mengingatkan dan memberikan manfaat kepada generasi muda dengan cara yang sesuai dengan minat mereka, salah satunya yaitu melalui gambar-gambar digital. Hal tersebut merupakan salah satu cara dalam menyebarkan ajaran Islam di era modern, di mana media sosial memiliki peran penting dalam berkomunikasi.⁶²

Sampai saat ini akun @dailymuslimahindonesia memiliki jumlah followers mencapai 106rb dan sudah mencapai 849 postingan. Salah satu keunikan akun ini adalah kemasan desain yang sederhana namun efektif. Pesan dakwah yang disampaikan mendasar dan mudah

⁶² Putri, Pratiwi, *Wawancara*, Purwokerto, 29 Juli 2023.

dipahami oleh berbagai kalangan masyarakat yang membutuhkan suntikan dakwah melalui media yang dekat dengan mereka.



Gambar 4.1 Screenshot profil Instagram @dailymuslimahindonesia

B. Penyajian Data

Dalam penelitian ini, akan meneliti postingan akun Instagram @dailymuslimahindonesia berupa gambar yang memuat pesan dakwah. Dimana postingan akun Instagram @dailymuslimahindonesia memiliki 57 postingan pada periode Februari 2023-Mei 2023. Secara umum postingan akun Instagram @dailymuslimahindonesia pada bulan Februari-Mei 2023 dapat dilihat pada tabel 4.1.

Tabel 4.1 Postingan Gambar Akun Instagram @dailymuslimahindonesia dari bulan Februari-Mei 2023

No.	Bulan	Tema	Keterangan	Jumlah
1.	Februari	a. Menolong tanpa pamrih	a. 1 <i>slide</i> gambar	11
	1/2/2023	b. Promosi kelas ilustrasi	b. 3 <i>slide</i> gambar	
	3/2/2023	c. Bersedekah	c. 1 <i>slide</i> gambar	
	4/2/2023	d. Sunnah hari jum'at	d. 1 <i>slide</i> gambar	
	5/2/2023	e. Mengingat keesaan Allah	e. 1 <i>slide</i> gambar	
	9/2/2023	f. Tujuan hidup di dunia	f. 1 <i>slide</i> gambar	
	10/2/2023	g. Ujian adalah pintu rahmat	g. 1 <i>slide</i> gambar	
	12/2/2023	h. Allah tidak akan membebani seseorang	h. 1 <i>slide</i> gambar	
	17/2/2023	i. Pilihan ada ditangan manusia	i. 1 <i>slide</i> gambar	
	26/2/2023	j. Istiqomah memperbaiki diri	j. 1 <i>slide</i> gambar	
	27/2/2023	k. Berbakti kepada kedua orang tua	k. 1 <i>slide</i> gambar	
		l. Allah memberkahi dan melindungi kita	l. 1 <i>slide</i> gambar	
		m. Persiapan puasa	m. 1 <i>slide</i> gambar	
2.	Maret	a. Kalender puasa	a. 1 <i>slide</i> gambar	15
	2/3/2023	b. Promosi kelas ilustrasi	b. 2 <i>slide</i> gambar	
	4/3/2023	c. Menuntut ilmu	c. 1 <i>slide</i> gambar	
	7/3/2023	d. Dua hal yang mendeskripsikanmu	d. 1 <i>slide</i> gambar	
	10/3/2023	e. Mengubah diri menjadi lebih baik	e. 1 <i>slide</i> gambar	
	11/3/2023	f. Pandai memilih teman	f. 1 <i>slide</i> gambar	
	16/3/2023	g. Ramadhan menjadi lebih baik	g. 1 <i>slide</i> gambar	
	22/3/2023	h. Kewajiban berpuasa	h. 1 <i>slide</i> gambar	
	23/3/2023	i. Tips khatam Al-Qur'an	i. 1 <i>slide</i> gambar	
	25/3/2023	j. doa berbuka puasa	j. 1 <i>slide</i> gambar	
	26/3/2023	k. Berkah dalam sahur	k. 1 <i>slide</i> gambar	
	27/3/2023	l. Pencari kebaikan	l. 1 <i>slide</i> gambar	
	\28/3/2023	m. Membahagiakan orang tua	m. 1 <i>slide</i> gambar	
	29/3/2023	n. Solat tarawih	n. 1 <i>slide</i> gambar	
	30/3/2023	o. Tiga waktu terkabulnya doa	o. 1 <i>slide</i> gambar	
	31/3/2023	p. Promosi kelas ilustrasi	p. 1 <i>slide</i> gambar	
		q. Ghibah dan dusta	q. 1 <i>slide</i> gambar	
		r. Sedekah hari jum'at	r. 1 <i>slide</i> gambar	
		s. Menikah itu ibadah	s. 1 <i>slide</i> gambar	

3.	April	a. Istighfar menghapus dosa	a. 1 <i>slide</i> gambar	16
	1/4/2023	b. Bau mulut orang yang berpuasa	b. 1 <i>slide</i> gambar	
	2/4/2023	c. Pembeda makan sahur	c. 1 <i>slide</i> gambar	
	3/4/2023	d. Puasa tapi tidak solat	d. 1 <i>slide</i> gambar	
	4/4/2023	e. Kebahagiaan orang berpuasa	e. 1 <i>slide</i> gambar	
	6/4/2023	f. Mentaddaburi Al-Qur'an	f. 1 <i>slide</i> gambar	
	7/4/2023	g. Saling menolong saudara	g. 1 <i>slide</i> gambar	
	8/4/2023	h. Nuzulul Qur'an	h. 1 <i>slide</i> gambar	
	9/4/2023	i. Keutamaan lailatul qadar	i. 1 <i>slide</i> gambar	
	10/4/2023	j. Amalan hari terakhir bulan ramadhan	j. 1 <i>slide</i> gambar	
	11/4/2023	k. Dia akan pergi	k. 1 <i>slide</i> gambar	
	12/4/2023	l. Memberi maaf	l. 1 <i>slide</i> gambar	
	13/4/2023	m. Promosi dan donasi	m. 1 <i>slide</i> gambar	
	14/4/2023	n. Menunaikan zakat fitrah	n. 1 <i>slide</i> gambar	
	22/4/2023	o. Promosi haji dan umrah	o. 1 <i>slide</i> gambar	
	23/4/2023	p. Promosi dan donasi	p. 4 <i>slide</i> gambar	
	30/4/2023	q. Happy eid mubarak	q. 4 <i>slide</i> gambar	
		r. Meminta ampunan	r. 1 <i>slide</i> gambar	
4.	Mei	a. Promosi kelas ilustrasi	a. 1 <i>slide</i> gambar	15
	2/5/2023	b. Kalender puasa	b. 1 <i>slide</i> gambar	
	3/5/2023	c. Janganlah merasa lemah	c. 1 <i>slide</i> gambar	
	6/5/2023	d. Istiqomah itu berat	d. 1 <i>slide</i> gambar	
	7/5/2023	e. Kaya hati	e. 1 <i>slide</i> gambar	
	11/5/2023	f. Kematian	f. 1 <i>slide</i> gambar	
	12/5/2023	g. Allah tidak membebani suatu kaum	g. 1 <i>slide</i> gambar	
	13/5/2023	h. Menentang hawa nafsu	h. 1 <i>slide</i> gambar	
	16/5/2023	i. Menjauhi purba-sangka	i. 1 <i>slide</i> gambar	
	17/5/2023	j. Nasihat emas dari Bob Sadino	j. 1 <i>slide</i> gambar	
	23/5/2023	k. Bekal pulang	k. 1 <i>slide</i> gambar	
	26/5/2023	l. 3 hal untuk mencapai kebahagiaan	l. 1 <i>slide</i> gambar	
	29/5/2023	m. Kagum terhadap kekuasaan Allah	m. 1 <i>slide</i> gambar	
	31/5/2023	n. Promosi ilustrasi	n. 1 <i>slide</i> gambar	
			o. 1 <i>slide</i> gambar	
Jumlah Seluruh Postingan				57

Kemudian dari tabel 4.1 peneliti memilih 9 postingan secara random yang sesuai dengan tema dakwah yaitu:

1. Pesan dakwah Akidah: Mentaddaburi Al-Qur'an, istiqomah itu berat, dan kagum terhadap kekuasaan Allah.
2. Pesan dakwah Akhlak: Mengubah diri menjadi lebih baik, menjauhi purba-sangka, dan jangan membandingkan diri sendiri dengan orang lain.
3. Pesan dakwah Syari'ah: Puasa tapi tidak shalat, menuntut ilmu agama, dan sedekah hari jum'at.

Selanjutnya pesan dakwah tersebut akan disajikan menggunakan teori analisis semiotika charles sanders pierce Untuk diuraikan stuktur pembangunannya, yaitu *representament*, *object*, dan *interpretant* dengan acuan ikon, indeks, dan simbol.

C. Analisis Data

Bagian analisis data ini berisi pemaparan mengenai temuan data dari postingan akun Instagram @dailymuslimahindonesia yang diuraikann menggunakan teori Semiotika Charles Sanders Pierce. Dari data analisis ini akan dijabarkan struktur penyusunan gambar mulai dari *representament*, *object*, hingga *interpretant*. Disertai acuan tanda dari Pierce berupa ikon, indeks, dan simbol. Sehingga melalui serangkaian tahap tersebut akan diketahui jenis pesan dakwah pada akun Instagram @dailymuslimahindonesia menggunakan teori semiotika Charles Sanders Pierce.

