

**ANALISIS DESAIN KOMUNIKASI VISUAL PADA AKUN
INSTAGRAM @tarbiyah.generation**



SKRIPSI

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

Oleh :

**IRGI ACHMAD FACHREZI
1917102126**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
JURUSAN MANAJEMEN DAN KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH
UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO
2024**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Irgi Achmad Fachrezi
NIM : 1917102126
Jenjang : S-1
Prodi Studi : Komunikasi Penyiaran dan Islam (KPI)
Fakultas : Dakwah
Judul Skripsi : **Analisis Desain Komunikasi Visual Pada Akun Instagram @tarbiyah.generation**

Menyatakan dengan ini bahwa naskah skripsi ini adalah hasil karya atau penelitian saya sendiri dan bukan dari karya orang lain. Serta jika terdapat kutipan dalam skripsi ini, saya telah menulis sumber yang didapat dengan footnote dan daftar pustaka.

Purwokerto, 16 Desember 2023

Yang Menyatakan,

A 1000 Rupiah Indonesian postage stamp with a signature over it. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'REPUBLIK INDONESIA', '1000', 'METRAI', and 'TAMPEL'. The serial number '4068AAJXU14111699' is visible at the bottom.

Irgi Achmad Fachrezi
NIM. 1917102126



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

Jalan Jendral A. Yani, No. 40A Purwokerto
Telepon (0281) 635624 Faksimili (0281) 636553, www.uinzaisu.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

Aanalisis Desain Komunikasi Visual Pada Akun Instagram

@tarbiyah.generation

Yang disusun oleh Irgi Achmad Fachrezi NIM. 1917102126 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 **09 Januari 2024** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Sosial dalam Ilmu Komunikasi** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Pembimbing

Atipa Muji, M.Kom
NIP. -

Sekretaris Sidang/Penguji II

Anas Azhimi Qalban, M. Kom.
NIDN 2012049202

Penguji Utama

Turhanun, M.S.I
NIP 19870202 201903 1 011

Mengesahkan,
Purwokerto, **25-1-2024**....



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

NOTA DINAS PEMBIMBING

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

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : Irgi Achmad Fachrezi
NIM : 1917102126
Jenjang : S-1
Fakultas/Jurusan : Dakwah/Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul : Analisis Desain Komunikasi Visual Pada Akun Instagram @tarbiyah.generation

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

Wassalamu'alaikum Wr, Wb.

Purwokerto, 16 Desember 2023

Pembimbing



Atipa Muji, M.Kom

NIP.-

MOTTO

“Barangsiapa yang mengerjakan kebaikan sekecil apapun, niscaya dia akan melihat (balasan)nya.”
(QS. Al-Zalzalah: 7)



PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT atas nikmat yang telah diberikan, penulis persembahkan karya ini kepada:

1. Allah SWT yang senantiasa memberikan nikmat kepada saya sehingga dapat menimba ilmu di dunia ini.
2. Kedua orang tua saya Bapak Munawir dan Ibu Daryanti yang selalu mendukung dan mendoakan saya.
3. Semua keluarga saya yang sudah banyak mendukung untuk terus menempuh pendidikan dengan baik.
4. Diri saya, terima kasih karena telah berusaha bisa sampai di titik ini.



ANALISIS DESAIN KOMUNIKASI VISUAL PADA AKUN INSTAGRAM @tarbiyah.generation

Irgi Achmad Fachrezi

1917102126

fachreziachmad300@gmail.com

ABSTRAK

Seiring dengan perkembangan teknologi, desain komunikasi visual juga telah mengalami transformasi revolusioner. Desain komunikasi visual merupakan sarana komunikasi untuk menyampaikan ide, cerita, konsep, dan informasi melalui penglihatan. Dengan penggunaan elemen-elemen estetika, seperti warna, tipografi, dan komposisi, pesan-pesan kompleks dapat diartikulasikan dengan lebih sederhana dan mengena. Desain komunikasi visual diterapkan dalam media sosial dengan memanfaatkan elemen-elemen visual untuk menyampaikan pesan dan menarik perhatian audiens.

Akun Instagram @tarbiyah.generation memiliki bermacam postingan berupa karya visual. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui makna yang terkandung dalam elemen desain komunikasi visual pada akun @tarbiyah.generation. Penelitian ini menggunakan teori Ferdinand de Saussure. Teori ini pandangan terkait tanda menjadi prinsip dari semiotika Saussure, dimana tanda sendiri dalam konteks komunikasi terbagi menjadi dua yaitu penanda (*Signifier*) dan petanda (*Signified*). Teknik pengumpulan data menggunakan teknik observasi dan teknik dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini adalah setiap tanda visual (ilustrasi, warna dan garis) dan tanda verbal (teks) yang dimunculkan memiliki makna sesuai dengan konteks yang melatarbelakangi pesan yang disampaikan. Setiap poster menginterpretasikan makna himbauan dan mengajak sesama muslim melakukan amar ma'ruf nahi munkar dengan sumber yang jelas yang dicantumkan dalam setiap poster dan setiap poster masuk kedalam kategori komunikasi dengan media massa. Tanda verbal dan tanda visual tidak dapat berdiri sendiri, keduanya saling berkaitan satu dengan yang lainnya.

Kata Kunci : Desain Komunikasi Visual, Semiotika, Instagram.

ANALYSIS OF VISUAL COMMUNICATION DESIGN ON THE INSTAGRAM ACCOUNT @tarbiyah.generation

Irgi Achmad Fachrezi
1917102126
fachreziachmad300@gmail.com

ABSTRACT

Along with the development of technology, visual communication design has also undergone a revolutionary transformation. Visual communication design is a means of communication to convey ideas, stories, concepts, and information through vision. With the use of aesthetic elements, such as color, typography, and composition, complex messages can be articulated more simply and effectively. Visual communication design is applied in social media by utilizing visual elements to convey messages and attract audience attention.

The @tarbiyah.generation Instagram account has various posts in the form of visual works. Therefore, the purpose of this study is to find out the meaning contained in the visual communication design elements on the @tarbiyah.generation account. This research uses the theory of Ferdinand de Saussure. This theory of views related to signs becomes a principle of Saussure's semiotics, where the sign itself in the context of communication is divided into two, namely signifier (Signifier) and sign (Signified). Data collection techniques use observation techniques and documentation techniques.

The result of this study is that every visual sign (illustration, color and line) and verbal sign (text) that is raised has meaning according to the context behind the message conveyed. Each poster interprets the meaning of the appeal and invites fellow Muslims to perform amar ma'ruf nahi munkar with a clear source included in each poster and each poster falls into the category of communication with the mass media. Verbal signs and visual signs cannot stand alone, they are related to each other.

Keywords: Visual Communication Design, Semiotics, Instagram.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Pada kesempatan ini, penulis hendak menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan sehingga skripsi ini dapat selesai. Ucapan terima kasih ini penulis sampaikan kepada :

1. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag. selaku Rektor UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. Muskinul Fuad, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Uus Uswatusolihah, M.A selaku Ketua Jurusan Manajemen dan Komunikasi.
4. Dr. Umi Halwati, M.Ag. selaku Dosen Pembimbing Akademik
5. Atipa Muji, M.Kom selaku Dosen Pembimbing Skripsi. selaku Dosen Pembimbing Skripsi, terima kasih atas bimbingannya sampai skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Segenap Dosen dan Karyawan akademik UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah membekali bermacam ilmu pengetahuan, ketrampilan dan pengalamannya.
7. Kedua orang tua penulis Bapak Munawir dan Ibu Daryanti, terima kasih atas do'a dan dukungan ibu bapa sehingga penulis bisa sampai ke titik ini.
8. Adik saya, Juhfatul Mucharrom, Achmad Nasser Sarraj, dan Mudrikatus Shofi, yang selalu mensupport.
9. Putri Maharani, yang senantiasa memberikan dukungan dan semangat serta kenangan indah yang tak terlupakan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
10. Ma'mun Muzakki, teman seperjuangan dari masa mahasiswa baru, terima kasih atas kebersamaan dan pengalaman suka dukanya selama kurang lebih 4 tahun ini.

11. Syarif Hida, terima kasih sudah berkenan untuk selalu direpotkan. Semoga kebaikanmu dibalas Allah SWT.
12. Kawan-kawan seperjuangan KPI C angkatan 2019 yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
13. Semua teman-teman penulis yang telah memberikan dukungan dan doa yang tidak berkontribusi secara langsung.
14. Khusus kepada diri sendiri, terimakasih sudah berjuang sampai detik ini, mencapai banyak pencapaian dan melampaui batas keraguan sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini.

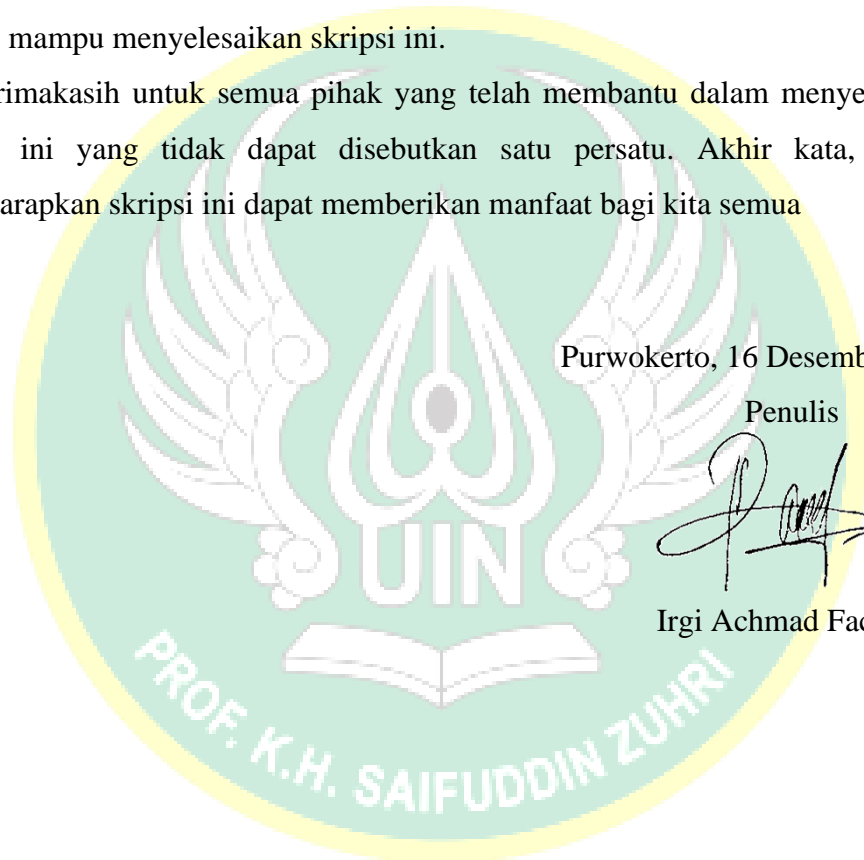
Terimakasih untuk semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Akhir kata, penulis mengharapkan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua

Purwokerto, 16 Desember 2023

Penulis



Irgi Achmad Fachrezi



DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Penegasan Istilah.....	6
1. Desain Komunikasi Visual.....	6
2. Instagram.....	7
3. Akun Instagram @tarbiyah.generation	7
C. Rumusan Masalah.....	7
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
1. Tujuan Penelitian.....	8
2. Manfaat Penelitian.....	8
E. Kajian Pustaka	8
F. Sistematika Pembahasan	11
BAB II KERANGKA TEORI	12
A. Desain Komunikasi Visual	12
1. Desain Komunikasi Visual.....	12
2. Macam-Macam Bentuk Komunikasi Visual	13
3. Elemen-Elemen Desain Komunikasi Visual	15
4. Prinsip Kerja Desain.....	19
5. Karakter Desain Komunikasi Visual.....	20

B. Media Sosial.....	26
1. Media Sosial.....	26
2. Macam Macam Media Sosial.....	26
3. Karakteristik Media Sosial.....	28
4. Media Sosial Instagram.....	30
C. Semiotika Ferdinand De Saussure	31
1. Semiotika.....	31
2. Analisis Teori Semiotika Ferdinand de Saussure.....	32
3. Kerangka Analisis Teori Semiotika Ferdinand De Saussure	33
D. Dakwah Visual.....	34
BAB III METODE PENELITIAN	36
A. Jenis Penelitian.....	36
B. Objek Penelitian.....	36
C. Sumber Data.....	36
1. Sumber Data Primer	36
2. Sumber Data Sekunder.....	46
D. Teknik Pengumpulan Data.....	47
1. Teknik Observasi.....	47
2. Teknik Dokumentasi	47
E. Analisis Data.....	47
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	49
A. Gambaran Umum Instagram @tarbiyah.generation	49
1. Profil Instagram @tarbiyah.generation	49
2. Logo Akun Instagram @tarbiyah.generation.....	51
3. <i>Bio</i>	52
4. <i>Post</i>	52
5. <i>Follower</i>	52
6. <i>Following</i>	52

B. Analisis Data Ferdinand de Saussure Terhadap Makna Desain Visual Pada Akun Instagram @tarbiyah.generation	53
1. Postingan Merawat Diri Sendiri	53
2. Postingan Keseimbangan Dunia dan Akhirat	55
3. Postingan Kegelisahan Kepada Diri Sendiri.....	57
4. Postingan Tentang Penyakit Hati.....	60
5. Postingan Kehidupan Dunia	61
6. Postingan Pertanggung Jawaban di Akhirat	64
7. Postingan Kepedulian Terhadap Saudara Muslim.....	65
8. Postingan Keimanan	67
9. Postingan Puasa Tasu'a dan 'Asyura.....	69
10. Postingan Al-Qur'an Bisa Merubah Hidup-mu.....	71
11. Postingan Kewajiban Ibadah Sholat Fardhu.....	73
12. Postingan Kesalahan dalam Takbir.....	75
C. Perbedaan Postingan Terlama dan Terbaru	77
D. Hasil Analisis Desain Komunikasi Visual pada Akun Instagram @tarbiyah.generation.....	78
BAB V PENUTUP.....	80
A. Kesimpulan	80
B. Saran	80
DAFTAR PUSTAKA.....	82
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	86

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Jenis-jenis Huruf	21
Tabel 2.2 Makna Warna	24
Tabel 3.1 Data Postingan Januari 2018-Juli 2023.....	37
Tabel 3.2 Data Postingan yang Diteliti	44
Tabel 4.1 Postingan Merawat Diri Sendiri.....	54
Tabel 4.2 Postingan Keseimbangan Dunia dan Akhirat	56
Tabel 4.3 Postingan Kegelisahan Diri Sendiri	58
Tabel 4.4 Postingan Penyakit Hati	60
Tabel 4.5 Postingan Kehidupan Dunia	62
Tabel 4.6 Postingan Pertanggungjawaban di Akhirat	64
Tabel 4.7 Postingan Kepedulian Terhadap Sesama Muslim.....	66
Tabel 4.8 Postingan Keimanan	67
Tabel 4.9 Postingan Puasa Tasu'a dan 'Asyura	70
Tabel 4.10 Postingan Al-Qur'an Bagi Kehidupan	72
Tabel 4.11 Postingan Kewajiban Ibadah Sholat Fardhu	74
Tabel 4.12 Postingan Kesalahan Dalam Takbir.....	75
Tabel 4.13 Postingan Terlama dan Terbaru	77
Tabel 4.14 Elemen Desain dan Jenisnya.....	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Profil Akun Instagram @tarbiyah.generation	4
Gambar 1.2 Postingan @tarbiyah.generation Bersyukur Dengan Apa Yang Kita Miliki	5
Gambar 1.3 Postingan @tarbiyah.generation Tanda-Tanda Orang Munafik	5
Gambar 2.1 Elemen-elemen Makna dari Ferdinand De Saussure	33
Gambar 3.1 Bagan Teori Ferdinand De Saussure	48
Gambar 4.1 <i>Screenshoot</i> Profil Instagram @tarbiyah.generation.....	49
Gambar 4.2 Logo Instagram @tarbiyah.generation.....	51



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi dan berkembangnya media membuat perubahan yang sangat signifikan diberbagai bidang dalam mencapai informasi bagi kehidupan manusia. Sebuah informasi yang sebelumnya didapatkan hanya dengan cara konvensional, dengan mudahnya bisa didapat sebagai sumber-sumber pedoman moral baru.¹ Seiring dengan perkembangan teknologi, desain komunikasi visual juga telah mengalami transformasi revolusioner. Melalui sentuhan inovatif, desain komunikasi telah menjadi kekuatan pendorong dalam menyampaikan pesan, mempengaruhi emosi, dan menciptakan pengalaman tak terlupakan bagi audiensnya.