Hasil Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce

1. Pesan Dakwah Akidah

- a. Postingan @dailymuslimahindonesia yang diunggah pada tanggal 6 April 2023

1) *Representament*



Gambar 4.2 Postingan dengan tema mentadabburi Al-Qur'an (6/4/23)

2) *Object*

Pada gambar di atas terdapat rangkaian objek yang dihubungkan menjadi satu sehingga membentuk sebuah pesan dakwah. Objek tersebut akan di jelaskan dengan acuan tanda sebagai berikut:

a. Ikon

Pada gambar di atas ditemukan beberapa ikon, yaitu ikon perempuan berhijab, ikon Al-Qur'an, ikon hantu, ikon sofa. Ikon tersebut merupakan ilustrasi dalam penyampaian pesan dakwah bertema iman kepada kitab Allah yaitu dengan mentadabburi Al-Qur'an.

b. Indeks

Dari gambar di atas ada seorang perempuan berhijab yang membaca Al-Qur'an dibulan ramadhan merupakan indeks dari ketaatan seorang muslimah terhadap sunnah-sunnah yang dianjurkan dalam agama Islam selama bulan suci Ramadan. Ramadan adalah bulan di mana umat Islam berpuasa, meningkatkan ibadah, dan berusaha mendekatkan diri kepada Allah. Salah satu amalan yang dianjurkan adalah membaca, memahami, dan mentadabburi Al-Qur'an, kitab suci umat Islam.

Kemudian, dijumpai pula sebuah hadits bertulis “diantara tipu daya syaithan yaitu membuat para hamba Allah menjauh dan mentadabburi Al-Qur'an karena syaithan mengetahui bahwa hidayah itu diperoleh ketika mentadabburi Al-Qur'an” sebagai indeks yaitu memberikan pesan penting untuk terus mentadabburi Al-Qur'an, yaitu merenungkan, memahami, dan mengambil pelajaran dari ayat-ayat Al-Qur'an agar terhindar dari tipu daya syaitan.

c. Simbol

Pada gambar di atas ada beberapa simbol yang dapat dijumpai. Pertama, Al-Qur'an yang menjadi simbol kitab suci umat muslim yang dianggap sebagai petunjuk utama dalam kehidupan mereka. Al-Qur'an mengandung ajaran, hukum, dan petunjuk yang menjadi pedoman bagi umat Islam dalam menjalani kehidupan sehari-hari. Kedua, perempuan berhijab sebagai simbol dari seorang Muslimah yang menjalankan ajaran Islam dengan berhijab, menutup auratnya sesuai dengan ajaran agama. Ketiga, nama pengguna akun Instagram @dailymuslimah.idn di bagian bawah gambar sebagai simbol dari pembuat konten.

3) *Interpretant* (Interpretasi Pesan Dakwah)

Gambar di atas mengandung pesan dakwah Aqidah, khususnya iman kepada kitab Allah dengan mentadabburi Al-Qur'an. Iman kepada kitab Allah merupakan salah satu rukun iman dalam Islam, hal itu berarti seseorang harus meyakini bahwa Al-Qur'an adalah wahyu Allah yang suci dan petunjuk bagi manusia. Salah satu cara kita beriman kepada kitab Allah adalah dengan mentadabburi Al-Qur'an, mentadabburi berarti tidak hanya membaca Al-Qur'an secara mekanis, tetapi juga untuk merenungkan maknanya, mengkaji pesan-pesan yang terkandung di dalamnya, dan mencari pemahaman yang lebih mendalam. Pernyataan tersebut menggambarkan 3 level yang berbedadalam interaksi dengan Al-Qur'an, hal ini mencerminkan pendekatan yang progresif untuk mendekatkan diri kepada Allah melalui kitab Allah. Mulai dari level yang termudah, yaitu membaca Al-Qur'an dengan tartil yang berkualitas. Tartil adalah cara membaca Al-Qur'an dengan perlahan-lahan, tajwid yang benar dan memberikan perhatian pada setiap huruf dan kata. Pernyataan ini ada dalam surah Al-Muzammil: 4 yang artinya "*....dan bacalah Al-Qur'an itu dengan perlahan-lahan (dengan tartil)*". Ayat tersebut menekankan pentingnya membaca Al-Qur'an dengan tartil. Kemudian pada level menengah, langkah yang diambil adalah menghafal ayat-ayat Al-Qur'an di mana pada level tersebut, tidak hanya sekedar hafal dalam waktu singkat namun harus terus menjaganya agar tidak hilang. Sedangkan level tertinggi dan paling sulit adalah mengamalkan ajaran Al-Qur'an dalam kehidupan sehari-hari, hal ini mencakup melaksanakan perintah dan menjauhi larangan yang terkandung dalam Al-Qur'an. Dapat dilihat dari banyak umat Islam yang mengaku

Islam namun belum sepenuhnya menjalankan perintah Al-Qur'an, seperti melaksanakan shalat dan menutup aurat.

Hasil Analisis penggunaa unsur desain pada postingan dengan tema mentadabburi Al-Qur'an

Postingan dengan tema "Mentadabburi Al-Qur'an" memiliki unsur desain yaitu bentuk, warna, ilustrasi, tipografi. Pada penggunaan bentuk dalam desain ini menggunakan bentuk natural yaitu bentuk yang ukurannya dapat berubah dan berkembang, dalam postingan ini bentuk naturalnya adalah manusia, penggunaan bentuk abstrak pada bagian *background* tulisan "Day 15 Ramadhan", serta penggunaan bentuk geometrisnya ada pada bentuk lingkaran yang menjadi alas duduk. Warna yang digunakan sebagai background adalah coklat yang mempunyai makna natural, hangat, dan memberikan kenyamanan, sama halnya ketika sedang mentadabburi Al-Qur'an harus dengan Ilustrasi dalam postingan tersebut ditemukan gambar perempuan muslimah yang sedang membaca Al-Qur'an. Sedangkan tipografi yang muncul dalam postingan tersebut adalah menggunakan tulisan sendiri yaitu tipografi *hand drawn*. Secara keseluruhan, penggunaan unsur desain dalam postingan tersebut sesuai dengan teori desain grafis dan dapat efektif dalam menyampaikan pesan.

Hasil Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce

- b. Postingan @dailymuslimahindonesia yang diunggah pada tanggal 6 Mei 2023

1) *Representament*



Gambar 4.3 Postingan dengan tema istiqomah itu berat (6/5/23)

2) *Object*

Di dalam ilustrasi di atas, kita dapat melihat sejumlah objek yang saling terkait satu sama lain untuk menyampaikan suatu pesan dakwah. Objek-objek ini akan dijelaskan dengan menggunakan panduan tanda berikut ini:

a) Ikon

Di dalam ilustrasi tersebut, terdapat beberapa ikon yang dapat ditemukan, termasuk: ikon perempuan muslimah berhijab, ikon birth ball, serta ikon yang digunakan sebagai latar tulisan berupa ikon *oval*. Kumpulan ikon tersebut merupakan visualisasi penyampaian pesan dakwah bertema istiqomah itu berat.

b) Indeks

Dari gambar di atas dapat ditemukan beberapa hubungan sebab akibat, antara lain: perempuan yang sedang merasa cape menjadi sebab munculnya pernyataan “istiqomah itu berat,” dan yang ringan itu istirahat. Hal itu merupakan indeks dari bahwa keadaan capeknya perempuan tersebut membuatnya merasa sulit untuk menjalankan sesuatu dengan istiqomah. Kemudian terdapat terjemah surah Al-Hud 112 “Maka istiqomahlah kamu(muhammad) di jalan yang benar, sebagaimana telah diperintahkan kepadamu dan juga kepada orang yang bertaubat bersamamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sungguh, maka akan melihat apa yang kamu kerjakan” yang menjadi indeks bahwa terjemah ayat tersebut sebagai pedoman tentang pentingnya tetap konsisten dalam kepercayaan dan perilaku, patuh terhadap perintah Allah Swt, menerima kesalahan dan bertaubat, serta tidak melewati batas yang telah ditetapkan.

c) Simbol

Pada gambar di atas kita bisa menemukan simbol yaitu terdapat username [dailymuslimah.idn](https://www.dailymuslimah.idn) yang merupakan simbol dari pembuat postingan tersebut, kemudian terdapat gambar perempuan yang terlihat lemah merupakan simbol dari ketidakpastian dan kerentanan yang mungkin dirasakan seorang yang sedang berusaha menjaga istiqomah, keteguhan hati bisa tergoyahkan oleh keraguan, ketidakpastian, atau kecemasan, yang dapat menghasilkan perasaan lemah atau rapuh.

3) *Interpretant* (Interpretasi Pesan Dakwah)

Pesan dakwah yang terkandung pada gambar bertema “istiqomah itu berat” di atas adalah pesan Akhlak. Menjaga

istiqomah memang sulit, karena setiap orang yang beriman mengalami perubahan tingkat iman, kadang naik, kadang turun. Misalnya, saat iman seseorang meningkat, dia merasa bersemangat dalam beribadah, yang menjadikannya kesempatan untuk tetap istiqomah. Namun, ketika iman seseorang menurun, semangat dalam beribadah juga ikut melemah. Istiqomah merupakan nilai yang penting dalam Islam, yang berarti mempertahankan kepercayaan kepada Allah, Nabi-Nya, dan ajaran Islam dengan teguh. Sebagai seorang muslim, menjaga istiqomah adalah panggilan agama yang memerlukan ketekunan dan kesungguhan. Istiqomah bukan hanya dalam hal ibadah rutin, melainkan juga dalam tindakan sehari-hari, seperti menghindari perilaku buruk berbohong, mencuri, dan merugikan orang lain.

Hasil Analisis penggunaa unsur desain pada postingan dengan tema istiqomah itu berat

Postingan dengan tema “Istiqomah itu berat” memiliki unsur desain yaitu bentuk, warna, ilustrasi, tipografi. Pada penggunaan bentuk dalam desain ini menggunakan bentuk natural yaitu bentuk yang ukurannya dapat berubah dan berkembang, dalam postingan ini bentuk naturalnya adalah manusia, dan penggunaan bentuk geometrisnya ditunjukkan pada gambar bantal yang berbentuk lingkaran. Warna yang digunakan sebagai background yaitu pink, yang mempunyai arti lembut, menenangkan. Warna pink dapat menjadi penguat visual yang dapat mewakili ketenangan batin dan kestabilan emosional yang diperlukan untuk tetap konsisten dalam menjalankan kewajiban. Ilustrasi pada postingan tersebut ditemukan gambar perempuan muslimah yang sedang letih atau tidak bersemangat. Sementara pada teks yang ada dalam postingan tersebut menggunakan jenis tulisan atau tipografi *hand drawn*. Secara keseluruhan, elemen desain yang digunakan dalam postingan

tersebut sesuai dengan teori desain grafis dan dapat efektif dalam menyampaikan pesan.

Hasil Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce

c. Postingan @dailymuslimahindonesia yang diunggah pada tanggal 6 Mei 2023

1) Representament



Gambar 4.4 Postingan dengan tema kagum terhadap kekuasaan Allah (6/5/23)

2) Object

Pada gambar di atas terlihat sejumlah objek yang saling berhubungan satu sama lain dalam memvisualisasikan suatu pesan dakwah. Serangkaian objek tersebut akan diuraikan dengan acuan tanda sebagai berikut:

a) Ikon

Pada gambar di atas ditemukan beberapa ikon diantaranya, ikon perempuan muslimah berhijab, ikon tas, ikon tumbuhan, ikon awan. Keseluruhan ikon tersebut

menggambarkan penyampaian pesan dakwah bertema kagum terhadap kekuasaan Allah yaitu dengan mengingat Allah dalam segala kondisi.

b) Indeks

Dari gambar di atas terdapat beberapa indeks diantaranya, terdapat perempuan muslimah yang sedang memegang kedua pipinya sebagai indeks seseorang yang sedang merasa takjub atau terkagum-kagum ketika melihat kebesaran Allah atau ciptaan-Nya. ini adalah sebuah tindakan yang sering dilakukan oleh orang yang sedang merenungkan keagungan dan kekuasaan Allah, dan dia mungkin sedang merenungkan ciptaan-Nya dengan penuh kerendahan hati. kemudian, dijumpai pula potongan surah Al-Imran ayat 191 berikut:⁶³

رَبَّنَا مَا خَلَقْتَ هَذَا بَطْلًا سُبْحَانَكَ فَقِنَا عَذَابَ النَّارِ

Artinya: Ya Tuhan kami, tiadalah Engkau menciptakan ini dengan sia-sia, Maha Suci Engkau, maka peliharalah kami dari siksa api neraka.

Potongan ayat tersebut merupakan indeks mengingatkan kita akan pentingnya mengakui bahwa Allah tidak menciptakan sesuatu dengan sia-sia. Allah adalah Maha Suci dan Mahakuasa. Dalam ayat ini, manusia memohon kepada Allah untuk menjauhkan mereka dari siksa neraka. Ini adalah ungkapan rasa takjub dan kerendahan hati manusia yang menyadari bahwa Allah adalah Sang Pencipta yang Maha Agung dan bahwa hidup ini memiliki tujuan yang penting.

⁶³ PT Sygma Examedia Arkanleema Al Qur'an Q.S Al-Imran: 191

c) Simbol

Pada gambar diatas ditemukan simbol diantaranya yaitu adanya nama @dailymuslimah.idn sebagai simbol dari adanya identitas dan bertanggung jawab atas konten yang diposting melalui akun tersebut. Nama pengguna ini berperan sebagai identifikasi yang membedakan pembuat konten di platform digital, dan memungkinkan orang untuk mengenali sumber konten dan berinteraksi dengan akun tersebut.

3) Intepretant (Intepretasi Pesan Dakwah)

Pesan yang terkandung pada gambar dengan tema beriman kepada Allah dengan takjub akan keagungan-Nya adalah sebuah pesan akidah. pentingnya memiliki sikap takjub dan kerendahan hati dalam menghadapi kebesaran Allah, ini mengajarkan kita untuk mengakui bahwa kita sebagai manusia adalah makhluk yang kecil di hadapan Allah yang maha besar. Merenungkan keagungan Allah dan ciptaan-Nya mendorong kita untuk merasa syukur dan menghargai karunia Allah. Yang mencakup rasa syukur atas hidup, kesempatan, dan nikmat-nikmat yang diberikan oleh Allah. Seperti dalam surah An-Nur:41 berikut.⁶⁴

أَلَمْ تَرَ أَنَّ اللَّهَ يُسَبِّحُ لَهُ مَنْ فِي السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَالطَّيْرِ صَافَّاتٍ ۖ كُلٌّ قَدْ عَلِمَ صَلَاتَهُ وَتَسْبِيحَهُ ۗ وَاللَّهُ عَلِيمٌ بِمَا يَفْعَلُونَ

Artinya: "Segala yang ada di langit dan di bumi bertasbih kepada-Nya, begitu juga burung-burung yang mengembang sayapnya (dalam penerbangan). Masing-masing telah mengetahui cara beribadah dan memuji Allah. Allah Maha Mengetahui apa yang mereka lakukan."

Pesan yang dapat diambil dari ayat ini adalah bahwa beriman kepada Allah dengan takjub akan keagungannya adalah

⁶⁴ PT Sygma Examedia Arkanleema Al Qur'an Q.S An- Nur:41

sikap yang seharusnya dimiliki oleh setiap makhluk. Semua makhluk alam semesta mengakui kebesaran Allah dan beribadah kepada-Nya. Oleh karena itu, manusia sebagai makhluk yang diberi akal dan kehendak bebas, seharusnya memiliki sikap takjub dan beriman kepada Allah dengan penuh kehormatan dan pengabdian.

Hasil Analisis penggunaa unsur desain pada postingan dengan tema kagum terhadap kekuasaan Allah

Postingan dengan tema “Kagum terhadap kekuasaan Allah” memiliki unsur desain yaitu bentuk, warna, ilustrasi, tipografi. Terdapat dua penggunaan bentuk dalam desain ini, pertama bentuk natural yaitu bentuk yang ukurannya dapat berubah dan berkembang, dalam postingan ini bentuk naturalnya yaitu manusia. Kedua penggunaan bentuk geometris yaitu bentuk yang memiliki ukuran yang dapat diukur secara sistematis. Bentuk ini ditunjukkan adanya bentuk lingkaran yang berupa silinder, hal ini dibuktikan adanya bentuk awan yang berbentuk silinder. Warna yang digunakan sebagai background adalah pink yang memiliki arti lembut, menenangkan, cinta, feminim. Ilustrasi pada postingan tersebut yaitu adanya perempuan muslimah yang seperti sedang mengaggumi sesuatu. Sedangkan tipografi yang muncul dalam postingan tersebut adalah menggunakan tulisan sendiri yaitu tipografi *hand drawn*. Secara keseluruhan, penggunaan unsur desain dalam postingan tersebut sesuai dengan teori desain grafis dan dapat efektif dalam menyampaikan pesan.