Desain komunikasi visual adalah sarana komunikasi untuk menyampaikan ide, cerita, konsep, dan informasi melalui penglihatan. R. Buckminster Fuller, seorang desainer dan arsitek yang menciptakan *geodesic dome*, mengatakan bahwa sebuah desain komunikasi harus dapat memenuhi kebutuhan masyarakat tidak hanya untuk memuaskan keinginan daripada desainer tersebut sendiri.²

Ditengah arus informasi yang terus mengalir, desain komunikasi visual menjadi nyawa bagi setiap cerita yang ingin diceritakan. Dengan penggunaan elemen-elemen estetika, seperti warna, tipografi, dan komposisi, pesan-pesan kompleks dapat diartikulasikan dengan lebih sederhana dan mengena. Desain komunikasi visual diterapkan dalam media sosial dengan memanfaatkan elemen-elemen visual untuk menyampaikan pesan dan menarik perhatian *audiens*.

¹ Nugraha, R. H., Parhan, M., & Aghnia, A., *Motivasi Hijrah Milenial Muslim Perkotaan Melalui Dakwah Digital*, vol 3, No.2 (2020), 175–194.

² Labuz Ronald, *Contemporary Graphic Design*, New York, (1991), 121.

Era digital saat ini merupakan era dimana semua akses bisa didapatkan oleh para penggunanya dengan melalui media. Jutaan pengguna media sosial ini digunakan untuk berbagai hal salah satunya berdakwah. Syiar dalam menyebarkan pesan-pesan dakwah dapat melalui media-media baru. Dari mulai ulama yang memanfaatkan media baru, kemudian membuat agama dan spiritualitas umumnya ikut serta sebagai kebutuhan mendasar modern. Banyaknya jumlah pengikut dalam akunnya adalah menjadi bukti jelas eksistensinya dalam berdakwah.

Media sosial saling berkaitan dengan desain komunikasi visual dan berperan penting dalam menciptakan konten yang menarik dan efektif. Desain komunikasi visual merupakan sarana komunikasi untuk menyampaikan ide dan juga sarana untuk berdakwah.

Dakwah merupakan kegiatan mengajak semua orang ke jalan Allah. Kegiatan mengajak disini seperti menyampaikan (*tabligh*), pengembangan (*taghyir*), dan keteladanan (*uswah*).³ Berdakwah diyakini sebagai tugas kewajiban untuk menyampaikan apa yang di terima Rasulullah *Shallallahu 'Alaihi Wa Salam*. Hal ini sesuai dengan sabda Rasulullah *Shalallaahu 'Alaihi Wa Salam* yang diriwayatkan oleh Al-Imam Ahmad bin Hambal, Al-Imam Bukhari dan Al-Imam At-Tirmidzi rahimahullah dari sahabat Abdullah bin 'Amr bin Al-'Ash *radhiyallahu 'anhuma* :

آيَةً وَلَوْ عَلَيَّ بَلَّغُوا

Artinya : “Sampaikanlah dariku walau hanya satu ayat”. Pernyataan inilah yang menjadi panggilan bagi umat Muslim untuk menyebarkan ajaran-ajaran Islam.

Dakwah sangat berkaitan dengan yang namanya komunikasi. Dakwah dan komunikasi ini merupakan dua hal yang tak bisa dilepaskan. Keduanya merupakan ilmu yang berdiri sendiri, akan tetapi sering digabungkan satu sama

³ Abdul Basit, *Filsafat Dakwah*, (Depok : Rajawali Pers 2019), 45.

lain dalam penerapannya.⁴ Dakwah yang baik dapat disesuaikan dengan unsur komunikasi yang benar, salah satunya adalah komunikasi visual. Komunikasi visual merupakan bentuk penyampaian yang menggabungkan antara seni, desain grafis, simbol, tulisan, gambar dan warna. Maka komunikasi visual ini menjadi salah satu hal penting dalam kegiatan berdakwah.

Dakwah melalui media sosial menjadi salah satu pilihan masyarakat di era modern. Salah satu media sosial yang sangat populer dan digunakan untuk sarana berdakwah adalah Instagram. Instagram adalah sebuah *platform* yang dapat membagikan foto dan video secara gratis kepada penggunanya. Dengan Instagram inilah para pendakwah dapat menyampaikan pesannya dengan berbagai foto atau video dengan unik dan menarik perhatian.⁵

Sebuah penelitian dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2023 di Indonesia pengguna internet mencapai 215,63 juta pengguna. Jumlah tersebut meningkat 2,67% dibandingkan pada periode sebelumnya yaitu mencapai 210,03 juta. Jumlah pengguna internet tersebut setara dengan 78,19% dari total populasi Indonesia yang sebanyak 275,77 juta jiwa.⁶

Berdakwah mengikuti perkembangan teknologi mengharuskan para pendakwah untuk membuat konten yang menarik dan mudah dipahami oleh sasaran dakwahnya. Dalam membuat sebuah konten diperlukan orang yang menguasai sebuah desain grafis. Desain grafis atau desain komunikasi visual merupakan salah satu cara mengkomunikasikan pesan atau informasi kepada pembaca menggunakan kekuatan visual yaitu tipografi, ilustrasi, warna, garis, *layout* dengan bantuan teknologi lainnya.⁷ Salah satu akun dakwah yang

⁴ Asep Saepul Muhtadi, *Komunikasi Dakwah: Teori, Pendekatan dan Aplikasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2012), 13.

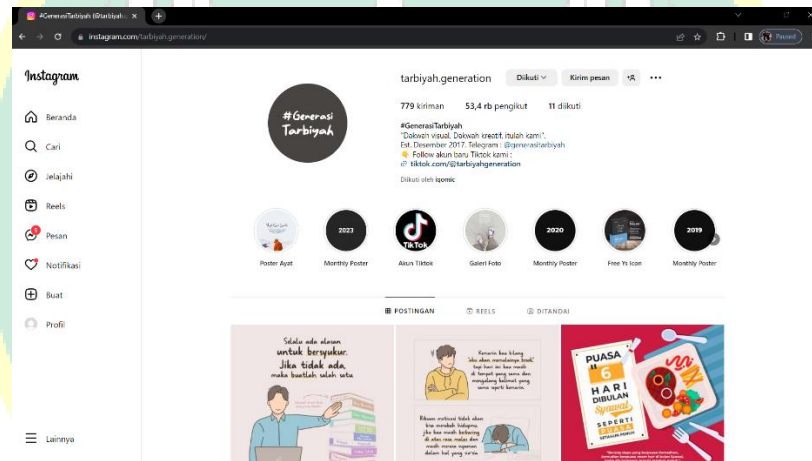
⁵ Nur Rizky, “Dakwah Komunikasi Visual Melalui Instagram Akun @HADITSKU”, *Jurnal Ilmu dan Teknik Dakwah*, Vol 4 No.7 (Januari-Juni 2016), 57.

⁶ Indonesiabaik.id, “Orang Indonesia Makin Melek Internek”, diakses pada 31 Juli 2023, <https://indonesiabaik.id/infografis/orang-indonesia-makin-melek-internet#:~:text=Berdasarkan%20hasil%20survei%20Asosiasi%20Penyelenggara,sebanyak%20210%2C03%20juta%20pengguna.>

⁷ Rakhmat Supriyono, *Desain Komunikasi Visual*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2020),

menggunakan desain komunikasi visual yaitu akun Instagram @tarbiyah.generation. Dakwah komunikasi visual yang dijalankan oleh akun ini cukup memikat banyak penggunanya karena dapat dilihat dari jumlah like nya yang mencapai ratusan sampai ribuan.

Berdakwah menggunakan media sosial Instagram akun @tarbiyah.generation menjadikan anak muda sebagai sasaran dakwahnya, hal ini dibuktikan dengan banyaknya pengikut yang didominasi anak muda. Akun ini mengunggah konten-kontennya berupa informasi seputar dunia Islam, seperti akhlak, akidah dan syariah yang dikemas dalam gambar visual yang menarik dan berbeda dari akun lain yaitu menggunakan gambar visual kartun manusia.



Gambar 1.1

Profil Akun Instagram @tarbiyah.generation

Berdakwah harus berpedoman pada Al-Quran dan Sunah. Hal ini juga yang diterapkan pada akun Instagram @tarbiyah.generation. Akun Instagram @tarbiyah.generation adalah salah satu akun yang unik dari akun-akun dakwah lainnya dan memiliki ciri khas dalam setiap postingannya. Akun ini memiliki 53,4 ribu pengikut serta 779 postingan, 15 *highlight* dan 83 *reels*.⁸ Alasan memilih akun Instagram @tarbiyah.generation karena isi pesan yang diberikan dalam konten tersebut bersifat universal, tidak hanya fokus di satu topik. Jadi konten

⁸ Data Diperoleh Pada Tanggal 31 Juli 2023.

yang diberikan mengikuti trend masa kini. Selain itu, terdapat caption disetiap unggahan yang menjelaskan lebih rinci arti dari konten yang diunggah. Hal tersebut membuat audiens paham akan deskripsi yang diberikan dari postingan gambar tersebut. Apabila dibandingkan dengan akun dakwah lainnya, seperti akun Instagram @nuonline_id. Postingan gambar akun Instagram @tarbiyah.generation lebih bervariasi. Penggunaan warna yang kalem tidak mencolok dan pemilihan font yang cocok membuat audiens merasa nyaman dalam melihat konten tersebut. Sedangkan akun @nuonline_id, kebanyakan gambar yang diposting lebih ke arah tekstual/tipografi dibanding menggunakan ilustrasi. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti unggahan akun Instagram tersebut



Gambar 1.2

Postingan @tarbiyah.generation tentang bersyukur dengan apa yang kita miliki



Gambar 1.3

Postingan @tarbiyah.generation tentang tanda-tanda orang munafik

Berdasarkan latar belakang di atas mengenai desain komunikasi visual untuk melakukan analisis menggunakan akun Instagram @tarbiyah.generation dan menggunakan analisis semiotika milik Ferdinand De Saussure. Selanjutnya akan menuangkannya ke dalam Proposal yang berjudul **“ANALISIS DESAIN KOMUNIKASI VISUAL PADA AKUIN INSTAGRAM @tarbiyah.generation”**.

B. Penegasan Istilah

1. Desain Komunikasi Visual

Desain komunikasi visual merupakan suatu disiplin ilmu yang bertujuan mempelajari konsep-konsep komunikasi dan ungkapan kreatif dengan berbagai media untuk menyampaikan pesan dan gagasan secara visual dengan mengelola elemen-elemen grafis yang berupa bentuk dan gambar, tatanan huruf, serta komposisi warna dan tata letak. Dengan demikian seseorang atau kelompok yang menjadi target penerima pesan dapat menerima gagasan tersebut.⁹

Desain komunikasi visual harus memperhatikan beberapa prinsip desain dalam merancangnya di antaranya, *balance* (keseimbangan), *emphasis* (tekanan), *rytme* (irama), dan *unity* (kesatuan) karena untuk menjadikan nilai-nilai yang menentukan keindahan dan kualitas desain. Selain memperhatikan prinsip-prinsipnya, desain komunikasi visual juga harus memperhatikan elemen-elemen desain didalamnya seperti tipografi, simbol, garis, bidang, warna, dan tata letak.¹⁰

Dalam penelitian ini fokus pada menganalisis elemen-elemen desain komunikasi visual yaitu ilustrasi, tipografi dan warna menggunakan teori Ferdinand de Saussure.

⁹ Nyoman Sriwitari & I Gusti Nyoman Widnyana, *Desain Komunikasi Visual*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), 2.

¹⁰ Sumbo Tinarbuko, *Semiotika Komunikasi Visual*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2009), 24.

2. Instagram

Secara istilah Instagram diambil dari kata “Insta” yang berasal dari kata “Instan”. Nama ini diambil dari kamera polaroid di mana merupakan kamera instan yang langsung jadi seketika. Sedangkan kata “Gram” diambil dari kata “Telegram” yang mampu mengirim informasi secara cepat. Dalam hal ini, kata kata yang dibuat sesuai dengan tujuan Instagram yang mampu mengirim foto dan video dalam jaringan internet secara instan dan cepat. Selain disebut Instagram, orang masa kini lebih suka menyebutnya IG atau Insta.¹¹

Secara umum Instagram dapat diartikan sebagai aplikasi yang dapat difungsikan sebagai media berbagi foto dan video dalam sebuah jejaring sosial, memungkinkan pengguna untuk mengambil foto dan video, dan menambahkan filter untuk menambah kesan menarik pada foto.

3. Akun Instagram @tarbiyah.generation

Instagram @tarbiyah.generation ialah akun dakwah yang mempunyai jumlah pengikut sebesar 53,4 ribu pengikut serta 779 postingan yang dibagikannya. Akun ini dibuat sejak bulan Desember tahun 2017 dan mempunyai slogan yang “Dakwah Visual, Dakwah Kreatif, Itulah Kami”. Konten yang di unggah sangat beragam. Diantaranya bertemakan akhlak, aqidah dan syariah. Ciri khas dari akun ini yaitu menggunakan ilustrasi berupa kartun dan selalu mencantumkan sumber rujukan atau dalil yang pasti dari setiap postingannya

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang di atas peneliti merumuskan masalah yang akan di teliti yaitu :

Apa makna elemen desain komunikasi visual pada konten Instagram @tarbiyah.generation berdasarkan analisis semiotika Ferdinand De Saussure?

¹¹ Rudi Dian A, “Pengertian Instagram beserta Sejarah, Fungsi, Tujuan, Manfaat, dll”, diakses pada 31 Juli 2023, <https://dianisa.com/pengertian-instagram/>.

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas tujuan penelitiannya yaitu untuk mengetahui makna yang terkandung dalam elemen desain komunikasi visual pada akun @tarbiyah.generation.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

- 1) Memberikan pengetahuan tentang makna desain dakwah visual yang ada pada akun Instagram @tarbiyah.generation
- 2) Menambahkan implepentasi dari teori semiotika Ferdinand De Saussure pada ranah komunikasi visual.

b. Manfaat Praktis

Diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian yang akan datang dan memberikan manfaat mengenai dakwah komunikasi visual.

E. Kajian Pustaka

Berdasarkan penelitian yang sudah ditelusuri, peneliti melakukan penelusuran dari berbagai sumber bahwa penelitian ini belum dilakukan oleh penelitian yang sebelumnya.

Pertama, penelitian oleh Farkhan Al Faiz, dari Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta tahun 2022 yang berjudul “Analisis Semiotika Desain Komunikasi Visual Pesan Dakwah Tafriq Pada Akun Instagram @terasdakwah”. Skripsi ini berisi tentang bagaimana desain komunikasi visual berperan dalam menyampaikan makna pesan dakwah Tafriq (kritik sosial) pada akun Instagram @terasdakwah.¹² Persamaan dari penelitian ini adalah membahas mengenai desain komunikasi visualnya. Perbedaan dari penelitian ini terletak pada teori yang digunakan yaitu Roland Barthes. Sedangkan peneliti menggunakan teori Ferdinand de Saussure.

¹² Farkhan Al Faiz, “Analisis Semiotika Desain Komunikasi Visual Pesan Dakwah Tafriq Pada Akun Instagram @terasdakwah”, Skripsi (UIN Sunan Kalijaga, 2022)

Kedua, penelitian oleh Viyya Izzahara Zahiyya Mumtaza, dari Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta tahun 2022 yang berjudul “Desain Komunikasi Visual Dakwah Instagram NU Online”. Skripsi ini membahas tentang penggunaan karakter desain komunikasi visual dalam poster dakwah instagram @nuonline_id.¹³ Persamaan dari penelitian ini yaitu membicarakan tentang desain komunikasi visual yang ada di *platform* instagram sebagai objek penelitian. Perbedaan dari penelitian ini adalah pada akun instagram yaitu akun milik @nuonline_id. Sedangkan peneliti menggunakan akun @tarbiyah.generation.