Hasil Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce

2. Pesan Dakwah Akhlak

- a. Postingan @dailymuslimahindonesia yang diunggah pada tanggal 10 Maret 2023

1) *Representament*



Gambar 4.5 Postingan dengan tema menjadi lebih baik (10/3/23)

2) *Object*

Gambar di atas memiliki serangkaian objek yang saling berkaitan untuk memvisualisasikan suatu pesan dakwah. Serangkaian objek tersebut diurai dengan acuan tanda sebagai berikut:

a. Ikon

Pada gambar di atas terlihat beberapa ikon yang bisa ditemukan, yaitu ikon gambar seorang perempuan berhijab mengenakan topi, ikon bunga-bunga, ikon garis abstrak, serta ikon *love*. Berbagai ikon tersebut merupakan ilustrasi

dalam penyampaian pesan bertema mengubah diri sendiri menjadi lebih baik.

b. Indeks

Dari gambar di atas ditemukan indeks berupa gambar Seorang perempuan berhijab adalah indeks atau tanda yang menggambarkan seorang muslimah yang mematuhi syariat Islam. Penampilan perempuan tersebut yang mengenakan hijab adalah simbol dari ketaatan terhadap aturan berpakaian dalam Islam. Hijab adalah penutup kepala yang digunakan oleh perempuan Muslim sesuai dengan ajaran agama.

kemudian tulisan “ya Allah, izinkan aku mengubah diri menjadi lebih baik, lebih bermanfaat, lebih ikhlas, dan lebih dekat dengan-Mu, Aamiin” merupakan indeks dari seorang perempuan yang dimana ia memohon izin kepada Allah untuk mengubah dirinya menjadi lebih baik, lebih bermanfaat, lebih ikhlas, dan lebih mendekati diri kepada-Nya. Ini adalah tanda dari kesadaran seseorang akan dosa dan kesalahan yang mungkin telah dilakukan dalam kehidupannya dan keinginan kuat untuk memperbaiki diri sesuai dengan ajaran Islam. Doa ini mencerminkan niat untuk berhijrah ke arah yang lebih baik dan lebih mendekati diri kepada Allah.

c. Simbol

Pada gambar di atas ada beberapa simbol yang dapat dijumpai. Pertama, perempuan berhijab dengan busana tertutup simbol dari perempuan muslim yang sesuai dengan prinsip-prinsip berpakaian dalam Islam. Kedua, terdapat bunga-bunga yang sedang bermekaran yang mencerminkan kemajuan dan perkembangan dalam kehidupan manusia, bisa merujuk pada perkembangan

pribadi untuk menjadi lebih baik lagi, ketiga, emoticon love yang merupakan simbol untuk memberikan semangat kepada seseorang yang sedang menghadapi tantangan atau perubahan dalam hidup, ketiga, nama pengguna akun instagram @dailymuslimah.idn di bagian bawah gambar sebagai simbol dari pembuat konten.

3) *Interpretant* (Interpretasi Pesan Dakwah)

Gambar di atas mengandung pesan Akhlak untuk mengubah diri menjadi lebih baik. Setiap individu selalu berusaha untuk memperbaiki akhlak dan perilaku mereka, hal ini mencerminkan prinsip-prinsip agama Islam yang menekankan pentingnya memiliki akhlak yang baik dan moralitas yang tinggi dalam kehidupan sehari-hari. Manusia Merupakan makhluk yang tidak luput dari berbuat kesalahan dan rentan melakukan dosa. Namun, penting untuk diingat bahwa ampunan Allah selalu luas, dan setiap orang diberi kesempatan untuk bertaubat dan memohon ampunan-Nya. Salah satu hal yang paling berperan dalam proses perubahan adalah sikap dari manusia itu sendiri, apakah benar-benar ingin berubah ke arah yang lebih baik atau tetap dalam keburukan. Apakah tujuannya benar-benar surga ataupun sebaliknya.

Kesadaran akan kebutuhan untuk berubah perlu dibangun dari dalam diri sendiri, tentu tidak mudah untuk memulainya, pasti banyak rintangan dan ujian yang harus dihadapi, akan tetapi Allah senantiasa melihat usaha hamba-Nya. Perlu diketahui juga bahwa tonggak utama penentu perubahan ada pada kemauan masing-masing individu. Sebagaimana firman Allah dalam potongan surat Ar-Ra'd ayat 11 sebagai berikut:⁶⁵

⁶⁵ PT Sygma Examedia Arkanleema Al Qur'an Q.S Al- Ar- Ra'ad:11

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ

Artinya: sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri.

Hasil Analisis penggunaa unsur desain pada postingan dengan tema mengubah diri menjadi lebih baik

Postingan dengan tema “Mengubah diri menjadi lebih baik” memiliki unsur desain yaitu bentuk, warna, ilustrasi, tipografi. Pada penggunaan bentuk dalam desain ini menggunakan bentuk natural yaitu bentuk yang ukurannya dapat berubah dan berkembang, dalam postingan ini bentuk naturalnya adalah manusia dan bunga. Warna yang digunakan sebagai background adalah pink sebagai identitas dari akun tersebut yang mempunyai makna lembut, dan menenangkan. Ilustrasi dalam postingan tersebut ditemukan gambar perempuan muslimah, bunga. Sementara itu, teks dalam postingan menggunakan jenis tulisan atau tipografi *hand drawn*. Keseluruhan, penggunaan elemen desain dalam postingan ini sesuai dengan teori, akan tetapi di dalam desain tersebut terdapat kekurangan yaitu antara ilustrasi dan penegasan teks tidak terdapat keterkaitan, sedangkan di dalam teks tersebut menjelaskan tentang mengubah diri menjadi lebih baik, sebaiknya ilustrasi tersebut menggambarkan yang sesuai dengan isi teksnya.

Hasil Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce

- b. Postingan @dailymuslimahindonesia yang diunggah pada tanggal 16 Mei 2023
- 1) *Representament*



Gambar 4.6 Postingan dengan tema menjauhi purba-sangka (16/5/23)

2) *Object*

Gambar di atas memiliki serangkaian objek yang saling berhubungan satu sama lain dalam memvisualisasikan suatu pesan dakwah. Serangkaian objek tersebut akan dijabarkan dengan acuan tanda sebagai berikut:

a. Ikon

Pada gambar di atas terdapat beragam ikon, yaitu perempuan muslim berhijab, ikon pintu. Kedua ikon tersebut merupakan ilustrasi dalam penyampaian pesan dakwah bertema menjauhi purba-sangka.

b. Indeks

Dari gambar di atas indeks yang dapat ditemukan terlihat dari seorang perempuan berhijab yang sedang membuka pintu merupakan indeks dari posisi perempuan ini, yang seolah-olah sedang menguping, merupakan indeks atau tanda bahwa ia sedang mencoba untuk mendengarkan atau mengetahui sesuatu dengan cermat. Namun, pesan visual ini juga dapat diartikan bahwa perempuan tersebut sedang mencari sisi buruk atau mencurigai sesuatu terhadap orang lain. Tindakan seperti ini dapat mengarah pada purba-sangka dan suudzon, yaitu prasangka buruk terhadap orang lain tanpa bukti yang jelas. Kemudian dijumpai pula ayat Al-Qur'an yang mempunyai arti "hai orang yang beriman, jauhilah kebanyakan purba-sangka, karena sebagian dari purba-sangka itu dosa. Dan janganlah mencari-cari keburukan orang." Yang merupakan indeks dari ayat ini merupakan petunjuk dari Al-Qur'an yang menyeru para pemeluk agama Islam untuk menjauhi purba-sangka dan prasangka buruk terhadap sesama manusia. Pesan ayat ini menegaskan pentingnya memperlakukan orang lain dengan penuh kasih sayang dan keadilan serta tidak bersikap prejudis atau mencari-cari keburukan dalam tindakan atau perkataan mereka.

c. Simbol

Pada gambar diatas ditemukan beberapa simbol, pertama ekspresi dari seorang perempuan yang sedang penasaran terhadap informasi atau masalah yang seharusnya tidak menjadi perhatiannya. Kedua *username* @dailymuslimahindonesia sebagai simbol representasi dari pembuat konten atau pemilik akun Instagram yang memiliki *username* @dailymuslimahindonesia. Dalam

konteks gambar ini, username tersebut mewakili identitas pengelola atau pemilik akun yang bertanggung jawab atas konten yang diposting di akun tersebut. Dengan mencantumkan username, gambar ini menunjukkan siapa yang bertanggung jawab atas pesan dakwah yang disampaikan melalui akun tersebut.

3) *Interpretant* (Interpretasi Pesan Dakwah)

Gambar di atas mengandung pesan dakwah Akhlak, yang berfokus pada pentingnya menjauhi prasangka buruk atau su'udzon terhadap orang lain dalam kehidupan sehari-hari. Berprasangka buruk terhadap orang lain adalah salah satu kesalahan umum yang sering terjadi dalam interaksi sosial, hal tersebut bisa disebabkan oleh perasaan iri atau ketidaksetujuan terhadap seseorang. Dalam pandangan orang yang iri atau tidak suka kepada seseorang, maka ia cenderung tidak melihat atau mengakui kebaikan apa pun yang dilakukan oleh orang tersebut.

Hal tersebut merupakan aspek penting dari pesan dakwah ini, yaitu bahwa perasangka buruk dapat membuat seseorang buta terhadap tindakan baik yang dilakukan oleh orang lain. Prasangka buruk yang dibiarkan berlarut-larut bisa menimbulkan fitnah, yang dimana fitnah merupakan tindakan menyebarkan informasi palsu atau merusak reputasi seseorang. Seperti dalam surah Al-Hujurat: 12 yang artinya Artinya: “12.⁶⁶ Hai orang-orang yang beriman, jauhilah kebanyakan purba-sangka (kecurigaan), Karena sebagian dari purba-sangka itu dosa. dan janganlah mencari-cari keburukan orang dan janganlah menggunjingkan satu sama lain. Adakah seorang diantara kamu yang suka memakan daging saudaranya yang

⁶⁶ Nurhidayat, N., Al-Munawar, and Firdaus, S., 2022. Propil murid yang multikultural tinjauan tafsir dan hadits tarbaw. *Edukasi Islami: Jurnal Pendidikan Islam*, 11(4), pp.339-354.

sudah mati? Maka tentulah kamu merasa jijik kepadanya. dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Maha Penerima Taubat lagi Maha Penyayang.

Ayat diatas merupakan larangan untuk tidak berburuk sangka kepada orang lain, dan mencari-cari kesalahan orang lain. Memang buruk sangka bukan melulu kesalahannya tapi juga kesalahan orang yang bikin buruk sangka bagi orang lain, maka ia harus menghindari prilaku yang menimbulkan orang buruk sangka.

Hasil Analisis penggunaa unsur desain pada postingan dengan tema menjauhi purba-sangka

Postingan dengan tema “Menjauhi purba-sangka” memiliki unsur desain yaitu bentuk, warna, ilustrasi, tipografi. Pada penggunaan bentuk dalam desain ini menggunakan bentuk natural yaitu bentuk yang ukurannya dapat berubah dan berkembang, dalam postingan ini bentuk naturalnya adalah manusia, kemudian bentuk-bentuk yang lain menggunakan bentuk proses ilustrasi yang di gambar yaitu gambar-gambar barang yang diolah dri bentuk geometris yaitu persegi, dan lingkaran. Warna yang digunakan sebagai background adalah pink sebagai identitas dari akun tersebut yang mempunyai makna lembut, dan menenangkan, sama ketika menghadapi prasangka kita harus dengan ketenangan dan kesabarn untuk membantahnya atau menghindarinya. Ilustrasi dalam postingan tersebut ditemukan gambar perempuan muslimah yang seperti sedang menguping. Sementara itu, teks dalam postingan menggunakan jenis tulisan atau tipografi *hand drawn*. Secara umum, unsur desain dalam postingan ini sesuai dengan teori.

Hasil Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce

c. Postingan @dailymuslimahindonesia yang diunggah pada tanggal 12 Februari 2023

1) Representament



Gambar 4.7 Postingan dengan tema jangan membandingkan diri sendiri dengan orang lain (12/2/23)

2) Object

a. Ikon

Pada gambar di atas, terdapat sejumlah ikon diantaranya, ikon hewan kucing, ikon bunga, dan ikon rumput. Beberapa ikon tersebut merupakan visualisasi penyampaian pesan dakwah yang berfokus pada tema jangan membandingkan diri sendiri dengan orang lain.

b. Indeks

Dari gambar diatas ditemukan seekor kucing yang terlihat seperti dalam keadaan merenung sebagai indeks dari representasi dari pesan atau tema yang ingin disampaikan, selain itu juga terdapat indeks tulisan “Jangan bandingkan dirimu dengan orang lain, karena matahari dan bulan pun sama

bersinar di waktunya masing-masing” yang merupakan indeks dari pesan yang mengajarkan untuk tidak membandingkan diri dengan orang lain. Selain itu pesan tersebut juga menekankan bahwa setiap individu memiliki waktu, potensi, dan keunikan yang berbeda, dan seperti matahari dan bulan yang bersinar pada waktunya sendiri. Demikian juga kita harus menghargai perjalanan dan perkembangan pribadi kita sendiri tanpa terlalu membandingkannya dengan orang lain.

c. Simbol

Dari gambar di atas terdapat beberapa simbol diantaranya, pertama, bunga yang bermekaran merupakan simbol gambaran dari orang itu sendiri yang mekar dengan indah pada waktu yang telah ditentukan, dan setiap orang juga memiliki perjalanan dan waktu mereka sendiri untuk mencapai kemajuan dalam hidup, kedua, terdapat *user name* *dailymuslimah.idn* yang merupakan simbol dari identitas dan fokus akun media sosial tersebut, serta menjadi petunjuk bagi pengguna sosial media tentang jenis konten yang dapat mereka harapkan dari akun tersebut.

3) Interpretant (Intepretasi Pesan Dakwah)

Gambar di atas memuat pesan dakwah akhlak, pada gambar tersebut terdapat pesan” Janganlah bandingkan dirimu dengan yang lain, karena matahari dan bulan pun bersinar di waktunya masing-masing” pesan tersebut mengingatkan kita bahwa setiap individu adalah unik, yang artinya kita tidak boleh membandingkan diri sendiri dengan orang lain, membandingkan diri dengan orang lain dapat menghasilkan perasaan tidak memadai atau rendah diri jika kita merasa bahwa kita tidak sebanding dengan mereka. Sebagai individu kita juga diharuskan menerima diri kita apa adanya dan menghargai kualitas-kualitas postif yang kita miliki, hal tersebut merupakan langkah

pertama dalam mengembangkan rasa percaya diri yang sehat dan membangun hubungan yang lebih positif dengan diri sendiri. Seperti dalam surah Al-Hadid:20 yang artinya “Ketahuilah, sesungguhnya kehidupan dunia itu hanyalah permainan dan sendagurauan, perhiasan dan saling berbangga di antara kamu serta berlomba dalam kekayaan dan anak keturunan, seperti hujan yang tanam-tanamannya mengagumkan para petani; kemudian (tanaman) itu menjadi kering dan kamu lihat warnanya kuning kemudian menjadi hancur”.⁶⁷ Dalam surah Al-Hadid: 20 mengingatkan kita tentang sifat sementara dari kehidupan dunia dan betapa tidak sebandingnya kesenangan dunia dengan kebahagiaan akhirat. Hal ini mencerminkan ide bahwa setiap individu memiliki perjalanan dan waktu yang unik dalam mencapai kesuksesan atau pencapaian mereka. Meskipun ayat ini tidak secara eksplisit menyebutkan matahari dan bulan, akan tetapi ayat ini menyampaikan pesan yang serupa tentang tidak membandingkan diri sendiri dengan orang lain dan mengingatkan kita untuk fokus pada akhirat yang lebih penting daripada kehidupan dunia yang sementara.

Hasil Analisis penggunaan unsur desain pada postingan dengan tema jangan membandingkan diri sendiri dengan orang lain

Postingan dengan tema “Jangan membandingkan diri sendiri dengan orang lain” memiliki unsur desain yaitu bentuk, warna, ilustrasi, tipografi. Pada penggunaan bentuk dalam desain ini menggunakan bentuk natural yaitu bentuk yang ukurannya dapat berubah dan berkembang, dalam postingan ini bentuk naturalnya adalah tumbuhan. Warna yang digunakan sebagai background adalah pink sebagai identitas dari akun tersebut yang mempunyai makna lembut, dan menenangkan Ilustrasi dalam postingan tersebut ditemukan gambar seekor kucing. Sementara itu,

⁶⁷ PT Sygma Examedia Arkanleema Al Qur'an Q.S Al- Hadid:20

teks dalam postingan menggunakan jenis tulisan atau tipografi *hand drawn*. Secara keseluruhan, desain dalam postingan ini sesuai dengan teori, akan tetapi ada kelemahan dalam hubungan antar ilustrasi dan penjelasan teks. Ilustrasi dan teks tidak saling terhubung dengan baik, yang dimana isi teks tersebut menekankan pentingnya untuk tidak membandingkan diri sendiri dengan orang lain. Sebaiknya, ilustrasi tersebut sesuai dengan isi teks.

Hasil Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce

3. Pesan Dakwah Syari'ah

- a. Postingan @dailymuslimahindonesia yang diunggah pada tanggal 4 April 2023

- 1) *Representament*



Gambar 4.8 Postingan dengan tema puasa tidak shalat (4/4/23)

- 2) *Object*

Pada gambar di atas terdapat rangkaian objek yang saling berhubungan dalam pembentukan suatu pesan dakwah.

Objek tersebut akan dijabarkan dengan acuan tanda sebagai berikut:

a. Ikon

Pada gambar di atas terdapat berbagai ikon diantaranya adalah ikon perempuan berhijab, ikon hp, ikon boneka, ikon bantal, ikon pulpen, ikon buku. Kumpulan ikon tersebut merupakan visualisasi penyampaian pesan dakwah bertema meninggalkan sholat.

b. Indeks

Dari gambar di atas dapat ditemukan terlihat dari seseorang perempuan berhijab yang sedang tertidur pulas sebagai indeks yang menggambarkan situasi di mana seseorang mungkin mengabaikan kewajiban shalat. Dalam konteks gambar, perempuan tersebut mungkin sedang tidur atau terlalu lelah untuk menjalankan ibadah shalat. Gambar ini menciptakan pertanyaan "Puasa Tidak Shalat," yang menunjukkan bahwa ada situasi di mana seseorang mungkin berpuasa tetapi mengabaikan pelaksanaan shalat, yang seharusnya menjadi bagian penting dari praktik keagamaan seorang Muslim. Kemudian terdapat hadits yang menyatakan, "Pembatas seorang muslim dengan kesyirikan dan kekafiran adalah meninggalkan shalat (HR. Muslim:82)." Ini adalah sebuah hadits yang mengingatkan umat Islam tentang pentingnya shalat dalam agama Islam. Hadits ini mengisyaratkan bahwa meninggalkan shalat merupakan tindakan serius yang dapat membawa konsekuensi serius, seperti keingkaran terhadap kebenaran yang telah disahkan oleh Allah SWT. Dengan demikian, hadits ini memperingatkan agar umat Islam tetap memprioritaskan pelaksanaan shalat dalam kehidupan mereka.

c. Simbol

Pada gambar di atas terdapat username akun Instagram @dailymuslimah.idn yang terletak di sebelah kiri gambar seorang perempuan yang sedang tertidur. Username tersebut adalah tanda pengenal dari akun instagram @dailymuslimahindonesia yang bertanggung jawab atas gambar tersebut.