Ketiga, penelitian oleh Dwi Askinita, dari IAIN Purwokerto tahun 2021 yang berjudul “Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce (Komunikasi Visual Dakwah Persuasif pada Kartun Instagram @xkwavers)”. Skripsi ini berisi tentang pemaknaan Komunikasi Visual terhadap Dakwah Persuasif dalam Instagram @xkwavers. Persamaan dari penelitian ini yaitu sama-sama mengkaji komunikasi visual dari media Instagram sebagai objek penelitian.¹⁴ Perbedaan dari penelitian ini terletak pada teorinya yaitu menggunakan teori semiotika Charles Sanders Pierce. Sedangkan peneliti menggunakan teori analisis semiotika Ferdinand De Saussure.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Sinung Utami Hasri Habsari yang berjudul “Analisa Semiotika Komunikasi Visual Iklan Layanan Masyarakat Lingkungan Hidup” dalam jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat tahun 2016. Penelitian ini berisi penyampaian konsep, isi, dan pesan-pesan visual yang persuasif.¹⁵ Persamaan dari penelitian ini yaitu sama-sama menganalisis tanda visual menggunakan analisis semiotika, akan tetapi penelitian ini menggunakan 3 analisis semiotika yaitu semiotika Charles Sanders Pierce, Roland Barthes, dan Ferdinand De Saussure. Perbedaan dari

¹³ Viyya Izzahara Zahiyya, “Desain Komunikasi Visual Dakwah Instagram NU Online”, Skripsi (UIN Sunan Kalijaga, 2022)

¹⁴ Dwi Askinita, “Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce (Komunikasi Visual Dakwah Persuasif pada Kartun Instagram @xkwavers)”, Skripsi (IAIN Purwokerto, 2021)

¹⁵ Sinung Utami Hasri, “Analisa Semiotika Komunikasi Visual Iklan Layanan Masyarakat Lingkungan Hidup”, Jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ Vol 3 No 2 (2016)

penelitian ini terletak pada fokus penelitiannya seperti penelitian desain poster iklan layanan masyarakat. Sedangkan peneliti fokus pada elemen desain komunikasi visual dan analisisnya menggunakan teori semiotika Ferdinand de Saussure

Kelima, penelitian oleh Mohamad Zamroni, dari UIN Sunan Ampel Surabaya tahun 2018 yang berjudul “Desain Komunikasi Visual Jurnalism Online (Analisis Kualitatif Deskriptif Karakter Desain Komunikasi Visual Website suaramuslim.net)”. Skripsi ini menjelaskan tentang mengetahui elemen dan karakter desain komunikasi visual yang berupa elemen tipografi, *font*, *shape*, ruang, warna, gambar dan tata letak pada postingan Website suaramuslim.net.¹⁶ Persamaan dari penelitian ini adalah meneliti elemen desain komunikasi visual. Perbedaannya terletak pada subyek yang diteliti yaitu Website suaramuslim.net dan teori yang dipakai yaitu teori Gestalt. Sedangkan peneliti menggunakan subjek akun Instagram @tarbiyah.generation dan menggunakan teori semiotika Ferdinand de Saussure.

Keenam, penelitian oleh Mokhammad Mahfud dan Rama Kertamukti dalam Jurnal Komunikasi Vol.9/No.02/Oktober 2016 yang berjudul “Desain Komunikasi Dakwah Visual Animasi 2d Untuk Anak (Studi Deskriptif Kualitatif Di SDN Mongggang Pendowoharjo Sowon Bantul)”. Penelitian ini berisi tentang penggambaran serta penyebaran nilai-nilai keislaman melalui visual animasi 2d.¹⁷ Persamaan dari penelitian ini adalah jenis penelitiannya yaitu memakai analisis kualitatif deskriptif. Perbedaannya terletak pada subyek penelitian yaitu Kepala Sekolah dan Guru PAI SDN Monggang Sewon Bantul. Sedangkan peneliti menggunakan akun Instagram @tarbiyah.generation.

Ketujuh, penelitian oleh Nadya Khennis Rozzana, dari UIN Sunan Ampel Surabaya tahun 2019 yang berjudul “Makna Karakter Desain Komunikasi Visual Website NU Online Sebagai Media Dakwah (Analisis

¹⁶ Mohamad Zamroni, “*Desain Komunikasi Visual Jurnalism Online (Analisis Kualitatif Deskriptif Karakter Desain Komunikasi Visual Website suaramuslim.net)*”, Skripsi (UIN Sunan Ampel, 2018)

¹⁷ Mokhammad Mahfud dan Rama Kertamukti, “*Desain Komunikasi Dakwah Visual Animasi 2d Untuk Anak (Studi Deskriptif Kualitatif Di SDN Mongggang Pendowoharjo Sowon Bantul)*”, Vol. 9 No. 2, (UIN Sunan Kalijaga, 2016)

Semiotika Ferdinand de Saussure)”. Skripsi ini menjelaskan tentang karakter desain pada ikon logo NU.¹⁸ Persamaan dari penelitian ini sama-sama menggunakan teori Ferdinand de Saussure. Perbedaannya terletak pada obyek yang diteliti yaitu website NU online. Sedangkan peneliti menggunakan akun Instagram @tarbiyah.generation.

Kedelapan, penelitian oleh Fitriana Maunah, dari UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang berjudul “Konsep Desain Komunikasi Visual Rubrik Fashion Hijabbella Edisi Januari 2015”. Penelitian ini berisi tentang konsep desain visual berupa warna, ilustrasi, dan tipografi serta prinsip desain komunikasi.¹⁹ Persamaan dari penelitian ini ialah meneliti desain komunikasi visual. Perbedaannya terletak pada obyek yang diteliti yaitu Rubrik Hijabbella.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan adalah susunan dari penelitian untuk mempermudah pembagian per bab permasalahan. Berikut sistematika pembahasan yang dibagi menjadi lima bab dalam penelitian ini :

BAB I PENDAHULUAN. Pada bab ini meliputi latar belakang masalah, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka, dan sistematika pembahasan.

BAB II KERANGKA TEORI. Pada bagian ini membahas tentang desain komunikasi visual, dakwah, dan instagram.

BAB III METODE PENELITIAN. Bab ini membahas tentang jenis penelitian, objek penelitian, sumber data penelitian, teknik pengumpulan data dan analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN. Bab ini berisi tentang hasil dari gambaran umum akun Instagram @tarbiyah.generation, penyajian dan analisis data penelitian serta pembahasan.

BAB V PENUTUP. Bab ini meliputi kesimpulan, saran dan penutup.

¹⁸ Nadya Khennis Rozzana, “Makna Karakter Desain Komunikasi Visual Website NU Online Sebagai Media Dakwah (Analisis Semiotika Ferdinand de Saussure)”, Skripsi (UIN Sunan Ampel, 2019)

¹⁹ Fitriana Maunah, “Konsep Desain Komunikasi Visual Rubrik Fashion Hijabbella Edisi Januari 2015”, Skripsi (UIN Sunan Kalijaga, 2015)

BAB II

KERANGKA TEORI

A. Desain Komunikasi Visual

1. Desain Komunikasi Visual

Menurut Everret M. Rogers komunikasi sebagai proses menyampaikan ide secara verbal maupun non verbal dari satu sumber ke sumber yang lainnya. Sedangkan visual sebagai sesuatu yang dapat dilihat oleh panca indera termasuk ke dalam kategori visual.²⁰ Jadi komunikasi visual adalah proses penyampaian ide menggunakan media visual yang dapat dilihat oleh panca indera. Media visual memadukan seni, tipografi, simbol, dan warna dalam penyampaiannya. Perannya disini untuk menyampaikan pesan dari sumber ke penerima pesan. Pesan tersebut divisualisasikan dalam simbol-simbol visual. Selain itu, media visual berfungsi untuk menarik perhatian, memperjelas dan penggambaran atau menghiasi peristiwa yang dapat dengan cepat disampaikan jika tidak divisualisasikan.²¹

Desain Komunikasi visual merupakan ilmu yang mempelajari tentang susunan ide penyampaian pesan dengan ekspresi daya kreatif, yang disalurkan dengan berbagai media komunikasi visual dengan mengolah elemen desain greafis yang terdiri dari ilustrasi, tipografi, huruf, warna, komposisi dan *layout*. Semua dilakukan untuk menyampaikan pesan kepada target melalui visual, audio, dan audio visual.²²

Menurut Adi Kusrianto ada beberapa istilah yang berkaitan dengan visual adalah:²³

²⁰ Eko Budi Prasetyo, "Peran Ilustrasi Visual Dalam Pembelajaran", Majalah Ilmiah 2, Vol.2, Oktober 2006, (Yogyakarta:Universitas Negeri Yogyakarta,2006), 170.

²¹ Nilhan Ni'mah, "Dakwah Komunikasi Visual", Isalmic Communication Journal, Vol.1, No.1, (Semarang: UIN Walisongo, 2016), 109.

²² Dadi Ahmadi, "Interaksi Simbolik: Suatu Pengantar" Jurnal Mediator Vol.9 No.2 (Desember, 2008), 310.

²³ Nur Rizky Toybah, *Dakwah Komunikasi Visual Melalui Instagram Akun @Haditsku*, 60.

- a. *Visual Language*, artinya ilmu yang mempelajari bahasa visual. Visualisasi adalah kegiatan mewujudkan informasi dalam bentuk visual.
- b. *Visualiser*, adalah orang yang bertugas menuangkan ide kedalam bentuk visual dalam proyek desain.
- c. *Visual effect*, yaitu membuat efek tipuan seolah-olah ada. Misalnya kemunculannya burung ababil atau yang lainnya.
- d. *Visual Information*, merupakan informasi yang dapat dilihat panca indera. Seperti senyuman, lambaian tangan dan lain-lain
- e. *Visual Litteracy*, yakni kemampuan seseorang dalam memahami dan menginterpretasikan makna dari karya visual.

Tujuan utama dari komunikasi yaitu menyampaikan pesan yang dapat merubah tingkah laku sesuai yang diinginkan komunikator. Pesan tersebut harus dapat menarik perhatian kepada target untuk pertama kalinya. Salah satunya adalah menerapkan desain visual yang kreatif, unik, dan menarik. Desain yang menarik dan unik akan lebih mudah diingat audiens dan menarik perhatian.

2. Macam-Macam Bentuk Komunikasi Visual

Komunikasi visual pada dasarnya mempunyai dua bentuk dalam penyajiannya yaitu komunikasi tertulis dan komunikasi gambar. Bentuk komunikasi ditentukan oleh bentuk-bentuk komunikasi visual yang meliputi:

- a. Komunikasi Intrapersonal (komunikasi dengan diri sendiri)

Komunikasi intrapersonal berbentuk proses berfikir dengan bantuan gambar sebagai media. Bagi desainer komunikasi visual, keterampilan menggambar teramat penting, karena merupakan alat komunikasi menurutnya.²⁴

²⁴ Freddy H. Istanto, "Gambar Sebagai Alat Komunikasi Visual", Jurnal Nirmana Vol.2 No.1, (Surabaya: Universitas Kristen Petra, 2000), 32.

b. Komunikasi Dengan Klien

Pemikiran yang dimiliki desain harus dipresentasikan secara terbuka kepada klien dengan menyertakan proposal yang lengkap dengan konsep gambar yang menarik, akurat dan komunikatif. Hal ini bertujuan untuk meyakinkan klien dan membujuk klien untuk menerima ide-ide dari desainer komunikasi visual.²⁵

c. Komunikasi Lintas Profesi

Desainer komunikasi visual bekerja dalam tim multidisiplin yang terdiri dari disiplin sosial dan teknis, pakar lingkungan hidup, pakar pemasaran, dan yang lainnya terkait komunikasi visual. Model komunikasi antar profesi menggunakan model berfikir bahwa gambar adalah alat komunikasi antar tim.

d. Komunikasi Dengan Masyarakat

Komunikasi dengan masyarakat menggunakan media gambar untuk menyampaikan informasi atau pesan yang disajikan secara visual. Seorang desainer juga bertugas mempengaruhi masyarakat supaya sasaran dapat memberikan respon positif terhadap visual. Gambar tersebut seharusnya mempunyai tiga fungsi dasar yaitu sebagai sarana identifikasi, sarana informasi dan instruksi, serta sarana publisitas dan penyajian/promosi.

e. Komunikasi Dengan Media Massa/Percetakan

Komunikasi dengan petugas percetakan adalah syarat utama bagi para desainer untuk bertukar ide. Dalam mengkomunikasikan gagasan disertakan gambar, notasi, simbol, keterangan serta dimensi yang jelas, akurat, dan lengkap. Komunikasi dengan media massa merujuk pada proses pertukaran informasi antara individu atau kelompok dengan menggunakan media massa sebagai saluran komunikasi. Media massa mencakup berbagai bentuk media seperti surat kabar, majalah, radio, televisi, dan internet.

²⁵ Freddy H. Istanto, "Gambar Sebagai Alat Komunikasi Visual", Jurnal Nirmana Vol.2 No.1, (Surabaya: Universitas Kristen Petra, 2000), 33.

3. Elemen-Elemen Desain Komunikasi Visual

Elemen-elemen desain komunikasi visual dapat digunakan untuk memunculkan karakter desain, diantaranya:²⁶

a. Tipografi

Tipografi dalam desain komunikasi visual dikatakan sebagai “*visual language*” yang berarti bahasa yang bisa dilihat.²⁷ Tipografi merupakan ilmu yang membahas tata cara penyusunan huruf dalam sebuah karya visual. Tujuannya untuk memberikan kesan tertentu sehingga pembaca dapat memperoleh informasi yang akurat.

Secara etimologis tipografi berasal dari bahasa Yunani yaitu *Typos* dan *Graphein*. *Typos* yang berarti bentuk dan *Graphein* adalah menulis. Bisa disimpulkan bahwa tipografi adalah berbicara tentang *readbility* (kemudahan membaca teks), dan *legability* (kemudahan mengenali huruf). *Readbility* dipengaruhi beberapa faktor, diantaranya: *font*, ukuran *font*, dan kontras warna terhadap latar belakang/gelap terang (*value*).²⁸ Sedangkan *legalibility* ditentukan oleh: kerumitan desain *font*, dan penggunaan warna. *Readbility* dipengaruhi oleh beberapa faktor:²⁹

1) *Font*

Salah satu keberhasilan pembuatan karya desain komunikasi visual yaitu pemilihan jenis *font* dan karakter huruf. Penggunaan huruf dan susunannya akan mempengaruhi keterbacaan atau tidaknya suatu teks.

2) Ukuran *Font*

Readbility ditentukan oleh *size* huruf. Untuk *size* huruf kecil (kurang dari 8) cenderung kurang mudah dibaca dan untuk huruf besar cenderung mudah dibaca. Namun, itu bukan berarti semua *size* huruf besar akan mudah dibaca dalam desain komunikasi visual. Seorang

²⁶ Nadya Khennis Rozzana, “*Makna Karakter Desain Komunikasi Visual Website Nu Online Sebagai Media Dakwah*”, Skripsi, (Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2019), 7-9.

²⁷ Priscilia Yunita Wijaya, “*Tipografi Dalam Desain Komunikasi Visual*” *Jurnal Desain Komunikasi Visual* (Universitas Kristen Petra), 48.

²⁸ Kusnadi, *Dasar Desain Grafis*, (Tasikmalaya:Edu Publisher, 2018), 79-80.

²⁹ Kusnadi, *Dasar Desain Grafis*, (Tasikmalaya:Edu Publisher, 2018), hal. 79-80.

desainer grafis harus memiliki pengamatan yang bijak yang tajam dalam menentukan ukuran huruf.³⁰

3) Kontras Warna Terhadap Latar Belakang (*value*)

Value adalah dimensi kegelapan atau kecerahan warna atau *lightness*. *Value* bertujuan untuk mengetahui kedalaman cahaya. *Value* dalam desain komunikasi visual sangat membantu untuk menciptakan kemudahan “keterbacaan huruf” melalui kontras warna. Kontras nilai itu relatif karena nilainya sangat dipengaruhi oleh faktor lain di sekitarnya. Komposisi warna yang kontras dapat memberikan kesan dinamis, enerjik, bahagia, dramatis dan bergairah. Sebaliknya warna yang kurang kontras dapat menimbulkan kesan kalem, damai, hening dan tenang.

Sedangkan *legibility* ditentukan oleh:

a) Kerumitan Desain *Font*

Selain *font* dan *size* huruf, kenyamanan membaca juga sangat dipengaruhi oleh gaya dan ketebalan *font* atau bobot visual huruf. Misalnya *font* Futura memiliki beberapa variasi *condensed* (tinggi), *italic* (miring), *bold* (tebal), *light* (tipis), *medium* (sedang), *extra bold* (sangat tebal).³¹

b) Penggunaan Warna

Penggunaan warna selain untuk menarik perhatian, warna juga berperan untuk meningkatkan makna pesan yang disampaikan. Penggunaan warna yang tepat akan menciptakan kenyamanan dan membuat teks lebih berbicara. Penggunaan warna-warna yang lembut akan menciptakan kesan tenang, romantis, sedangkan warna-warna yang kontras akan memberikan kesan yang hidup.³²

³⁰ Rakhmat Supriyono, “Desain Komunikasi Visual”, (Yogyakarta:CV. Andi Offset,2017), hal. 35.

³¹ Rakhmat Supriyono, “Desain Komunikasi Visual”,(Yogyakarta: Cv. Andi Offset, 2017), Hal. 75.

³² Ni Nyoman Sriwitari Dan I Gusti Nyoman Widnyana, “*Desain Komunikasi Visual*”, (Yogyakarta:Graha Ilmu, 2014), Hal.41.

b. Ilustrasi

Secara bahasa ilustrasi merupakan gambar atau foto yang dipakai untuk menjelaskan maksud dan tujuan secara visual.³³ Desain yang tidak didukung dengan ilustrasi akan membingungkan dan membuat bosan bagi yang melihatnya. Menurut Rakhmat Supriyono standar ilustrasi bisa dikatakan efektif jika:³⁴

- 1) Informasinya mudah dipahami
- 2) Bukan hasil plagiat
- 3) Membangkitkan perasaan dan keinginan pembaca
- 4) Memiliki kualitas yang baik dari aspek seni maupun pengerjaannya
- 5) Adanya daya tarik yang kuat

c. Garis

Garis adalah elemen dasar yang membentuk pola dan bentuk dalam sebuah karya. Garis dapat berupa lurus, melengkung, putus-putus, tebal, tipis, atau berbagai bentuk lainnya. Penggunaan garis dapat membantu mengarahkan perhatian dan memberikan kesan gerakan, stabilitas, atau kekakuan. Garis tidak hanya sekedar goresan dikertas, deretan tidang listrik, dan deretan pohon di hutan juga bisa dipahami sebagai garis.³⁵

d. Bentuk/Bidang

Bentuk adalah wujud visual dari objek atau elemen dalam karya. Bentuk dapat berupa geometris atau organik dan berperan penting dalam menyusun tata letak secara keseluruhan. Bahkan bidang kosong (*blank space*) pun dalam desain termasuk dalam bidang. Fungsi dari *blank space* ini dirancang untuk memberi jarak area yang dimaksudkan untuk memberi kenyamanan pembaca.³⁶

³³ Fitri Maunah, "Konsep Desain Komunikasi Visual Rubrik Fashion Pada Majalah Hijabella Edisi Januari 2015" Skripsi, 18.

³⁴ Fitri Maunah, "Konsep Desain Komunikasi Visual Rubrik Fashion Pada Majalah Hijabella Edisi Januari 2015" Skripsi, Hal.18.

³⁵ Rakhmat Supriyono, *Desain Komunikasi Visual*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2017), 63.

³⁶ Mohammad Zamroni, "Desain Komunikasi Visual Jurnalism Online Analisis Kualitatif Deskriptif Karakter Desain Komunikasi Visual Website *suaramuslim.net*", Skripsi, (Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2018), 19.

e. Warna

Warna salah satu unsur penting dalam desain grafis. Warna adalah elemen yang paling mencolok dan dapat menghasilkan suasana dan emosi tertentu. Penggunaan warna yang tepat dapat membantu membangun identitas merek, menonjolkan elemen penting, dan menciptakan keseimbangan visual. Warna memiliki karakter yang berbeda-beda dan dapat menimbulkan persepsi psikologis dan sugesti.

Menurut Teori Brewster, warna dibagi menjadi empat golongan:³⁷

1) Warna Primer

Warna primer merupakan warna dasar yang tidak dicampur dengan warna lain. Yang masuk kedalam golongan warna dasar yaitu merah, biru dan kuning.

2) Warna Sekunder

Warna sekunder merupakan hasil pencampuran warna primer dengan perbandingan 1:1. Warna yang dihasilkan dari pencampuran ini yaitu misalnya warna merah dan kuning akan dihasilkan warna jingga, pencampuran warna biru dan kuning akan menghasilkan warna hijau, dan warna ungu merupakan pencampuran dari warna biru dan merah.

3) Warna Tersier

Warna tersier merupakan warna yang dihasilkan dari pencampuran salah satu warna primer dengan salah satu warna sekunder. Misalnya pencampuran warna kuning dan jingga akan menghasilkan warna jingga kekuningan.

4) Warna Netral

Warna Netral merupakan warna hasil pencampuran dari ketiga warna dasar dalam porporasi yang sama. Hasilnya berupa warna gelap kecoklatan. Dilihat secara visual, warna memiliki kekuatan yang dapat mempengaruhi citra pemirsa. Warna dapat

³⁷Hendi Hendratman, "Computer Graphic Design Edisi Revisi Ke3", (Bandung: Informatika Bandung, 2017), hal. 11

digunakan untuk menentukan target audiens berdasarkan usia, jenis kelamin, pendidikan, geografi, dll. Secara psikologis warna memberikan respon tertentu.

4. Prinsip Kerja Desain

Membuat desain harus memperhatikan prinsip-prinsip desain sebagai panduan kerja maupun konsep desain. Prinsip-prinsip desain yang harus diperhatikan yaitu:³⁸

a. Keseimbangan (*balance*)

Keseimbangan adalah pembagian berat yang sama secara visual. Jika benda di kiri dan kanan terlihat memiliki berat yang sama, komposisi tata letak bisa dikatakan seimbang.

b. Penekanan (*emphasis*)

Suatu informasi yang dianggap paling penting bagi audiens harus ditonjolkan dengan efek visual yang kuat. Semua bisa dilakukan dengan cara menonjolkan objek dengan penggunaan warna-warna berani, mamksimalkan ukuran foto, arah diagonal dan dibuat khas dengan elemen-elemen lainnya. Dalam desain komunikasi visual diperlukan adanya *Focal Point*, tujuannya yaitu untuk menarik perhatian pembaca dengan menonjolkan salah satu elemen visual. Elemen visual yang dapat digunakan untuk menonjolkan suatu karya desain yaitu:³⁹

1) Kontras

Kontras dapat digunakan untuk menciptakan *focal point*, yaitu dengan membuat objek yang dianggap penting untuk menonjol dari elemen lainnya. Misalnya item lain diturunkan (secara horizontal) kemudian item yang akan disorot diletakan secara vertikal. Jika semua bidang berwarna dingin, maka area panas akan menonjol. Saat objek di sekitar berwarna hitam putih

³⁸ Rakhmat Supriyono, *Desain Komunikasi Visual*, (Yogyakarta:CV. Andi Offset,2017), 87.

³⁹ Rakhmat Supriyono, *Desain Komunikasi Visual*, (Yogyakarta:CV. Andi Offset,2017), 89.

atau monokrom, objek lain yang diberi warna mencolok akan menjadi fokus perhatian (*focal point*).

2) Isolasi objek

Isolasi objek yaitu suatu cara untuk memisahkan objek dari kumpulan objek lain. Secara visual, objek yang terisolasi akan menciptakan *focal point*.

3) Penempatan objek

Mengatur posisi objek merupakan hal yang penting. Seorang desainer harus mampu menempatkan objek yang dapat menarik pembaca, dan harus ada salah satu elemen yang dapat menghentikan pembaca dari aktivitasnya elemen kunci ini sering disebut *stopping power* atau *eye-catcher*. Tanpa *stopping power* yang kuat maka mata pembaca akan berlalu begitu saja. Hal ini mungkin hal yang sederhana namun harus tetap dijaga supaya informasi yang disampaikan efektif.

c. Irama (*rhythm*)

Irama ialah pola desain yang dibuat dengan menyusun elemen visual secara bersulang. Dalam desain grafis irama dapat berupa pengulangan dan perubahan.

d. Kesatuan (*unity*)

Desain bisa dikatakan menyatu apabila secara keseluruhan tampak harmoni, dan unsur-unsur desain menyatu.

5. Karakter Desain Komunikasi Visual

a. Karakter Tipografi

Tipografi adalah ilmu yang mempelajari tentang penataan huruf. Tujuannya untuk memberikan kenyamanan membaca. Berikut contoh huruf yang dikelompokkan menurut gayanya dan mengandung karakter tertentu, diantaranya:⁴⁰

⁴⁰ Sri Wahyuningsih, *Desain Komunikasi Visual*, (Madura: UTM PRESS, 2015), 72.

Tabel 2.1
Jenis-Jenis Huruf

Jenis Huruf	Keterangan
	<p>Huruf ini mempunyai karakteristik seperti diagonal stress, perbedaan antara bagian tipis, tebal pada <i>store</i> sedang, dan <i>serif</i> pada huruf biasa berbentuk miring.</p>
	<p>Huruf ini mempunyai bagian tebal dan tipis pada <i>stroke</i>, serif pada huruf kecil berbentuk lurus dan <i>vertical stress</i>.</p>
	<p>Slab serif memiliki ciri <i>vertical stress</i>, bagian <i>stroke</i> yang tebal dan tipis bedanya tidak terlalu besar, dan serif pada huruf kecil berbentuk horizontal dan tebal (<i>slab</i>)</p>
	<p>Sans serif memiliki lebar huruf yang sama, dan tidak ada pengait atau kaki.</p>

Selain jenis huruf di atas, dalam seni tipografi ada jenis huruf yang dinamakan huruf alay. Tujuannya untuk mendapat perhatian dan penekanan pada kata. Huruf alay yaitu mengganti salah satu huruf dengan angka. Tulisan jenis ini memang sedikit membingungkan dan perlu sedikit berfikir untuk mengetahui maknanya. Ada unsur-unsur yang perlu diperhatikan dalam penulisan huruf alay, yaitu:⁴¹

- 1) Gaya atau *Style* huruf (Tebal, miring, garis bawah)
- 2) Besar Kecil
- 3) Tulisan Singkat
- 4) Tulisan Terbalik
- 5) Teks Number
- 6) Teks Simbol

b. Karakter Ilustrasi

Ilustrasi merupakan sebuah seni visual yang dituangkan dalam media gambar yang di dalamnya mengandung makna untuk menjelaskan maksud dan tujuan secara visual atau dalam istilah lain dapat diartikan gambar yang bercerita. Gambar-gambar tersebut mencerminkan suatu maksud tertentu yang dapat dinarasikan.⁴² Berdasarkan penilaiannya, gambar ilustrasi menurut Soedarsono memiliki beberapa jenis, yaitu:⁴³

- 1) Gambar Ilustrasi Naturalis

Gambar ilustrasi naturalis adalah gambar dengan bentuk dan warna yang sama dengan kenyataan yang ada di alam tanpa adanya pengurangan ataupun penambahan.

- 2) Gambar Ilustrasi Dekoratif

Gambar ilustrasi dekoratif merupakan gambar yang berfungsi menghiasi sesuatu dengan bentuk yang disederhanakan

⁴¹ Hendi Hendratman, *Computer Graphyc Design Edisi Revisi Ke-3*,(Bandung: Informatika, 2017), hal. 215

⁴² Ikrar, “*Karakteristik Karya Visual Komunitas Penahitam Makassar*” Skripsi, (Makassar:UN Makassar, 2018), Hal. 4

⁴³ Soderi, “*Pesan Dakwah Visual Akun Instagram @Si_Bedil*” Skripsi, (Purwokerto: IAIN Purwokerto, 2021), hal.21.

atau yang di lebih-lebihkan (di buat dengan gaya tertentu sebagai *style*)

3) Gambar Kartun

Gambar kartun merupakan gambar yang memiliki ciri khas tertentu, unik dan lucu. Biasanya dipakai untuk menghiasi majalah anak-anak, komik serta cerita bergambar.

4) Gambar Karikatur

Gambar karikatur adalah gambar yang telah mengalami penyimpangan bentuk proporsi tubuh. Biasanya gambar karikatur ditemukan di majalah atau koran yang berupa kritikan atau sindiran.

5) Cerita Bergambar

Cerita bergambar merupakan sejenis komik atau gambar yang diberi teks. Teknik penggambaran cerita bergambar dibuat berdasarkan sudut pandang cerita yang menarik.

6) Ilustrasi Buku Pelajaran

Ilustrasi buku pelajaran mempunyai fungsi untuk menerangkan teks atau suatu kejadian peristiwa baik ilmiah maupun gambar bagian. Bentuknya bisa foto, gambar natural atau bisa juga bagan.

7) Ilustrasi Khayalan

Gambar khayalan merupakan gambar hasil pengolahan secara imajinatif. Gambar khayalan biasa di temukan pada ilustrasi cerita, novel, roman dan komik.⁴⁴

8) Karakter Warna

Dilihat secara visual, warna memiliki kekuatan yang dapat mempengaruhi citra pemirsa. Warna dapat digunakan untuk menentukan target audiens berdasarkan usia, jenis kelamin, pendidikan, geografi, dll. Secara psikologis masing-masing warna

⁴⁴ Soderi, "Pesan Dakwah Visual Akun Instagram @Si_Bedil" Skripsi, (Purwokerto: IAIN Purwokerto, 2021), hal.21.

akan memberikan respon tertentu. Berikut makna warna menurut pakar warna Molly E. Holzschlag :⁴⁵

Tabel 2.2
Makna Warna

Warna	Makna
Merah	Representasi dari objek alam (api, darah dan lain-lain). Warna merah warna yang paling emosional, keberanian, gairah, nafsu dan agresif.
Biru Muda	Representasi dari objek alam yaitu langit dan lautan. Warna biru muda memiliki kesan tenang, tentram, dan santai.
Biru Tua	Representasi dari objek langit di malam hari. Makna dari warna biru tua yaitu konsentrasi, teknologi, cerdas, tenang, serius dan berwibawa.
Kuning	Representasi dari objek sinar matahari, bunga, jeruk lemon. Citra positif dari warna kuning yaitu menonjol, akrab, spontan, semangat, ceria, kreatif dan bebas. Warna kuning dapat merangsang kreativitas berfikir dan mental yang akan meningkatkan analisis yang logis dalam

⁴⁵ Hendi Hendratman, *Computer Graphic Design Edisi Revisi Ke-3*, (Bandung:Informatika Bandung, 2017), Hal. 161.

	pengambilan suatu keputusan.
Hijau	Representasi dari objek alam yaitu tanaman dan pepohonan. Citra positif dari warna hijau yaitu alami, sehat, rilek, kesuburan dan pertumbuhan.
Ungu	Memberi kesan spiritual, misterius, mistis, menarik perhatian dan melambangkan layanan termahal.
Merah Muda	Representasi dari objek bunga mawar. Memiliki kesan kasih sayang, lembut, cinta dan asmara. Secara psikologis warna merah muda dapat mengurangi energi emosional seseorang.
<i>Orange</i>	Melambangkan keseimbangan, semangat, ceria hangat dan ramah.
Abu-Abu	Memiliki kesan netral, kedewasaan, futuristik, milenium. Secara psikologis warna abu-abu dapat diartikan kesedihan.
Coklat	Mempunyai kesan nyaman, antik, kekuatan, solidaritas dan membumi.
Putih	Melambangkan kesucian, bersih dan sederhana.

Hitam	Warna yang kuat, abadi, berkelas, dramatis dan maskulin.
Emas	Mencerminkan <i>prestise</i> (kedudukan), kekayaan dan cahaya
Perak	Mencerminkan <i>prestise</i> (kedudukan), kekayaan, keseimbangan, kemegahan dan modern.

B. Media Sosial

1. Media Sosial

Media sosial merupakan media online berbasis web di mana penggunaanya dapat dengan mudah melakukan interaksi sosial, berbagi informasi, berpartisipasi, dan membuat konten. Blog, media sosial, dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling banyak digunakan oleh orang-orang diseluruh dunia.⁴⁶

Van Djik dan Nasrullah mendefinisikan media sosial sebagai media yang platformnya berfokus pada eksistensi pengguna dan memberikan fasilitas kepada mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi. Oleh karena itu media sosial dapat dikatakan sebagai media online yang dapat memperkuat hubungan antara pengguna dalam sebuah ikatan sosial.⁴⁷

2. Macam Macam Media Sosial

Ada enam jenis media sosial menurut Kaplan dan Haenlein yang dikutip Oleh Anang Sugeng Cahyono dalam artikel yang berjudul pengaruh

⁴⁶ Anang Sugeng Cahyono, "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Indonesia", Jurnal Publiciana, 2016. Hal 142

⁴⁷ Ahmad Setiadi, "Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi", Jurnal Humaniora, 2016. Hal.2.

media sosial terhadap perubahan masyarakat di Indonesia, jenis-jenis media sosial tersebut diantaranya:⁴⁸

a. Proyek Kolaborasi

Merupakan suatu bagian dari media sosial yang di dalamnya memungkinkan penggunanya membuat konten yang dapat diakses oleh khalayak. Yang termasuk dalam kategori proyek kolaborasi yaitu wikipedia dan blog.

b. Blog Dan Microblog

Blog dan *Microblog* merupakan user yang di dalamnya penggunanya lebih banyak mengutarakan kebebasan berpendapat atau mengkritik pemerintah. Media sosial yang termasuk kategori *blog* dan *microblog* diantaranya Twitter.

c. Konten

Konten merupakan hasil karya manusia yang dibuat untuk menginformasikan sesuatu. Media sosial yang termasuk kategori kreasi konten diantaranya Youtube, Video, Twitch, Vimeo dan Metacafe.

d. Situs Jejaring Sosial

Jejaring sosial atau *social networking* merupakan sebuah situs yang dapat digunakan seseorang untuk terhubung dengan orang lain menggunakan profil pribadi. Contohnya yaitu Facebook, Instagram dan Linked.

e. *Virtual Game World*

Permainan dunia maya yang memungkinkan penggunanya berinteraksi seperti di dunia nyata. Misalnya, *game online*.

f. *Virtual Social World*

Merupakan sebuah situs yang di dalamnya penggunanya dapat berinteraksi seperti *virtual game world* namun disini lebih bebas dan dekat dengan kehidupan. Contohnya Google Earth.⁴⁹

⁴⁸ Anang Sugeng Cahyono, "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia", Jurnal Publiciana, 2016. Hal. 144.