3) *Interpretant* (Interpretasi Pesan Dakwah)

Gambar di atas memuat pesan dakwah syari'ah tentang puasa tanpa menjalankan shalat. Dalam gambar tersebut terdapat dua ibadah yang utama dalam Islam, yaitu puasa dan shalat. Puasa merupakan ibadah yang dilakukang selama bulan Ramadhan, sementara shalat adalah ibadah yang dilakukan oleh umat Islam secara rutin sepanjang hari. Hal tersebut mengingatkan bahwa menjalankan keduanya adalah tanggung jawab dari seorang muslim terhadap perintah Allah Swt. Kendati menemui bulan Ramadhan, tak jarang umat Islam melupakan kewajiban-kewajiban lainnya seperti berpuasa tetapi tidak menjalankan shalat. Shalat merupakan salah satu pilar utama dalam praktik keagamaan Islam dan harus dilaksanakan oleh setiap muslim. Dimana shalat merupakan salah satu cara umat Islam berkomunikasi langsung dengan Allah Swt dan menjaga koneksi spiritual dengan-Nya.

Hal tersebut mencerminkan fenomena yang kadang terjadi di kalangan umat Islam selama bulan Ramadhan. Salah satu perintah mengerjakan shalat ini terdapat dalam QS. Al-Baqarah: 238 sebagai berikut:⁶⁸

حُفِظُوا عَلَى الصَّلَوَاتِ وَالصَّلَاةِ الْوُسْطَىٰ وَقُومُوا لِلَّهِ قَانِتِينَ

⁶⁸ Lajnah Pentashihan mushaf Al-Qur'an, n.d. Qur'an Kemenag. Retrieved Januari, 2024, from <https://quran.kemenag.go.id/>

Artinya: peliharalah semua shalat(mu), dan (peliharalah) shalat wusthaa. Berdirilah untuk Allah (dalam shalatmu) dengan khusyu’.

Ayat tersebut menegaskan kewajiban untuk menjaga dan melaksanakan semua shalat yang telah diwajibkan dalam agama Islam, selain itu juga ayat ini merujuk kepada umat Islam untuk tidak hanya menjaga shalat wajib pada waktu-waktu utama, tetapi juga untuk tetap menjaga shalat tengah hari (shalat dhuhur) dengan khusu’.

Hasil Analisis penggunaan unsur desain pada postingan dengan tema puasa tidak shalat

Postingan dengan tema “Puasa tidak shalat” memiliki unsur desain yaitu bentuk, warna, ilustrasi, tipografi. Pada penggunaan bentuk dalam desain ini menggunakan bentuk natural yaitu bentuk yang ukurannya dapat berubah dan berkembang, dalam postingan ini bentuk naturalnya adalah manusia. Warna yang digunakan sebagai background adalah pink sebagai identitas dari akun tersebut yang mempunyai makna lembut, dan menenangkan. Ilustrasi dalam postingan tersebut ditemukan gambar perempuan yang sedang tertidur. Sementara itu, teks dalam postingan menggunakan jenis tulisan atau tipografi *hand drawn*. Secara keseluruhan postingan tersebut sudah sesuai dengan penggunaan unsur desain.

Hasil Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce

- b. Postingan @dailymuslimahindonesia yang diunggah pada tanggal 5 Maret 2023
- 1) Representament



Gambar 4.9 Postingan dengan tema menuntut ilmu agama (5/3/23)

2) *Object*

Pada gambar di atas terdapat rangkaian objek yang saling berhubungan dalam pembentukan suatu pesan dakwah. Objek tersebut akan dijabarkan dengan tanda sebagai berikut:

a. Ikon

Pada gambar di atas terlihat beberapa ikon yang bisa ditemukan, yaitu ikon perempuan muslim berhijab, ikon buku catatan, ikon pulpen, ikon rak, ikon tumbuhan kaktus. Ikon tersebut merupakan sebuah ilustrasi dalam penyampaian pesan bertema menuntut ilmu agama.

b. Indeks

Dari gambar di atas indeks yang dapat ditemukan adalah seorang perempuan berhijab yang sedang belajar sebagai indeks dari menuntut ilmu. Perempuan tersebut sedang aktif dalam proses belajar, yang mencerminkan semangat untuk mendapatkan pengetahuan dan pemahaman yang lebih baik, terutama dalam konteks ilmu agama Islam. Belajar adalah tindakan yang penting dalam Islam, dan gambar ini menyoroti pentingnya mengejar ilmu sebagai salah satu aspek penting dalam praktik beragama. Kemudian terdapat kalimat “Menuntut ilmu agama bukan hanya sebuah kewajiban tetapi juga (merupakan) kebutuhan” kalimat tersebut menyampaikan indeks bahwa belajar tentang agama adalah suatu yang tak terpisahkan dari praktik keagamaan yang benar. Ini bukan hanya tugas yang harus dilakukan, tetapi juga suatu keharusan yang membantu individu untuk memahami agama mereka dengan lebih baik, mengokohkan keyakinan, dan menjalani kehidupan sesuai dengan nilai-nilai dan tuntunan agama.

c. Simbol

Pada gambar di atas terdapat sebuah simbol, yaitu username @dailymuslimah.idn, yang terletak di atas buku catatan. Simbol ini digunakan sebagai tanda identitas untuk akun Instagram @dailymuslimahindonesia. Username tersebut mencerminkan pembuat konten atau orang yang bertanggung jawab atas akun tersebut di platform Instagram.

3) *Interpretant* (Interpretasi Pesan Dakwah)

Gambar di atas memuat pesan dakwah syari'ah tentang pentingnya menuntut ilmu agama. Menuntut ilmu agama merupakan salah satu kewajiban yang ditegaskan dalam ayat

Al-Qur'an dan Hadits. Ilmu agama merupakan pondasi untuk memahami keyakinan, praktek keagamaan, dan etika yang benar. Hukum menuntut ilmu agama adalah fardhu ain, berlaku baik untuk laki-laki maupun perempuan, dengan kata lain, setiap muslim memiliki tanggung jawab untuk meningkatkan pemahaman mereka tentang agama. Pernyataan tersebut mengandung makna yang sangat penting tentang nilai ilmu dalam Islam dan prioritasnya dibandingkan dengan kebutuhan fisik.

Hasil Analisis penggunaa unsur desain pada postingan dengan tema menuntut ilmu

Postingan dengan tema “Menuntut ilmu” memiliki unsur desain yaitu bentuk, warna, ilustrasi, tipografi. Pada penggunaan bentuk dalam desain ini menggunakan bentuk natural yaitu bentuk yang ukurannya dapat berubah dan berkembang, dalam postingan ini bentuk naturalnya adalah manusia dan bunga. Penggunaan warna yang digunakan tetap konsisten dengan postingan sebelumnya yaitu warna pink sebagai identitas dari akun tersebut, mempunyai arti cinta, lembut, dan menenangkan. Ilustrasi dalam postingan tersebut ditemukan gambar perempuan berhijab yang sedang belajar. Sementara itu, teks dalam postingan menggunakan jenis tulisan atau tipografi *hand drawn*. Secara keseluruhan, postingan tersebut sesuai dengan teori unsur desain.

Hasil Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce

c. Postingan @dailymuslimahindonesia yang diunggah pada tanggal 31 Maret 2023

1) *Representament*



Gambar 4.10 Postingan dengan tema sedekah hari jum'at (31/3/23)

2) *Object*

Pada gambar di atas terdapat rangkaian objek yang saling berhubungan dalam pembentukan suatu pesan dakwah. Objek tersebut akan dijabarkan dengan tanda sebagai berikut:

a. Ikon

Pada gambar di atas, terdapat beberapa ikon yang dapat ditemukan, seperti: ikon bunga, ikon lingkaran sebagai *background*, serangkaian ikon tersebut digunakan sebagai gambaran visual dalam menyampaikan pesan dakwah tentang sedekah di hari jumat.

b. Indeks

Indeks yang dapat diidentifikasi pada gambar di atas diantaranya terdapat tulisan "Bahwasanya sedekah di

hari jumat dibandingkan semua hari dalam sepekan seperti sedekah di bulan Ramadhan di bandingkan bulan-bulan selainnya”, merupakan indeks dari memberikan sedekah pada hari jumat memiliki nilai spiritual dan keberkahan yang istimewa, sebagaimana halnya memebrikan sedekah pada bulan Ramadhan dibandingkan dengan bulan-bulan lain dalam setahun, kemudian terdapat seperti raut muka tersenyum yang merupakan indeks dari kegembiraan dan keberkahan yang mengiringi tindakan memberikan sedekah pada hari jumat, yang menggambarkan kesyukuran dan kebahagiaan spiritual yang dialami oleh orang yang melakukan amal kebaikan ini, kemudian adanya tumbuhan bunga yang merupakan indeks dari gambaram tentang kemuliaan dan keindahan yang melingkupi tindakan memberikan sedekah pada hari jumat, dan menekankan pentingnya perbuatan baik ini dalam agama Islam.

c. Simbol

Dari gambar di atas, terdapat yaitu username dailymuslimah.idn yang ada di sebelah gambar bunga merupakan simbol dari tanda pengenal atau merek pribadi bagi pencipta konten. Nama pengguna tersebut mencerminkan identitas, tema, atau tujuan dari akun tersebut.