3. Karakteristik Media Sosial

Media sosial memiliki beberapa karakteristik didalamnya, berikut adalah karakteristik media sosial :⁵⁰

a. Jaringan (*Network*)

Network merupakan fasilitas atau struktur dasar yang menghubungkan antara komputer dengan perangkat keras lainnya.

b. Informasi

Informasi merupakan hal penting karena penggunaannya dapat merepresentasikan identitasnya, memproduksi konten dan melakukan interaksi.

c. Arsip

Arsip menunjukkan bahwa *file* tersebut sudah tersimpan dan dapat diakses melalui perangkat apapun dan kapan saja.

d. Interaksi

Interaksi dalam media sosial dapat berupa memberi komentar, dan menyukai/*like* postingan pada media Instagram maupun media sosial yang lainnya.

e. Simulasi Sosial

Media sosial memiliki karakter sebagai media berkomunikasinya masyarakat di dunia maya. Jejaring sosial memiliki karakteristik dan model yang unik, yang berbeda dalam banyak hal dan tidak dapat di temukan dalam tatanan kehidupan masyarakat yang sesungguhnya.

f. Konten Buatan Pengguna

Di media sosial konten yang dibuat sepenuhnya milik pengguna atau pemilik akun. *User generated content* dapat berupa tulisan, foto, *video review* yang dibuat seseorang atau konsumen

⁴⁹ Anang Sugeng Cahyono, “Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia”, Jurnal Publiciana, 2016. Hal. 144.

⁵⁰ Astari Clara, Dkk, “Komunikasi Dan Media Sosial” Jurnal Sastra (Makasar: Universitas Muslim Indonesia, 2018)

yang berupa review suatu produk dan kemudian di *repost* ulang oleh pemilik brand.

Ada tujuh indikator media sosial menurut Bambang Atmoko dalam bukunya Instagram Handbook yang dikutip oleh Monica Utari dalam Skripsinya yang berjudul Pengaruh Media Sosial Instagram Akun @Princessyahrini Terhadap Gaya Hidup Hedonis Pada Followersnya. Indikator tersebut di antaranya:⁵¹

1) *Hastag*

Penggunaan tanda pagar (#) di awal kata untuk mengelompokan foto-foto atau video serupa yang tersebar di Instagram.

2) *Lokasi/Geotag*

Seiring berkembang zaman saat ini smarthphone telah dilengkapi fitur *geotag*. Kegunaanya yaitu untuk mengetahui dimana gambar tersebut diambil.

3) *Follow*

Follow yaitu mengikuti akun atau pengguna Instagram lainnya.

4) *Share*

Membagikan postingan di jejaring sosial. Postingan dapat berupa foto maupun video.

5) *Like*

Suatu aktifitas untuk menyukai foto yang telah diunggah oleh akun sendiri maupun unggahan akun lain

6) *Comment*

Aktifitas yang dilakukan pengguna dengan memberikan saran, pujian, atau kritikan sebagai wujud interaksi sosial di jejaring sosial.

⁵¹ Monica Utari, "Pengguna Media Sosial Instagram Akun @Princessyahrini Terhadap Gaya Hidup Hedonis Pada Followersnya", jurnal Vol. 4 No.2 (Oktober,2017), hal. 9.

7) *Mention*

Mention yaitu menandai akun lain di unggahan kita pada bagian foto maupun komentar untuk berkomunikasi dengan pengguna yang kita tuju.

4. Media Sosial Instagram

Instagram ialah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, membagikan ke berbagai layanan jejaring sosial. Fitur yang unik dari instagram adalah memotong menjadi persegi sehingga hasil kamera menjadi seperti kamera Kodak Instamatic dan Polaroid. Hal ini berbeda dengan ukuran 4:3 yang umum digunakan oleh kamera pada peranti gerak.

Menurut Nisrina Instagram merupakan aplikasi yang digunakan untuk membagikan foto dan video. Instagram masih bagian dari facebook yang memungkinkan teman facebook kita mem-*follow* instagram kita. Semakin populernya instagram sebagai aplikasi yang digunakan untuk membagi foto membuat banyak pengguna yang terjun ke bisnis online ikut serta mempromosikan produknya lewat Instagram.⁵² Aplikasi instagram ini memiliki lima menu yang terdapat di dalamnya, yaitu:⁵³

a. *Home page*

Page awal yang menampilkan unggahan video maupun foto dari pengguna yang diikuti. Melihatnya dengan cara *scroll* layar dari bawah ke atas.

b. *Comment*

Fitur ini di Instagram untuk memberikan komentar atas unggahan foto atau video.

⁵² Silvina Mayasari, Clavinda Indraswari, “Efektivitas Media Sosial Instagram Dalam Publikasi HUT Museum Nasional Indonesia (MNI) Kepala Masyarakat” Jurnal Komunikasi Vol 9, No 2, Tahun 2018.

⁵³ Mida Al-Kusani, “Analisis Konten Dakwah Remaja Dalam Akun Instagram @Hanan_Attaki”, Skripsi, (Purwokerto:IAIN Purwokerto), 44-46.

c. *Profile*

Menu ini berisi tentang pemilik akun. Dalam halamannya menampilkan jumlah pengikut, orang yang diikuti dan jumlah postingan pemilik akun.

d. *News feed*

Halaman yang menampilkan pemberitahuan sebagai kegiatan yang dilakukan oleh penggunanya.

e. *Stories*

Menu ini menampilkan foto atau video yang mempunyai batasan waktu yaitu selama 24 jam. Setelah itu akan terhapus dengan sendirinya atau bisa tersimpan ke dalam arsip.

f. *Explore*

Menu ini merupakan unggahan berupa foto atau video yang paling banyak *like* dan tidak dibatasi oleh pengikutnya.

C. Semiotika Ferdinand De Saussure

1. Semiotika

Semiotika berasal dari bahasa Yunani dari kata “*semion*” yang artinya tanda atau “*seme*” artinya “penafsir tanda”. Pada masa itu tanda bermakna hal yang menunjuk pada sesuatu lain.⁵⁴ Tanda diartikan dengan hal yang didasarkan kebiasaan sosial yang ditetapkan sebelumnya dan dapat dianggap mewakili hal lain. Seperti, ada asap menandakan adanya api. Secara istilah, semiotik adalah ilmu yang mempelajari berbagai peristiwa, objek, dan budaya sebagai tanda.⁵⁵

Saussure mengemukakan teori yang cukup penting yaitu bahwa bahasa merupakan sistem tanda dan setiap tanda tersusun dari dua bagian, yaitu *signifer* (penanda) dan *signified* (petanda) keduanya tidak bisa dipisahkan.⁵⁶

⁵⁴ Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2017), 16-17

⁵⁵ Ismayani, “*Pesan Dakwah Film Aku dan Kamu (Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure)*”, *Skripsi*. (Makasar: UIN Alaudin, 2017), 31-32.

⁵⁶ Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2017), 44.

Para ahli semiotik modern mengatakan bahwa analisis semiotik modern telah diwarnai dengan tokoh besar yaitu seorang ahli bahasa dari Swiss bernama Ferdinand de Saussure (1857-1913) dan Charles Sanders Peirce (1839-1914) seorang filsuf Amerika. Semiotologi Saussure berbeda dengan semiotik Peirce dalam beberapa hal tetapi keduanya sama-sama berfokus pada *Sign*.⁵⁷

Di dalam bukunya Saussure menuliskan “...*the linguistic sign unites not a thing and a name, but a concept and a sound image a sign.*”. kombinasi antara konsep dan citra bunyi adalah tanda (*sign*). Jadi Saussure membagi tanda menjadi dua komponen yaitu, *signifier* dan *signified* dan hubungan keduanya *arbitrer* (bebas).⁵⁸

Sedangkan dalam analisis semiotiknya Peirce tanda dibagi menjadi tiga yaitu *qualisigns*, *sinsigns* dan *legisigns* dengan memfokuskan diri pada tiga aspek tanda yaitu ikon, indeks dan simbol.⁵⁹

2. Analisis Teori Semiotika Ferdinand de Saussure

Ferdinand de Saussure merumuskan dua cara pengorganisasian tanda ke dalam kode, yaitu:

a. Pragmatik

Pragmatik ialah sekumpulan tanda yang kemudian dipilih satu untuk di gunakan. Contohnya kumpulan bentuk rambu-rambu lalu lintas ada persegi, segitiga, atau lingkaran yang merupakan bentuk paradigma.

b. Syntagmatic

Syntagmatic adalah pesan yang ditemukan dari perpaduan tanda-tanda terpilih. Rambu lalu lintas merupakan *syntagma*, yakni paduan dari bentuk-bentuk pilihan dengan simbol pilihan.

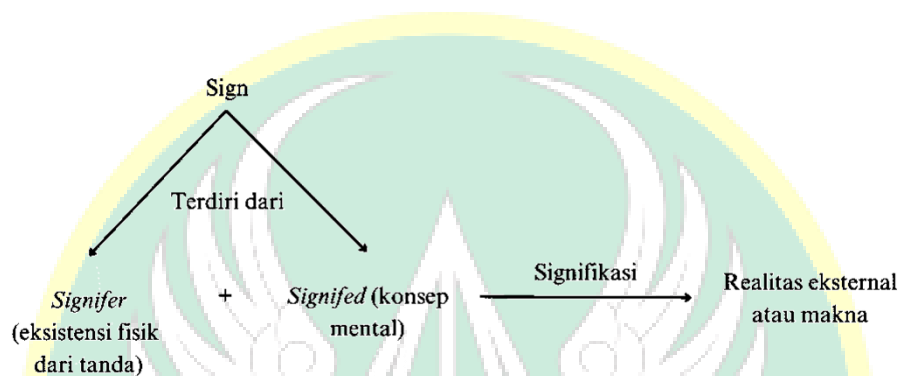
⁵⁷ Ni Wayan Sartini, “*Tinjauan Teoritik Tentang Semiotik*” Jurnal (Universitas Airlangga), 20.

⁵⁸ Ni Wayan Sartini, “*Tinjauan Teoritik Tentang Semiotik*” Jurnal (Universitas Airlangga), 21.

⁵⁹ Ni Wayan Sartini, “*Tinjauan Teoritik Tentang Semiotik*” Jurnal (Universitas Airlangga), 21.

3. Kerangka Analisis Teori Semiotika Ferdinand De Saussure

Semiotika merupakan teori tentang sistem tanda dan cara bagaimana makna diperoleh dari tanda-tanda di sekelilingnya. Ferdinand De Saussure mengemukakan penanda (*signifer*) merupakan gambaran fisik nyata dari petanda (*signified*) yang berfungsi untuk menjelaskan konsep makna.⁶⁰ Ferdinand De Saussure melihat relasi pertanda dapat digambarkan sebagai berikut:⁶¹



Gambar 2.1
Elemen-elemen Makna dari Ferdinand De Saussure

Desain komunikasi visual sangat berkaitan dengan penggunaan tanda-tanda, lambang, ilustrasi, tipografi dan warna yang secara keseluruhan berkaitan dengan indra penglihatan. Pendekatan semiotika, khususnya semiotika visual bisa digunakan untuk mengamati karya seni visual guna menyampaikan komunikasi yang berupa pikiran, perasaan atau ekspresi apa saja yang disampaikan melalui tanda-tanda.

Karya desain komunikasi visual mempunyai tanda berbentuk verbal (bahasa) dan visual, serta merujuk bahwa teks desain komunikasi visual dan penyajian visualnya juga mengandung tanda non verbal seperti warna, garis dan ilustrasi. Daya dukung gambar sebagai lambang visual pesan guna mengefektifkan penyampaian pesan. Upaya mendayagunakan lambang-lambang visual berangkat dari premis bahwa bahasa visual memiliki

⁶⁰ John Fiske, *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Ke-3*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), 73

⁶¹ John Fiske, *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Ke-3*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), 73

karakteristik yang khas yang menimbulkan efek tertentu bagi pengamatnya.⁶² Dalam menganalisis tanda menggunakan analisis semiotika Ferdinand de Saussure dianggap tepat karena desain karya visual terdiri dari tanda-tanda, dan tanda tidak dapat dipisahkan dari penanda dan petanda. Penanda memiliki wujud atau bagian fisik seperti bunyi, huruf, gambar, kata, warna, objek dan lain-lain. Sedangkan petanda merupakan gagasan dari apa yang diungkapkan.

D. Dakwah Visual

Dakwah visual atau dakwah komunikasi visual adalah aktivitas dakwah yang dilakukan untuk menyampaikan informasi atau pesan yang bertujuan untuk mengajak dan menyeru manusia untuk berbuat amar ma'ruf nahi munkar dengan ajaran Al-Quran dan sunah dengan memanfaatkan media komunikasi visual.⁶³

Bentuk dakwah komunikasi visual bermacam-macam, ada yang memakai audio visual, audio dan juga gambar visual. Namun, yang sedang populer seperti saat ini yaitu berdakwah melalui poster. Poster merupakan karya seni yang di desain dengan memperhatikan komposisi gambar dan huruf di atas kertas berukuran besar. Poster tidak hanya untuk menyampaikan pesan namun mampu untuk mempengaruhi dan memotivasi tingkah laku orang yang melihatnya.⁶⁴

Berdasarkan tujuannya, poster dibedakan menjadi:⁶⁵

1. Poster propaganda, yaitu poster yang mempengaruhi masyarakat sangat kuat.

⁶² Sumbo Tinarbuko. "Semiotika Analisis Tanda Pada Karya Desain Komunikasi Visual" Jurnal Nirmana Vol.5 No.1 Januari 2003. Hal 32

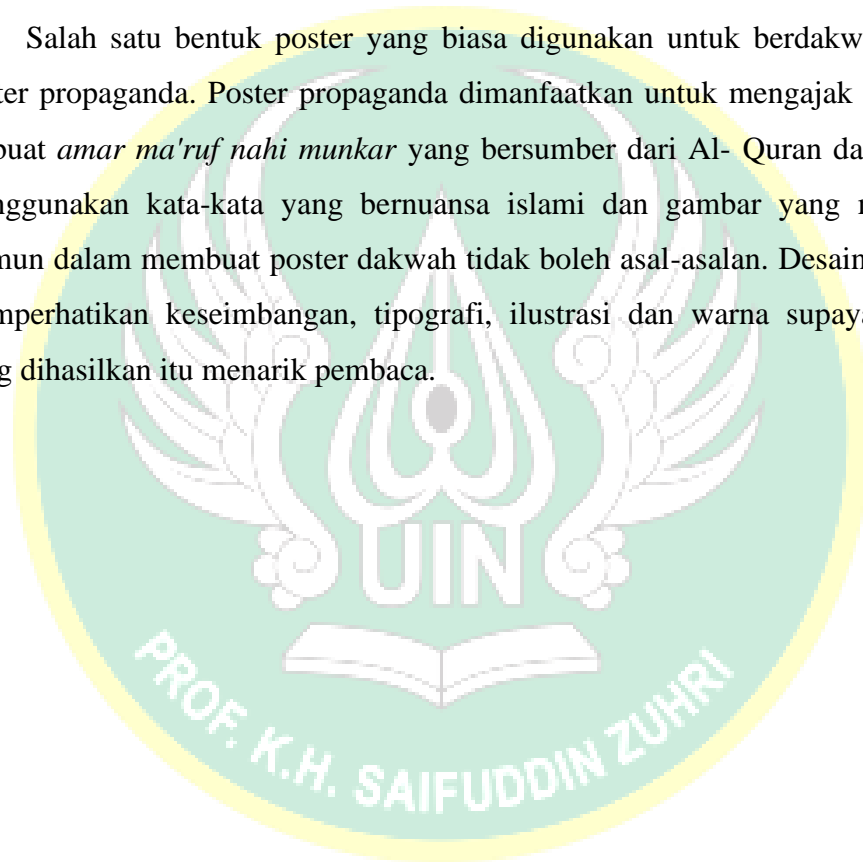
⁶³ Monika Yoan Azkiya, "Konsep Pengembangan Dan Pengelolaan Media Dakwah Visual Di Instagram Pondok Pesantren Darussalam" Skripsi. (Purwokerto: IAIN Purwokerto, 2020) Hal. 24.

⁶⁴ Monika Yoan Azkiya, "Konsep Pengembangan Dan Pengelolaan Media Dakwah Visual Di Instagram Pondok Pesantren Darussalam" Skripsi. (Purwokerto: IAIN Purwokerto, 2020) Hal. 24.

⁶⁵ Nilnan Ni'mah, "Dakwah komunikasi visual", Islamic Communication Journal, 2016. Hal 110.

2. Poster kampanye, yaitu poster yang biasa digunakan untuk pemilu.
3. Poster wanted, yaitu poster yang biasa digunakan untuk mencari orang.
4. Poster film, poster yang biasa untuk mempromosikan film.
5. Poster kartun, yaitu poster publikasi dari komik-komik kartun.
6. Poster afirmasi, yaitu poster yang bertujuan memberikan motivasi.
7. Poster riset, poster untuk mempublikasikan riset.
8. Poster kelas, poster yang biasa di jumpai di dalam kelas-kelas.
9. Poster komersil, poster yang bertujuan untuk kepentingan komersil.

Salah satu bentuk poster yang biasa digunakan untuk berdakwah yaitu poster propaganda. Poster propaganda dimanfaatkan untuk mengajak manusia berbuat *amar ma'ruf nahi munkar* yang bersumber dari Al- Quran dan Sunah menggunakan kata-kata yang bernuansa islami dan gambar yang menarik. Namun dalam membuat poster dakwah tidak boleh asal-asalan. Desainer harus memperhatikan keseimbangan, tipografi, ilustrasi dan warna supaya poster yang dihasilkan itu menarik pembaca.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Metode yang digunakan oleh peneliti adalah metode penelitian kualitatif. Kualitatif merupakan jenis penelitian yang temuannya tidak di peroleh melalui prosedur statistik. Meskipun datanya dapat dihitung dan disampaikan dalam angka sebagaimana sensus, analisis datanya bersifat kualitatif.⁶⁶ Analisis yang digunakan oleh peneliti adalah analisis Semiotika Ferdinand de Saussure.

B. Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan seperangkat elemen yang dapat berupa orang, organisasi, atau sesuatu yang ingin diselidiki.⁶⁷ Objek dalam penelitian ini adalah postingan gambar yang dibagikan pada akun Instagram @tarbiyah.generation yang kemudian di analisis menggunakan semiotika Ferdinand de Saussure.

C. Sumber Data

1. Sumber Data Primer








Sumber data primer ialah data yang didapat secara langsung dari objek penelitian. Data primer yang dipakai adalah gambar-gambar yang dibagikan pada akun Instagram @tarbiyah.generation.

Dalam penelitian ini sumber data primernya yaitu kumpulan postingan karya desain visual yang diunggah di akun @tarbiyah.generation pada bulan Januari 2018 - Juli 2023 dengan memilih 2 like terbanyak pada setiap tahunnya.








⁶⁶ Farida Nugrahuani, *Metode Penelitian Kualitatif dallam Penelitian Pendidikan Bahasa* (Solo: Cakra Books, 2014) 9.









⁶⁷ Muh. Fitrah & Luthfiyah, *Metodologi Penelitian : Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas Dan Tindakan Kelas & Studi Kasus*, (Sukabumi: Cv. Jejak, 2018), 156.







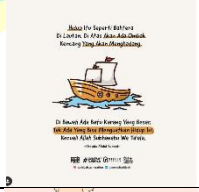

Tabel 3.1 Data Postingan Januari 2018 – Juli 2023⁶⁸







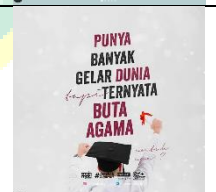


No	Tahun Posting	Bulan	Like	Komentar	Gambar Postingan
1	2018	Januari	99	2	
		Febuari	77	-	
		Maret	93	-	
		April	88	-	
		Mei	103	-	
		Juni	128	-	
		Juli	286	-	




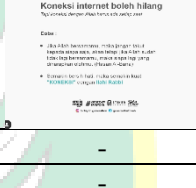




⁶⁸ Data diperoleh pada tanggal 06 Oktober 2023








		Agustus	379	-	
		September	754	4	
		Oktober	1.120	3	
		November	1.234	13	
		Desember	2.152	29	
2	2019	Januari	6.740	41	
		Febuari	4.186	14	
		Maret	5.769	23	




		April	3.414	16		
		Mei	4.487	29		
		Juni	7.615	52		
		Juli	5.906	19		
		Agustus	5.640	208		
		September	3.185	6		
		Oktober	4.180	10		
		November	5.101	18		

		Desember	4.184	14	
3	2020	Januari	8.130	165	
		Febuari	3.627	12	
		Maret	3.792	43	
		April	5.885	72	
		Mei	4.016	39	
		Juni	4.301	26	
		Juli	5.201	18	

		Agustus	3.803	36	
		September	4.655	42	
		Oktober	6.814	40	
		November	4.885	25	
		Desember	3.978	40	
4	2021	Januari	6.006	23	
		Febuari	3.600	14	
		Maret	4.046	29	
		April	6.572	35	



		Mei	10.408	19	
		Juni	-	-	
		Juli	6.635	50	
		Agustus	4.294	34	
		September	7.673	44	
		Oktober	-	-	
		November	-	-	
		Desember	2.305	33	
5	2022	Januari	3.395	21	
		Februari	1.754	5	
		Maret	1.787	7	

		April	1.594	7	
		Mei	1.889	8	
		Juni	-	-	-
		Juli	3.781	14	
		Agustus	3.851	35	
		September	-	-	-
		Oktober	-	-	-
		November	-	-	-
		Desember	-	-	-
6	2023	Januari	6.350	35	
		Febuari	4.853	10	
		Maret	3.030	7	





		April	5.054	19	
		Mei	-	-	-
		Juni	1.991	12	
		Juli	1.126	14	

Dari tabel di atas, penulis memilih 12 postingan yang diteliti berdasarkan kategori tersebut :

Tabel 3.2
Data Postingan yang diteliti⁶⁹

No	Tahun Posting	Bulan Posting	Jumlah Like	Komentar	Gambar Postingan
1	2018	November	1.234	13	
		Desember	2.152	29	

⁶⁹ Data diperoleh pada tanggal 06 Oktober 2023

5	2022	Juli	3.781	14	
		Agustus	3.851	27	
6	2023	Januari	6.350	35	
		April	5.054	19	

Setelah mencari dan memperoleh data, kemudian menyusun data yang diperoleh dari hasil observasi dan dokumentasi pada gambar-gambar yang terdapat pada postingan akun Instagram @tarbiyah.generation. Dari data yang sudah diperoleh, maka penulis hanya akan meneliti 12 postingan dengan *like* terbanyak sesuai dengan kategori.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber lain dengan melakukan observasi dan dari beberapa sumber informasi seperti buku, jurnal, website dan lainnya.⁷⁰

Sumber data sekunder atau data tangan kedua dalam penelitian ini yaitu informasi yang diperoleh dari sumber informasi lain yaitu jurnal dan artikel yang diakses melalui google scholar, wawancara dengan pihak terkait yaitu admin akun instagram @tarbiyah.generation

⁷⁰ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta:Pustaka Pelajar, 1998), hal 91.

D. Teknik Pengumpulan Data

1. Teknik Observasi

Teknik observasi merupakan suatu kegiatan mengumpulkan data yang diperoleh untuk memberikan suatu kesimpulan. Inti dari kegiatan ini ialah adanya perilaku yang dapat diukur oleh mata, dilihat dan didengar.⁷¹ Dalam kegiatan ini peneliti mengamati postingan dalam akun Instagram @tarbiyah.generation.

2. Teknik Dokumentasi

Teknik dokumentasi adalah cara mencari data mengenai sesuatu yang berupa catatan, transkrip, surat, catatan, agenda, serta foto kegiatan. Dalam pelaksanaan penelitian ini, peneliti menggunakan postingan gambar akun Instagram @tarbiyah.generation. Peneliti menggunakan postingan gambar berdasarkan jumlah *like* pada bulan Januari 2018 sampai Juli 2023.

E. Analisis Data

Analisis data yang dipakai ialah menggunakan analisis semiotika Ferdinand de Saussure. Semiotika merupakan salah satu metode untuk menganalisis tanda. Analisis data ini memberi makna arti dan nilai yang terkandung dalam tanda, baik visual maupun verbal. Analisis data merupakan proses penyederhanaan data agar lebih muda diinterpretasikan dan dibaca.⁷²

Tahapan analisis data yang dilakukan merupakan:

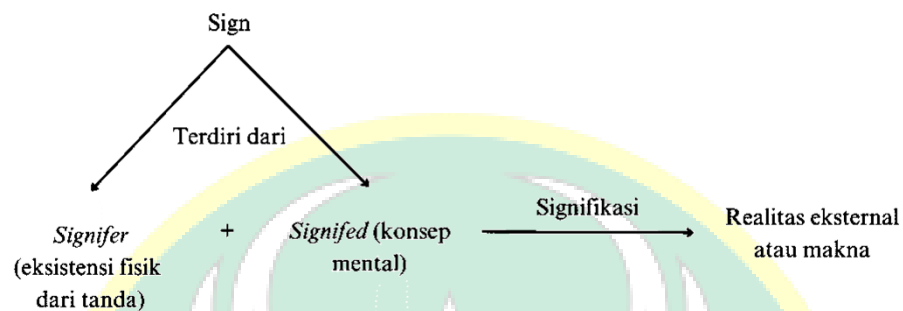
1. Peneliti menelaah postingan akun Instagram @tarbiyah.generation
2. Setelah ditelaah, dipelajari, dan diamati, selanjutnya mencari tanda dalam poster.
3. Menyusun hasil gambar poster dengan menggolongkan sesuai dengan elemen grafis.
4. Menginterpretasikan pesan dakwah yang terkandung dalam gambar postingan.

⁷¹ Haris Herdiansyah, *Metodologi penelitian Kualitatif: Untuk Ilmu-Ilmu Sosial* (Jakarta: Selemba Humanika, 2014), 131.

⁷² Haris Herdiansyah, *Metodologi penelitian Kualitatif: Untuk Ilmu-Ilmu Sosial* (Jakarta: Selemba Humanika, 2014), 118.

5. Tahap akhir adalah menghubungkan berdasarkan teori yang dipakai peneliti yaitu teori semiotika Ferdinand de Saussure.

Ferdinand de Saussure dalam melihat relasi pertandaan dapat digambarkan sebagai berikut:⁷³



Gambar 3.1
Bagan Teori Ferdinand de Saussure

Salah satu bentuk tanda adalah gambar. Sedangkan sesuatu yang ditandai (Petanda) dapat berupa citra bunyi, gambar maupun tulisan. Sementara yang menandai (Petanda) merupakan konsep makna dari struktur tanda yang mempresentasikan makna.

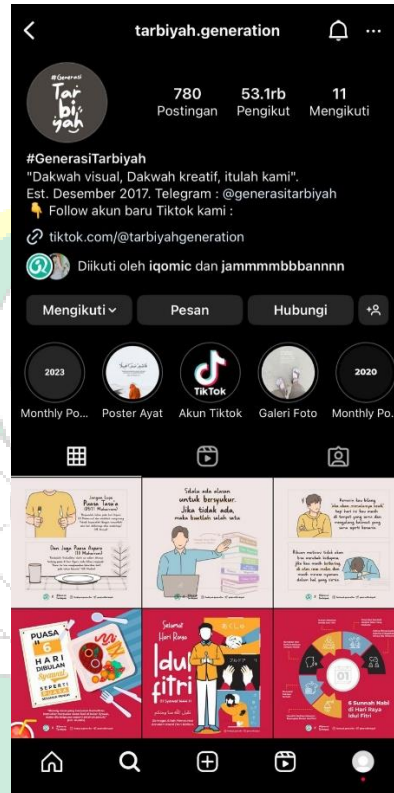
Dalam penelitian ini hanya menggunakan analisis semiotika Ferdinand de Saussure untuk mengetahui makna elemen yang terkandung dalam konten akun Instagram @tarbiyah.generation.

⁷³ John Fiske, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), 73.

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Instagram @tarbiyah.generation

1. Profil Instagram @tarbiyah.generation



Gambar 4.1

Screenshot profil Instagram @tarbiyah.generation

Akun @tarbiyah.generation adalah salah satu nama akun dakwah di media sosial instagram. Pada awal pemilihan namanya sendiri dilatarbelakangi untuk mempopulerkan gerakan tarbiyah dan juga agar dapat meningkatkan kesadaran masyarakat pada umumnya untuk senantiasa belajar agama Islam.⁷⁴

⁷⁴ M.Imam Pamungkas, *Akhlaq Muslim Modern Membangun Karakter Generasi Muda*, (Bandung: Marja, 2012),116

Dakwah yang disampaikan tidak hanya berupa tulisan saja tetapi juga menggunakan gambar sebagai ilustrasinya agar lebih menarik untuk dibaca dan dipahami oleh para pengikut akun instagram @tarbiyah.generation supaya lebih suka melihat postingannya.

Founder dan admin dari akun @tarbiyah.generation ini adalah Muhammad Rizki dan dibantu oleh seorang ustad untuk menasehati apakah postingan ini layak untuk diposting atau tidak. Awal mulanya beliau membuat akun Instagram ini adalah sebagai wadah pengembangan dakwah secara visual, namun karena kebetulan beliau senang membuat desain dan juga ingin menyebarkan kebaikan dakwah lewat media sosial yang jangkauan sangat luas.

Akun ini mulai aktif pada akhir tahun 2017, tepatnya di bulan Desember oleh Muhammad Rizki sebagai pemilik akun tersebut.⁷⁵ Untuk jadwalnya sendiri yakni akan memposting materi kurang lebih 1-3 postingan sekitar jam 17.00 WITA dan jam 22.00 WITA. Segmentasi yang dituju adalah semua kalangan dari mulai yang muda hingga dewasa bisa menikmatinya.⁷⁶ Selain itu dakwah melalui internet adalah cara paling efektif, mengingat tempat dan waktu yang dapat dilakukan dimana saja tanpa adanya proses tatap muka secara langsung dan bisa tersebar secara cepat dan tepat. Maka dari itu kenapa Muhammad Rizki memilih instagram sebagai media dakwahnya karena melihat dengan segmentasi instagram yang lebih eksklusif dan hanya bisa ditemui di instagram saja.

Admin @tarbiyah.generation yang berdomisili di Palu ini juga menghadapi beberapa kesulitan adanya faktor penghambat contohnya yaitu memilih tema yang akan dijadikan bahan untuk membuat postingan, terkadang *mood* juga tidak terkondisikan akan tetapi membuat konten

⁷⁵ Indah Muzayana, "Analisis Pesan Dakwah Dalam Instagram @Tarbiyah.Generation", Skripsi, (Kediri: IAIN Kediri, 2022), 40.

⁷⁶ Indah Muzayana, "Analisis Pesan Dakwah Dalam Instagram @Tarbiyah.Generation", Skripsi, (Kediri: IAIN Kediri, 2022), 40

dakwah tidak boleh asal-asalan karena konten tersebut bisa menyangkut kebenaran dan harus dipertanggungjawabkan dengan benar.⁷⁷

Maka dari itu harus berpedoman dengan Al-Qur'an dan Hadits. untuk tahapan pembuatan konten yang akan diposting di instagram yang pertama yaitu kita harus menentukan temannya yang kedua kita menulis quotes/ isinya yang ketiga *brainstorming* (membuat isi poster agar lebih singkat, padat dan menarik).⁷⁸ Karena dengan tekadnya Muh Rizki yang sudah memiliki bakat di dunia desain juga tak lupa menyalurkan bakat mendesainnya di dunia dakwah, tak heran jika semua pesan dakwah yang di posting atau di upload di instagram adalah buah hasil dari ketekunan. Selanjutnya yaitu kita melakukan proses editing dengan menyelaraskan tema, gambar dan isi dari dakwah tersebut dan yang terakhir akan *direlease*.

Media sosial saat ini mampu menghubungkan jutaan orang di berbagai berbagai belahan dunia. Untuk itu media sosial dapat dimanfaatkan untuk menjangkau mad'u dengan persebaran yang sangat luas.

2. Logo Akun Instagram @tarbiyah.generation



Gambar 4.2

Logo Instagram @tarbiyah.generation

Umumnya setiap pengguna media sosial mempunyai fitur foto profil. Fitur ini bertujuan untuk menampilkan foto/gambar atau logo pemilik akun tersebut. Dalam hal ini akun instagram @tarbiyah.generation menggunakan

⁷⁷ Indah Muzayana, "Analisis Pesan Dakwah Dalam Instagram @Tarbiyah.Generation", Skripsi, (Kediri: IAIN Kediri, 2022), 41.

⁷⁸ Indah Muzayana, "Analisis Pesan Dakwah Dalam Instagram @Tarbiyah.Generation", Skripsi, (Kediri: IAIN Kediri, 2022), 41.

foto dasar hitam bertuliskan generasi tarbiyah lebih ditonjolkan agar mudah untuk diingat oleh para *followersnya*.⁷⁹

3. *Bio*

Bio adalah tempat untuk mendeskripsikan diri setiap pengguna Instagram dengan kehadiran *Bio* atau singkatan dari biografi. *Bio* di akun tersebut yaitu “Dakwah visual, Dakwah kreatif, itulah kami” awal mula dibentuk akun ini masih jarang sekali akun dakwah, maka dari itu kami berusaha mengemas nasehat dengan visual yang menarik dan sekreatif mungkin, itu yang membuat konten akun tersebut berbeda dari yang lainnya.⁸⁰

4. *Post*

Post adalah suatu postingan yang diunggah kepada pengguna Instagram berupa gambar pesan dakwah yang di design sendiri sampai sekarang mencapai 780 postingan.

5. *Follower*

Follower atau pengikut akun tarbiyah.generation saat ini berjumlah 53,1 ribu dan akan terus bertambah.

6. *Following*

Following atau mengikuti Instagram tarbiyah.generation hanya mengikuti akun-akun dakwah saja, dengan jumlah 11 akun.

7. *Reels*

Reels adalah cara baru untuk membuat, menemukan, dan membagikan video pendek yang menghibur di Instagram. Akun tersebut mengunggah reels sebanyak 83 unggahan.