3) Intepretant (Intepretasi Pesan Dakwah)

Pada gambar di atas terdapat pesan dakawah syariah, yaitu sedekah terutama pada hari jumat. Sedekah adalah salah satu bentuk ibadah yang sangat ditekankan dalam ajaran Islam. Melalui sedekah, uamt muslim diingatkan tentang pentongnya berbagi rezeki dengan sesama manusia. Bersedekah bukan hanya sekedar memberikan sebagian harta kepada yang membutuhkan, tetapi juga mencerminkan keikhlasan hati dan

niat yang tulus dalam beramal. Dalam Islam, niat dan keikhlasan dalam beramal sangat ditekankan, sehingga sedekah yang diberikan dengan ikhlas dianggap sebagai bentuk ibadah yang mulia di mata Allah Swt. Selain itu juga sedekah merupakan salah satu ciri utama orang yang beriman, orang beriman adalah mereka yang tidak hanya peduli terhadap urusan ibadah kepada Allah saja, akan tetapi juga memperhatikan kesejahteraan sesama manusia di sekitarnya. Dengan memberikan sedekah, umat muslim tidak hanya membantu memenuhi kebutuhan orang lain, tetapi juga menunjukkan solidaritas dan empati terhadap penderitaan sesama manusia. Pentingnya sedekah hari jumat juga memiliki makna tersendiri dalam Islam. Hari jumat merupakan hari yang dianggap istimewa dan diberkahi dalam agama Islam. Memberikan sedekah pada hari jumat dianggap sebagai bentuk amalan yang lebih diberkahi dan bernilai di mata Allah.

Hasil Analisis penggunaan unsur desain pada postingan dengan tema sedekah hari jum'at

Postingan dengan tema “Sedekah hari jum'at” memiliki unsur desain yaitu bentuk, warna, ilustrasi, tipografi. Pada penggunaan bentuk dalam desain ini menggunakan bentuk natural yaitu bentuk yang ukurannya dapat berubah dan berkembang, dalam postingan ini bentuk naturalnya adalah tumbuhan, penggunaan bentuk abstrak pada bagian *background* tumbuhan. Warna yang digunakan sebagai background adalah pink dengan makna lembut, menenangkan, cinta, dan kasih sayang dapat memperkuat pesan yaitu menciptakan hubungan dengan kemanusiaan dan tindakan kasih sayang, serta mengingatkan orang tentang pentingnya hari Jum'at sebagai momen berbagi dan berbuat baik kepada sesama. Ilustrasi dalam postingan tersebut ditemukan gambar bunga. Sementara itu, tipografi yang digunakan dalam postingan tersebut adalah menggunakan

tulisan sendiri yaitu tipografi *hand drawn*. Secara keseluruhan, penggunaan unsur desain dalam postingan tersebut sesuai dengan teori desain grafis dan dapat efektif dalam menyampaikan pesan, akan tetapi ada kekurangan dalam desain tersebut yaitu pada ilustrasi yang digunakan tidak sesuai dengan isi teks.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah melakukan analisis data terhadap 9 postingan gambar akun Instagram dakwah @dailymuslimahindonesia sepanjang periode Februari-Mei 2023 dengan menggunakan analisis semiotika Charles Sanders Peirce.

Penulis akan mendeskripsikan kesimpulannya sebagai berikut: terdapat tiga struktur semiotika Charles Sanders Peirce yang meliputi *representamen*, *object*, dan *interpretant*. dengan acuan tanda di dalamnya yaitu, ikon, indeks, dan simbol, namun kebanyakan dari mereka adalah menggunakan acuan tanda ikon dan indeks yang digunakan untuk menginterpretasikan suatu makna pesan dakwah. Dalam 9 postingan Instagram @dailymuslimahindonesia terdapat 3 jenis pesan dakwah yaitu:

- a. Pesan Dakwah Aqidah: Pesan ini berkaitan dengan keyakinan Islam, yaitu terkait mentaadabburi Al-Qur'an, dan istiqomah.
- b. Pesan Dakwah Syari'ah: Pesan ini berfokus pada hukum dan aturan Islam, seperti meninggalkan shalat, dan menuntut ilmu agama.
- c. Pesan Dakwah Akhlak: Pesan ini mencakup aspek moral dan etika dalam Islam, yaitu terkait dengan perubahan positif dalam perilaku individu untuk menjadi lebih baik, menjauhkan diri dari sikap buruk, seperti purba-sangka.

Dengan mengemas desain yang sederhana, memadukan unsur bentuk, warna, tipografi, dan ilustrasi yang membuktikan bahwa akun @dailymuslimahindonesia menerapkan desain komunikasi visual untuk berdakwah melalui postingan pada media sosial Instagram.

B. Saran

Adapun saran dari penulis yang dapat dipertimbangkan terkait penelitian mengenai pesan dakwah pada akun instagram @dailymuslimahindonesia dengan metode analisis semiotika Charles Sanders Pierce adalah sebagai berikut:

1. Bagi pengelola akun Instagram @dailymuslimahindonesia, dalam membuat karya visual, harus memperhatikan elemen desain yaitu tatanan huruf atau tipografi, ilustrasi dan warna. Tatanan huruf yang baik dalam sebuah desain dinilai sangat penting, agar pesan yang disampaikan dapat sampai dengan baik, salah satunya dengan cara kemudahan membaca sebuah teks tersebut. Selain itu juga dalam pembuatan ilustrasi pendukung juga perlu disesuaikan dengan pesan yang disampaikan. Penggunaan warna juga tidak kalah penting karena mendukung keindahan desain tersebut, bahkan dapat menegaskan makna pesan dalam sebuah postingan tersebut.
2. Bagi peneliti, diharapkan dapat menjadikan ilmu dan pengalaman baru untuk mengembangkan cara-cara dakwah yang lebih modern dan relevan.
3. Bagi peneliti berikutnya, bisa menjadikan penelitian ini sebagai bahan referensi sesuai dengan bidang akademiknya. Selain itu peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperdalam pemahaman terhadap analisis semiotika Charles Sanders Pierce dan menerapkannya dalam konteks yang berbeda sesuai dengan minat penelitian mereka. Selain itu, peneliti berikutnya diharapkan dapat mengidentifikasi dan melengkapi kekurangan yang ada dalam penelitian ini untuk meningkatkan pemahaman tentang pesan dakwah di media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulllah, Muhammad Qadaruddin. 2019 (Qiara Media)
- Abdurrachman. 1993 *Dasar-Dasar Public Relations* (Bandung: Citra Aditya Bakti)
- Ahmadi, Dadi. 2008 “Interaksi Simbiolik: Suatu Pengantar”. *Jurnal Mediator* Vol. 9, No.2
- Amin, Samsul Munir. 2009 *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Amzah)
- Askinta, Dwi. 2021 “*Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce (Komunikasi Visual Dakwah Persuasif pada Akun Instagram @xkwavers)*”. Skripsi: Purwokerto., Institut Agama Islam Negeri
- Atmoko, Dwi Bambang *Instagram Handbook* (Jakarta: Media kita)
- Aziz, Moh Ali. 2009 *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group)
- Budiman, Kris. 2011 *Semiotika Visual Konsep, Isu, dan Problem Ikonitas* (Yogyakarta: Jalasutra)
- Cahyono, Anang Sugeng. 2016 “Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Indonesia” *Jurnal Publicana*
- Fauzia, Zahra Ulfa, dkk. 2016 “Media Sosial Instagram sebagai Media Dakwah”, *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*. Vol.1 No. 2
- Feroza, Cindie Sya’bania, and Misnawati Desy. 2020 “Penggunaan Media Pada Akun @Yhoophii_Official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan” *Jurnal Inovasi* Vol.14. no. 1
- Ishaq, Ropingin El. 2016 *Pengantar Ilmu Dakwah: Studi Komprehensif Dakwah dari Teori ke Praktik* (Jawa Timur: Madani)
- Kursianto, Adi. 2009 *Pengantar Desain Komunikasi Visual*, (Yogyakarta: Andi)
- Lajnah Pentashihan mushaf Al-Qur’an. (n.d.). Qur’an Kemenag. Retrieved April 4, 2023, from <https://quran.kemenag.go.id/>
- Liedfray, Tongkotow, Waani Fonny J, and Lasut, Jouke J 2022“ Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Kleuarga Di Desa Esandom

Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara” *Jurnal Ilmiah Society* Vol.2. No. 1

Mufid, Amshori. 2019 “*Dakwah Instagram (Analisis Wacana A Van Dijk pada Akun @Nunuzoo)*”. Skripsi: Surakarta., Institut Agama Islam Negeri Surakarta

Munir, Amin Samsul. 2014 *Sejarah Dakwah* (Jakarta: Amzah)

Munir, Muhammad and Illahi Wahyu. 2006 *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Kencana)

Ni'mah, Nilnan. 2016 “*Dakwah Komunikasi Visual*” *Islamic Communication Journal* Vol.01. No. 01

Nughrhani, Farida. 2014 *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa* (Solo: Cakra Books)

Nurhidayat, N., Al-Munawar, and Firdaus, S., 2022. Propil murid yang multikultural tinjauan tafsir dan hadits tarbaw. *Edukasi Islami: Jurnal Pendidikan Islam*, 11(4), pp.