⁷⁹ Indah Muzayana, “Analisis Pesan Dakwah Dalam Instagram @Tarbiyah.Generation”, Skripsi, (Kediri: IAIN Kediri, 2022), 42.

⁸⁰ Indah Muzayana, “Analisis Pesan Dakwah Dalam Instagram @Tarbiyah.Generation”, Skripsi, (Kediri: IAIN Kediri, 2022), 43.

8. *Highlight* (Sorotan Cerita)

Highlights Instagram adalah fitur untuk terus menampilkan snapgram yang hilang dalam 24 jam pada profil Instagram. Akun tersebut memiliki 15 *highlight*.

B. Analisis Data Ferdinand de Saussure Terhadap Makna Desain Visual Pada Akun Instagram @tarbiyah.generation

Desain komunikasi visual merupakan penyampaian ide atau informasi dengan tujuan tertentu dengan menerapkan elemen-elemen komunikasi visual diantaranya tipografi, ilustrasi dan warna. Hasil temuan data di analisis menggunakan teori Semiotika Ferdinand de Saussure.

Terfokus kepada pandangan terkait tanda menjadi prinsip dari semiotika Saussure, dimana tanda sendiri dalam konteks komunikasi terbagi menjadi dua yaitu penanda (*Signifier*) yang merupakan hal-hal yang tertangkap oleh pikiran kita seperti gambar visual, bunyi dan lain-lain dan petanda (*Signified*) merupakan makna atau kesan yang ditangkap oleh pikiran kita sehingga menjadi sebuah makna dan diantara keduanya tidak dapat dipisahkan. Hubungan antara penanda dan petanda dinamakan signification yang dimaksudkan sebagai upaya dalam memberi makna. Dalam penelitian ini akan menganalisis 12 postingan yang terdapat pada akun Instagram @arielsyafrin dengan kriteria dua like terbanyak di setiap tahunnya. Berikut 12 postingan yang akan dianalisis.

1. Postingan Merawat Diri Sendiri

Postingan berjudul “Jaga Kesehatan” di posting pada 12 Desember 2018 dan memiliki jumlah *like* sebanyak 2.152 ribu dan komentar pada postingan ini berjumlah 29 komentar terhitung pada bulan Oktober 2023. Postingan ini merupakan postingan dengan jumlah *like* terbanyak ke dua pada tahun 2018. Postingan ini masuk kedalam kategori bentuk komunikasi dengan media massa dan terkandung materi tentang Akhlak.

Berikut analisis elemen-elemen desain komunikasi visual menggunakan analisis semiotika ferdinan de saussure :

Tabel 4.1
Postingan merawat diri sendiri

Elemen	Penanda (Signifer)	Petanda (Signified)
Tipografi	Postingan diatas terdapat tipografi “Kamu baik, kamu dibutuhkan, oleh dirimu sendiri dan orang lain. Oleh karena itu, jaga kesehatan”	“Kamu baik, kamu dibutuhkan, oleh dirimu sendiri dan orang lain. Oleh karena itu, jaga kesehatan”. Manusia harus mengerti tentang pentingnya merawat diri sendiri untuk kebaikan diri sendiri dan orang lain. Kalimat ini menekankan pentingnya memiliki rasa harga diri, mengenali peran penting kita dalam kehidupan, dan merawat kesehatan kita sebagai dasar untuk menjalani hidup yang bermakna dan membantu orang lain.
Ilustrasi	Gambar seseorang yang sedang berdiri di tengah jembatan	Ilustrasi tersebut menggambarkan seseorang yang berdiri di tengah jembatan yang sedang mempertimbangkan pilihan atau keputusan yang harus diambil. Dia berada pada titik di mana dia harus memilih arah yang akan diambil.
Warna	Penggunaan warna <i>background</i> pada postingan tersebut menggunakan warna biru langit dan putih.	Warna biru langit dan putih pada <i>background</i> tersebut menggambarkan ketenangan

Signification :

Pertama, elemen tipografi. "Kamu baik" mengacu pada pentingnya merasa baik secara fisik dan mental. Kesejahteraan pribadi adalah dasar bagi kemampuan seseorang untuk menjalani kehidupan yang produktif dan bahagia. Teks "Kamu dibutuhkan" menggambarkan bahwa kita memiliki peran dan kontribusi dalam kehidupan orang lain. Tindakan dan keberadaan kita dapat berdampak positif pada orang-orang di sekitar kita. Teks "Oleh dirimu sendiri" menekankan bahwa kesejahteraan pribadi harus menjadi prioritas, karena kita hanya dapat membantu orang lain jika kita sendiri dalam keadaan baik. Teks "Oleh karena itu, jaga kesehatan" adalah pesan utama kalimat ini. Ini mengingatkan kita bahwa menjaga kesehatan adalah tanggung jawab kita sendiri dan penting untuk memastikan bahwa kita dapat terus membantu diri kita sendiri dan orang lain.

Secara keseluruhan, kalimat ini menggambarkan hubungan antara kesejahteraan pribadi, kontribusi pada orang lain, dan tanggung jawab untuk menjaga kesehatan. Ini mengingatkan kita untuk merawat diri kita sendiri agar dapat memberikan dampak positif dalam kehidupan kita dan orang lain.

Kedua, elemen ilustrasi. Ilustrasi tersebut menggambarkan seseorang yang berdiri di tengah jembatan yang sedang mempertimbangkan pilihan atau keputusan yang harus diambil. Dia berada pada titik di mana dia harus memilih arah yang akan diambil. Ilustrasi ini juga bisa mencerminkan usaha untuk menjaga keseimbangan atau menghadapi tantangan yang ada di atas "ambang" antara dua hal yang berbeda.

Ketiga, elemen warna. Penggunaan warna *background* pada postingan tersebut menggunakan warna biru langit dan putih. Warna biru langit dan putih pada background tersebut menggambarkan ketenangan.

2. Postingan Keseimbangan Dunia dan Akhirat

Postingan berjudul "Keseimbangan Dunia dan Akhirat" diposting pada tanggal 21 November 2018 dengan jumlah *like* sebanyak 1.234 ribu dan memiliki 13 komentar positif dalam postingannya. Postingan ini

merupakan postingan dengan jumlah *like* terbanyak ke dua pada tahun 2018 dan termasuk dalam bentuk komunikasi dengan media massa serta terkandung materi tentang Aqidah.

Berikut analisis elemen-elemen desain komunikasi visual menggunakan analisis semiotika Ferdinand de Saussure :

Tabel 4.2
Postingan tentang keseimbangan dunia dan akhirat



Sumber:
<https://www.instagram.com/p/Bqb9JMTZSp/?igsh=NXXZnbjNudHM0enNI>

Elemen	Penanda (Signifer)	Petanda (Signified)
Tipografi	"Jangan sampai ilmu dunianya sarjana, namun membaca Al-Qur'an terbata-bata"	"Jangan sampai ilmu dunianya sarjana, namun membaca Al-Qur'an terbata-bata" Kalimat ini mengandung pesan yang mendalam tentang pentingnya menggabungkan pengetahuan dunia dengan spiritualitas dan keagamaan. Betapa pentingnya manusia menjaga keseimbangan antara pengetahuan dan kesalehan spiritual. Meskipun meraih gelar sarjana atau memiliki pengetahuan tentang dunia sangat berharga, tidak boleh mengabaikan aspek spiritual kehidupan.

Ilustrasi	Ilustrasi topi toga	Ilustrasi topi toga digunakan untuk menggambarkan kesuksesan seseorang dalam mencapai tujuannya, terutama dalam konteks pendidikan dan karier.
Warna	Penggunaan warna <i>background</i> pada postingan menggunakan putih	Melambangkan kesucian, bersih dan sederhana.

Signification:

Pertama, elemen tipografi. Dalam poster diatas terdapat satu jenis huruf yang digunakan. Yaitu menggunakan jenis huruf Miscellaneous. Jenis huruf ini mengutamakan estetika daripada keterbacaan. Poster diatas menekankan pentingnya mencapai keseimbangan antara pencapaian dalam dunia duniawi, seperti mendapatkan gelar sarjana atau ilmu pengetahuan dunia, dengan pengembangan spiritualitas dan pemahaman agama, yang diwakili oleh membaca Al-Qur'an.

Kedua, elemen ilustrasi. Ilustrasi merupakan topi toga. Ilustrasi topi toga digunakan untuk menggambarkan kesuksesan seseorang dalam mencapai tujuannya, terutama dalam konteks pendidikan dan karier.

Ketiga, elemen warna. Pada poster tersebut menggunakan *background* warna satu yaitu putih. Warna putih melambangkan kesucian, bersih dan sederhana

3. Postingan Kegelisahan Kepada Diri Sendiri

Postingan berjudul “Kegelisahan Kepada Diri Sendiri” diposting pada tanggal 26 Juni 2019 serta memiliki jumlah *like* sebanyak 7.615 ribu dan memiliki jumlah komentar sebanyak 52. Postingan ini merupakan postingan dengan jumlah *like* terbanyak pertama pada tahun 2018 dan poster tersebut termasuk dalam bentuk komunikasi dengan media massa serta mengandung materi tentang akhlak.

Berikut analisis elemen-elemen desain komunikasi visual menggunakan analisis semiotika ferdinand de saussure :

Tabel 4.3
Postingan kegelisahan kepada diri sendiri



Sumber:

<https://www.instagram.com/p/BzKBFJCB9tA/?igsh=MTkxd2RscTZjenY3NQ==>

Elemen	Penanda (Signifer)	Petanda (Signified)
Tipografi	<ul style="list-style-type: none"> - Gelisahlah - Ketika 	<ul style="list-style-type: none"> - "Gelisahlah" merupakan <i>headline</i> yang mengandung makna bahwa seseorang seharusnya merasa khawatir, cemas, atau resah

		<p>tentang sesuatu yang mungkin memiliki dampak penting atau situasi yang mengkhawatirkan. Ini bisa digunakan untuk memberikan peringatan atau instruksi kepada seseorang untuk tetap waspada atau mengambil tindakan dalam menghadapi situasi tertentu.</p> <p>- “Ketika” merupakan tagline.</p>
Ilustrasi	Ilustrasi gambar seseorang sedang memegang kening	Menandakan sedang mengalami ketidakpastian atau kekhawatiran dalam situasi tertentu. Ini bisa berarti mereka sedang memikirkan masalah atau perasaan yang membuat mereka cemas.
Warna	Penggunaan <i>background</i> menggunakan warna putih	Melambangkan kesucian, bersih dan sederhana.

Signification:

Pertama, elemen tipografi. Postingan di atas terdapat dua jenis huruf. Teks “Gelisah” merupakan jenis huruf *sans serif*. Teks “lah” merupakan jenis huruf *romein*. Kalimat tersebut memiliki makna bahwa seseorang seharusnya merasa khawatir, cemas, atau resah tentang sesuatu yang mungkin memiliki dampak penting atau situasi yang mengkhawatirkan. Ini bisa digunakan untuk memberikan peringatan atau instruksi kepada seseorang untuk tetap waspada atau mengambil tindakan dalam menghadapi situasi tertentu.

Kedua, elemen ilustrasi. Ilustrasi tersebut menggambarkan seseorang sedang memegang kening. Menandakan sedang mengalami ketidakpastian atau kekhawatiran dalam situasi tertentu. Ini bisa berarti mereka sedang memikirkan masalah atau perasaan yang membuat mereka cemas

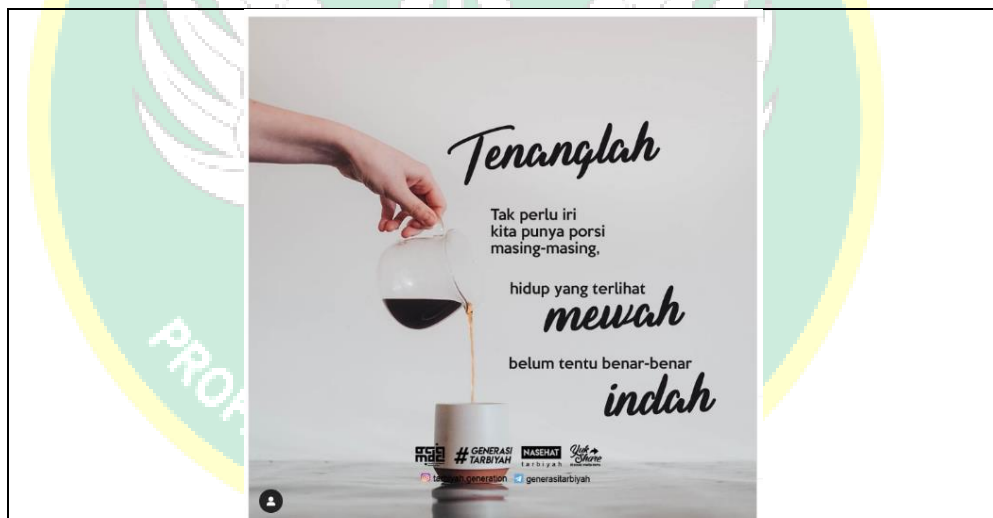
Ketiga, elemen warna. Pada poster tersebut menggunakan *background* warna satu yaitu putih. Warna putih melambangkan kesucian, bersih dan sederhana.

4. Postingan Tentang Penyakit Hati

Postingan berjudul “Penyakit Hati” diposting pada tanggal 03 Januari 2019 dan memiliki jumlah *like* sebanyak 6.780 ribu serta memiliki 41 komentar. Postingan ini merupakan postingan dengan jumlah *like* terbanyak kedua pada tahun 2019 dan termasuk dalam bentuk komunikasi dengan media massa serta mengandung materi tentang Akhlak.

Berikut analisis elemen-elemen desain komunikasi visual menggunakan analisis semiotika ferdinan de saussure :

Tabel 4.4
Postingan Penyakit Hati



Sumber:

<https://www.instagram.com/p/BsKk7XnnWVG/?igsh=NTF1bm1peGxobHdm>

Elemen	Penanda (Signifer)	Petanda (Signified)
Tipografi	“Tenanglah tak perlu iri, kita punya porsi masing-masing. Hidup yang terlihat mewah belum tentu benar-benar indah”	“Tenanglah tak perlu iri, kita punya porsi masing-masing. Hidup yang terlihat mewah belum tentu benar-benar indah” kalimat ini mengajak kita untuk menjauhi perasaan iri atau hasad

		(kecemburuan) terhadap orang lain dan untuk lebih menghargai dan fokus pada kehidupan dan pencapaian kita sendiri. Ini juga mengingatkan kita untuk tidak terlalu menghargai penampilan atau kekayaan materi sebagai ukuran kebahagiaan sejati.
Ilustrasi	Tangan seseorang sedang menuangkan kopi kedalam gelas	Menandakan setiap gelasakan mendapatkan porsinya secara pas..
Warna	<i>Background</i> menggunakan warna abu abu muda	Abu-abu memberikan kesan ketenangan dan keharmonisan.

Signification:

Pertama, elemen tipografi. Postingan tersebut terdapat dua jenis huruf didalamnya. Teks “tenanglah” merupakan jenis huruf *miscellaneous*. Jenis huruf ini mengutamakan estetika daripada keterbacaan.⁸¹ Teks “tak perlu iri” merupakan jenis teks *sans serif*. Setiap baris huruf memiliki lebar yang sama, dan tidak ada kaki atau pengait.

Kedua, elemen ilustrasi. Menggambarkan tangan seseorang sedang menuangkan kopi kedalam gelas. Ilustrasi tersebut memiliki makna yang sama dengan pesan yang disampaikan.

Ketiga, elemen warna. Pada poster tersebut menggunakan *background* warna satu yaitu abu-abu. Warna abu-abu melambangkan kesucian, bersih dan sederhana. Abu-abu memberikan kesan ketenangan dan keharmonisan.

5. Postingan Kehidupan Dunia

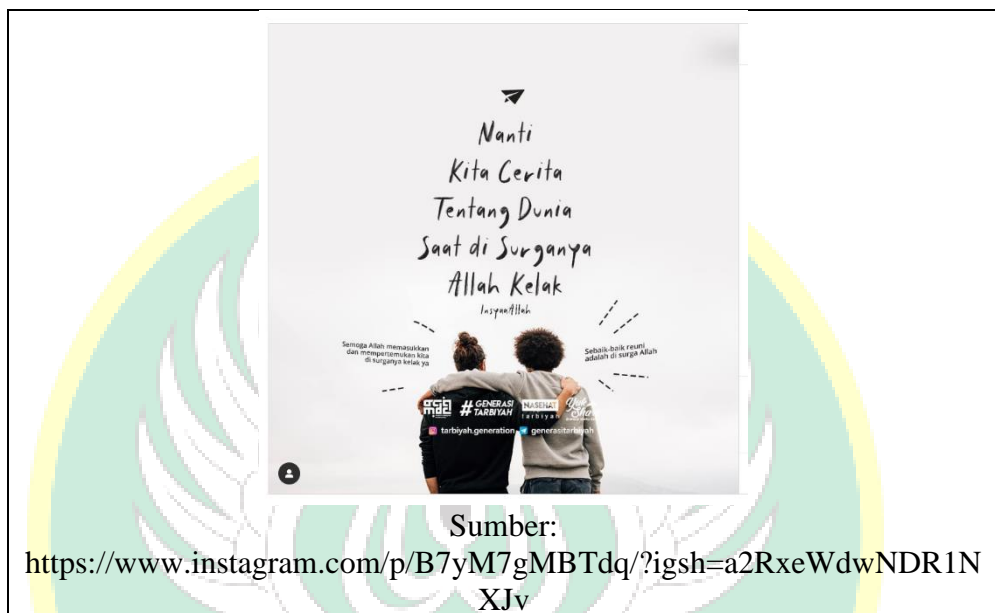
Postingan yang berjudul “Kehidupan Dunia” di posting pada tanggal 26 Januari 2020 dan memiliki jumlah *like* sebanyak 8.130 ribu dan memiliki jumlah komentar sebanyak 165. Postingan ini merupakan postingan dengan jumlah *like* terbanyak pertama pada tahun 2019 dan termasuk dalam

⁸¹ Sumbo Tinarbuko, “*Semiotika Komunikasi Visual*”, (Yogyakarta: Jalasutra, 2009), 25.

kategori bentuk komunikasi dengan media massa serta terkandung materi tentang Akhlak.