Pratiwi, Putri. *Wawancara*, Purwokerto, 29 Juli 2023

Puspitasari, Dwi Ratih “*Nilai-nilai Sosial Budaya dalam Film Tilik (Kajian Semiotika Charles Sanders Peirce)*” *Jurnal Semiotika*. Vol.15. No.10

Rahmawati, Dwy, and Zalal Ahmad. 2021 “*Efektivitas Dakwah melalui Media Sosial Di Era Media Baru*”, *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*. Vol.8 No. 1

Ramadhani, Rahmat. 2018 *Pengantar Ilmu Dakwah* (Yogyakarta: Samudra Biru)

Rijali, Ahmad. 2018 “*Analisis Data Kualitatif*” *Jurnal Alhadharah* Vol.17. No.33

Royhan, Muhammad Ghoyyas, and Ngabekti, Dhevin Kawistoro. 2021 “*Problematika Desain Komunikasi Visual dan Plagiarisme dalam Dunia Desain Grafis*”. *Journal of Advertising and Visual Communication*. Vol. 2, No.1

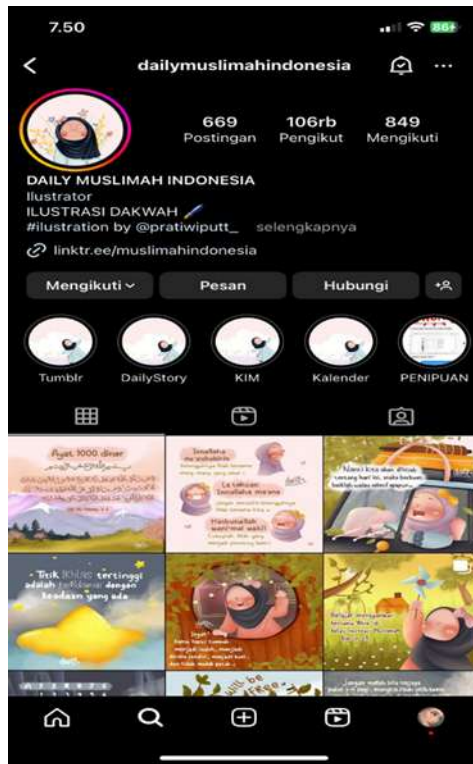
Rusmana, Dadan. 2014 *Filsafat Semiotika Paradigma, teori, dan metode Interpretasi Tanda dai Semiotika Struktural hingga Dekonstruksi Praktis* (Bandung: Pustakka Setia)

S, Lia Anggaraini, and Nathalia Kirana. *Desain Komunikasi Visual Dasar-dasar Panduan untuk Pemula* (Bandung: Nuansa Cendekia)

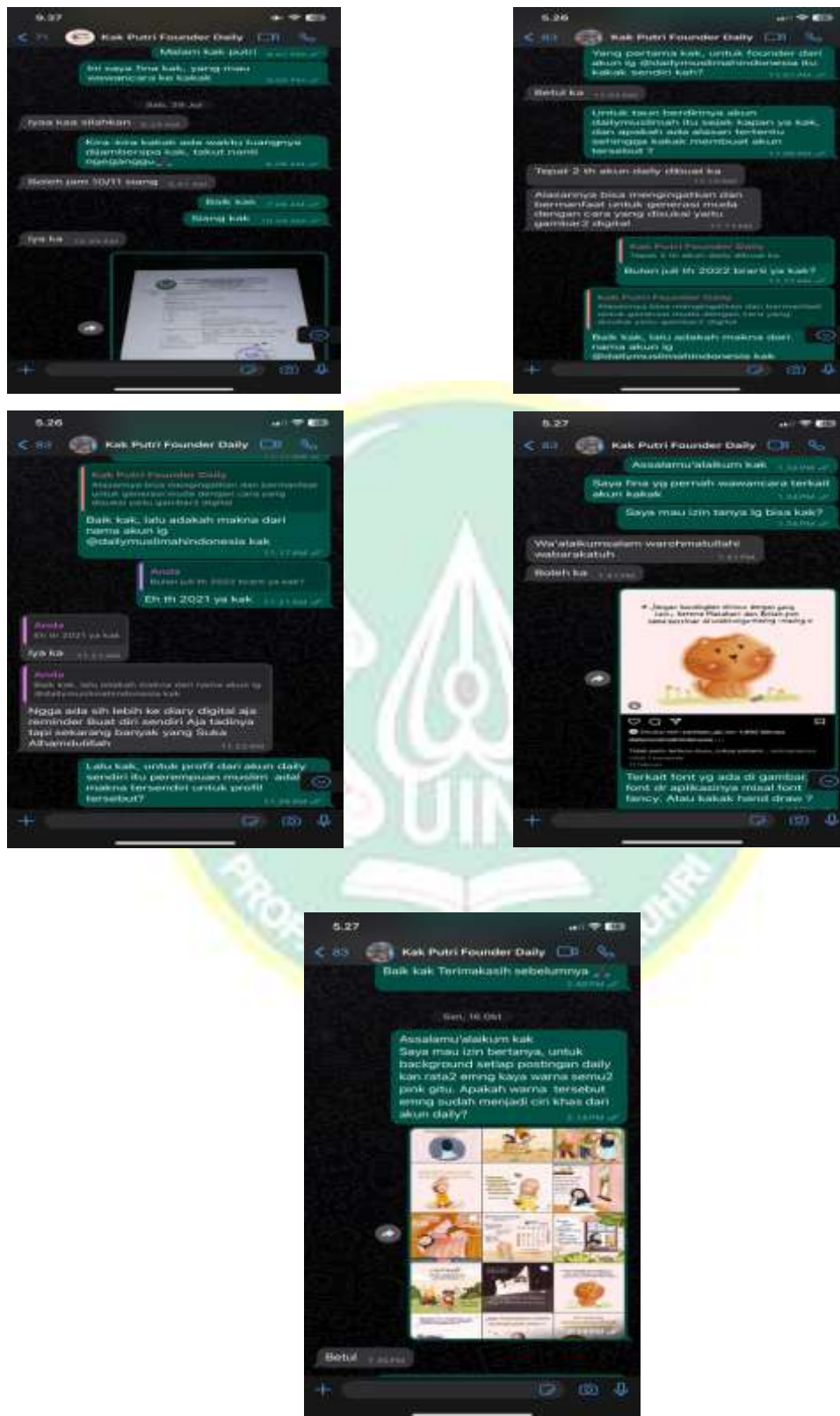
- Sachri, Agus, and Sunarya Yan Yan. 2005 *Pengantar Tinjauan Desain* (tt:tp)
- Setiadi, Ahmad. 2016 “Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi” *Jurnal Khatulistiwa Informatika*
- Shifeti, Alayusi. 2016 *Media sosial Interaksi* (Prenada Media Group)
- Silmi, Nisa Adilah. 2018 “Analisis Pesan Dakwah Akhlak Pada Video Akun Instagram @hijablila”. Skripsi: Surabaya., UIN Sunan Ampel
- Sobur, Alex. 2004 *Semiotika Komunikasi* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya)
- Sriwitari, Ni Nyoman, and Widnyana, I gusti Nyoman. 2020 *Desain Komunikasi Visual*, (Yogyakarta: Andi Offset)
- Sumadi, Eko. 2016 “Dakwah dan Media Sosial: Menebar Kebaikan Tanpa Diskrimasi”, *Jurnal Dakwah*. Vol. 4 No. 1
- Syahrum, Salim. 2012 *Metodologi Penelitian* (Bandung: Citra Pustaka Media)
- Syukir, Asmuni. 2018 *Dasar-dasar strategi dakwah Islam* (Al-Ikhlas)
- Tinarbuko, Sumbo. 2009 *Semiotika Komunikasi Visual* (Yogyakarta: Jalasutra)
- Toybah, Nur Rizky. 2016 “Dakwah Komunikasi Visual Melalui Akun @haditsku”. Skripsi: Banjarmasin., IAIN Antarsari Banjarmasin
- W, Putra Ricky. 2020 *Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penenrapan* (Yogyakarta: Andi)
- Warsandi. 2016 “Pesan Komunikasi Dakwah melalui Desain Komunikasi Visual dalam Fanpage Facebook Naidu Clothing”. Skripsi: Yogyakarta., UIN Sunan Kalijaga
- Zamroni, Muhammad. 2018 “Desain Komunikasi Visual Journalism Online (Analisis Kualitatif Deskriptif Karakter Desain Komunikasi Visual Website Suaramuslim.net)”. Skripsi: Surabaya., UIN Sunan Ampel

LAMPIRAN

Lampiran 1. Screenshot Profil Instagram @dailymuslimahindonesia



Lampiran 2. Wawancara dengan founder akun @dailymuslimahindonesia



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Fina Fauziyah
2. Nim : 1917102052
3. Tempat, tanggal Lahir : Cilacap, 10 Juni 2002
4. Alamat : Jl. Brantas RT 01/ RW 05 Karangmangu,
Kroya Cilacap Jawa Tengah
5. Nama Ayah : Sutarno
6. Nama Ibu : Sarti Susanti

B. Riwayat Pendidikan

1. SD/MI, tahun lulus : Mi Ma'arif 07 Karang Mangu (2013)
2. SMP/MTS, tahun lulus : Mts Plus Al-Hidayah Kroya (2016)
3. SMA/MA, tahun lulus : Man 03 Cilacap (2019)

Purwokerto, 5 Januari 2024

Fina Fauziyah
NIM. 1917102052