Berikut analisis elemen-elemen desain komunikasi visual menggunakan analisis semiotika ferdinand de saussure :

Tabel 4.5
Postingan Kehidupan Dunia



Elemen	Penanda (Signifer)	Petanda (Signified)
Tipografi	<ul style="list-style-type: none"> - Nanti kita cerita tentang dunia saat di surganya Allah kelak - Insyaallah - Semoga Allah memsukkan dan mempertemukan kita di surganya kelak ya - Sebaik-baik reuni adalah di surga Allah 	<ul style="list-style-type: none"> - “Nanti kita cerita tentang dunia saat di surganya Allah kelak” merupakan <i>headline</i> yang menyampaikan pesan kepada kita semua bahwasannya kehidupan di dunia adalah ujian dari Allah, dan bagaimana seseorang menjalani kehidupan ini akan memengaruhi kehidupan mereka di akhirat. Oleh karena itu, menjalani kehidupan dengan taat dan berbakti kepada Allah adalah hal yang sangat dihargai. - “Insyaallah” merupakan <i>tagline</i> - “Semoga Allah

		memasukkan dan mempertemukan kita di surganya kelak ya” merupakan <i>subheadline</i> yang berisi do’a atau harapan positif untuk kebahagiaan dan pertemuan di akhirat. - “Sebaik-baiknya reuni adalah di surga Allah” merupakan <i>subheadline</i> yang menyampaikan pesan tentang tempat terbaik untuk reuni.
Ilustrasi	Gambar dua orang sedang berangkulan	Menandakan hubungan persahabatan yang erat dan saling mendukung. Ini mencerminkan kedekatan emosional dan kebersamaan antara mereka.
Warna	<i>Background</i> menggunakan warna abu-abu	Warna abu-abu melambangkan kesucian, bersih dan sederhana. Abu-abu memberikan kesan ketenangan dan keharmonisan.

Signification:

Pertama, elemen tipografi. Dalam postingan tersebut terdapat dua jenis huruf yang berbeda. Teks “nanti kita cerita tentang dunia...” merupakan jenis huruf *miscellaneous*. Jenis huruf ini mengutamakan estetika daripada keterbacaan. Teks “semoga Allah memasukkan...” merupakan jenis teks *sans serif*. Setiap baris huruf memiliki lebar yang sama, dan tidak ada kaki atau pengait.

Kedua, elemen ilustrasi. Gambar dua orang sedang berangkulan. Ilustrasi tersebut Menandakan hubungan persahabatan yang erat dan saling mendukung. Ini mencerminkan kedekatan emosional dan kebersamaan antara mereka.

Ketiga, elemen warna. Pada poster tersebut menggunakan *background* warna satu yaitu abu-abu. Warna abu-abu melambangkan

kesucian, bersih dan sederhana. Abu-abu memberikan kesan ketenangan dan keharmonisan.

6. Postingan Pertanggung Jawaban di Akhirat

Postingan yang berjudul “Pertanggung Jawaban di Akhirat” di posting pada tanggal 24 Oktober 2020 dan memiliki jumlah *like* sebanyak 6.814 ribu dan memiliki jumlah 40 komentar. Postingan ini merupakan postingan dengan jumlah *like* terbanyak kedua pada tahun 2020 dan termasuk dalam kategori bentuk komunikasi dengan media massa serta mengandung materi tentang Akhlak dan Aqidah.

Berikut analisis elemen-elemen desain komunikasi visual menggunakan analisis semiotika Ferdinand de Saussure :

Tabel 4.6
Postingan Pertanggung Jawaban di Akhirat



Sumber:

<https://www.instagram.com/p/CGuKKFGBPVI/?igsh=NmFuZWttYTA2d2gy>

Elemen	Penanda (Signifer)	Petanda (Signified)
Tipografi	<ul style="list-style-type: none"> - Harta Tahta Usia - Kelak semua akan ditanya 	<ul style="list-style-type: none"> - “Harta tahta usia” merupakan <i>headline</i> yang menggambarkan semua hal itu berharga, kedudukan, dan pengalaman yang telah diperoleh seseorang selama hidup - “Kelak semua akan

		ditanya” merupakan <i>tagline</i> yang menyampaikan pesan bahwa Allah akan mengadili setiap individu berdasarkan perbuatan, niat, dan penggunaan harta, tahta, dan usia mereka selama hidup di dunia.
Ilustrasi	-	-
Warna	Postingan menggunakan warna <i>Background</i> hitam	Warna hitam mempunyai kesan yang tajam dan bersih.

Signification :

Pertama, elemen tipografi. Pada postingan tersebut menggunakan jenis huruf *sans serif*. Setiap baris huruf memiliki lebar yang sama, dan tidak ada kaki atau pengait. Teks "harta tahta usia, semua akan ditanya" memiliki pesan yang mengacu pada kehidupan dan akhirat. Kalimat ini mencerminkan pemahaman dalam budaya dan agama tertentu yang menekankan bahwa dalam akhirat, setiap orang akan dimintai pertanggungjawaban atas apa yang telah mereka lakukan dalam hidup mereka, termasuk bagaimana mereka memanfaatkan harta, kekuasaan, dan usia mereka.

Kedua, elemen warna. Pada poster tersebut menggunakan *background* warna satu yaitu hitam. Warna hitam mempunyai kesan yang tajam dan bersih

7. Postingan Kepedulian Terhadap Saudara Muslim

Postingan berjudul “Kepedulian Terhadap Saudara Muslim” di posting pada tanggal 11 Mei 2021 dan memiliki jumlah *like* sebanyak 10.408 ribu dan jumlah komentar sebanyak 19. Postingan ini merupakan postingan dengan jumlah *like* terbanyak pertama pada tahun 2020 dan termasuk dalam bentuk komunikasi dengan meda massa serta terkandung materi tentang Akhlak.

Berikut analisis elemen-elemen desain komunikasi visual menggunakan analisis semiotika ferdinand de saussure :

Tabel 4.7
Postingan Kepedulian Terhadap Sesama Muslim

Elemen	Penanda (Signifier)	Petanda (Signified)
Tipografi	“Allah menciptakan ujian di gaza untuk menguji hambanya yang peduli dan membela umat islam”	“Allah menciptakan ujian di gaza untuk menguji hambanya yang peduli dan membela umat islam” merupakan pesan kepada umat Islam khususnya agar selalu memberikan dukungan, bantuan, atau perlindungan kepada saudara-saudara mereka di Gaza.
Ilustrasi	Ilustrasi seseorang memegang tongkat bendera Palestina	Menandakan pesan tentang kesatuan dan solidaritas dalam sebuah kelompok, komunitas, atau gerakan. Memegang bendera bisa menjadi simbol persatuan dalam mencapai tujuan bersama.
Warna	Postingan menggunakan warna <i>background</i> krem	Warna krem merupakan warna yang sering dikaitkan dengan kesan yang lembut, tenang, dan



Sumber:

<https://www.instagram.com/p/COvJnpYhc0s/?igsh=MTR6dTExdDE3d3YzNg==>

		menenangkan.
--	--	--------------

Signification:

Pertama, elemen tipografi. Tipografi pada postingan diatas menggunakan jenis huruf *sans serif*. Setiap baris huruf memiliki lebar yang sama, dan tidak ada kaki atau pengait. Teks “Allah menciptakan ujian di gaza untuk menguji hambanya yang peduli dan membela umat islam” merupakan pesan kepada umat Islam khususnya agar selalu memberikan dukungan, bantuan, atau perlindungan kepada saudara-saudara mereka di Gaza.

Kedua, elemen ilustrasi. Menggambarkan seseorang memegang tongkat bendera Palestina. Menandakan pesan tentang kesatuan dan solidaritas dalam sebuah kelompok, komunitas, atau gerakan. Memegang bendera bisa menjadi simbol persatuan dalam mencapai tujuan bersama.

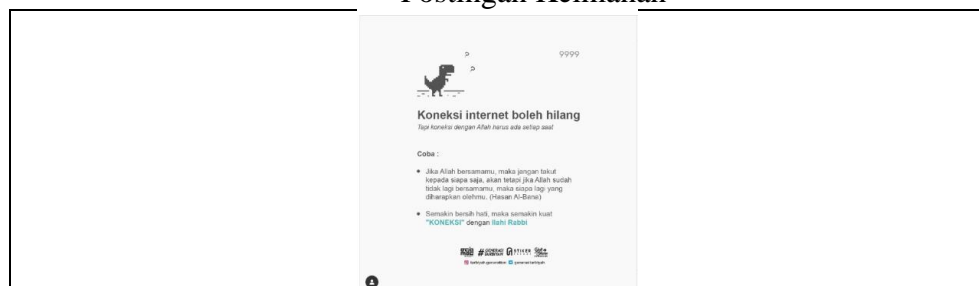
Ketiga, elemen warna. Postingan diatas menggunakan *background* berwarna krem dan dikombinasikan dengan pola garis berwarna krem yang lebih tua. *Background* tersebut termasuk *Pattern Background*

8. Postingan Keimanan

Postingan yang berjudul “*Don’t Panic*” di posting pada tanggal 21 September 2021 dan memiliki jumlah *like* sebanyak 7.763 ribu dan memiliki jumlah komentar sebanyak 44. Postingan ini merupakan postingan dengan jumlah *like* terbanyak kedua pada tahun 2021 dan termasuk dalam bentuk komunikasi dengan media massa serta terkandung materi tentang Aqidah.

Berikut analisis elemen-elemen desain komunikasi visual menggunakan analisis semiotika ferdinand de saussure :

Tabel 4.8
Postingan Keimanan



Sumber: https://www.instagram.com/p/CUFI_bvBHiY/?igsh=N2Z3eTNwMm5mZHNh		
Elemen	Penanda (Signifer)	Petanda (Signified)
Tipografi	<ul style="list-style-type: none"> - Koneksi internet boleh hilang - Tapi koneksi dengan Allah harus ada setiap saat - Jika Allah bersamamu, maka jangan takut kepada siapa saja, akan tetapi jika Allah sudah tidak lagi bersamamu, maka siapalagi yang diharapkan olehmu. (Hasan Al-Bana) - Semakin bersih hati, maka semakin kuat koneksi dengan Illahi Robbi. 	<ul style="list-style-type: none"> - “Koneksi internet boleh hilang” merupakan <i>headline</i> - “Tapi koneksi dengan Allah harus ada setiap saat” merupakan <i>tagline</i> yang menyampaikan pesan bahwa hubungan dengan Allah adalah sesuatu yang sangat berharga dan harus tetap ada dan kuat dalam kehidupan kita, tanpa terpengaruh oleh hal-hal dunia yang bersifat sementara. - “Jika Allah bersamamu, maka...” merupakan <i>subheadline</i> yang merupakan pepatah dari Hasan Al-Bana - “Semakin bersih hari, maka semakin kuat koneksi dengan Illahi Robbi.” Merupakan <i>subheading</i> yang menyampaikan pesan bahwasannya kehidupan spiritual yang kuat dan mendalam memerlukan usaha untuk menjaga hati agar tetap suci dan tulus dalam beribadah dan hubungan dengan Allah.
Ilustrasi	Animasi Dino Game	Animasi tersebut merupakan salah satu fitur dalam peramban web Google Chrome yang muncul ketika Anda mencoba membuka halaman web

		saat tidak ada koneksi internet
Warna	Penggunaan warna pada postingan menggunakan warna abu-abu	Abu-abu memberikan kesan ketenangan dan keharmonisan.

Signification :

Pertama, elemen tipografi. Dalam postingan tersebut jenis huruf yang dipakai yaitu *sans serif*. Teks “Koneksi internet boleh hilang” merupakan *headline*. Teks “Tapi koneksi dengan Allah harus ada setiap saat” merupakan *tagline* yang menyampaikan pesan bahwa hubungan dengan Allah adalah sesuatu yang sangat berharga dan harus tetap ada dan kuat dalam kehidupan kita, tanpa terpengaruh oleh hal-hal dunia yang bersifat sementara. Teks “Jika Allah bersamamu, maka...” merupakan *subheadline* yang merupakan pepatah dari Hasan Al-Bana. Teks “Semakin bersih hari, maka semakin kuat koneksi dengan Illahi Robbi.” Merupakan *subheading* yang menyampaikan pesan bahwasannya kehidupan spiritual yang kuat dan mendalam memerlukan usaha untuk menjaga hati agar tetap suci dan tulus dalam beribadah dan hubungan dengan Allah.

Kedua, elemen ilustrasi. Ilustrasi diatas merupakan animasi dino game, yang mana animasi tersebut merupakan salah satu fitur dalam peramban web Google Chrome yang muncul ketika Anda mencoba membuka halaman web saat tidak ada koneksi internet

Ketiga, elemen warna. Pada poster tersebut menggunakan *background* warna satu yaitu abu-abu. Warna Abu-abu memberikan kesan ketenangan dan keharmonisan

9. Postingan Puasa Tasu’a dan ‘Asyura

Postingan yang berjudul “Jangan Lupa Puasa Tasu’a dan Asyuro” yang diposting pada tanggal 05 Agustus 2022 dan memiliki jumlah *like* sebanyak 3.851 ribu serta 27 komentar. Postingan ini merupakan postingan dengan jumlah *like* terbanyak pertama pada tahun 2022 dan termasuk dalam

bentuk komunikasi dengan media massa serta terkandung materi tentang Syari'ah.

Berikut analisis elemen-elemen desain komunikasi visual menggunakan analisis semiotika ferdinand de saussure :

Tabel 4.9
Postingan Puasa Tasu'a dan 'Asyura



Elemen	Penanda (Signifier)	Petanda (Signified)
Tipografi	<ul style="list-style-type: none"> - Jangan lupa puasa Tasu'a (09/11 Muharrom) - Berpuasalah kalian pada hari A'syura (10 Muharrom), dan selisihilah orang-orang yahudi, berpuasa (dengan menambah) satu hari sebelumnya atau sesudahnya. (HR. Ahmad) - Dan juga Puasa Asyuro (10 Muharrom) - Rasulullah Shallallahu 'alaihi wa sallam ditanya tentang puasa di hari Asyura, maka beliau menjawab: Puasa itu bisa menghapuskan 	<ul style="list-style-type: none"> - "Jangan lupa puasa Tasu'a (09/11Muharrom)" merupakan <i>headline</i> yang menganjurkan untuk puasa Tasu'a - "Berpuasalah kalian pada hari A'syura (10 Muharrom), dan selisihilah orang-orang yahudi,..." merupakan <i>tagline</i> yang menyampaikan dalil atau rujukan tentang puasa A'syura.

	(dosa-dosa kecil) pada tahun kemarin. HR. Ahmad	
Ilustrasi	Ilustrasi gambar animasi seseorang ingin makan dan menahan lapar	Menggambarkan seseorang yang sedang berusaha untuk menahan diri dan tidak makan meskipun merasa lapar.
Warna	Postingan menggunakan warna <i>background</i> krem dan pink	Pink adalah warna yang sering dikaitkan dengan unsur keceriaan, kebahagiaan, kreativitas, dan dikombinasikan dengan warna krem, dapat memberikan kesan yang menyenangkan dan kreatif.

Signification :

Pertama, elemen tipografi. Postingan di atas menggunakan jenis huruf *sans serif*. Teks “Jangan lupa puasa Tasu’a (09/11Muharrom)” merupakan *headline* yang menganjurkan untuk puasa Tasu’a. Teks “Berpuasalah kalian pada hari A’syura (10 Muharrom), dan selisihilah orang-orang yahudi,...” merupakan *tagline* yang menyampaikan dalil atau rujukan tentang puasa A’syura

Kedua, elemen ilustrasi. Ilustrasi di atas menggambarkan animasi seseorang yang sedang berusaha untuk menahan diri dan tidak makan meskipun merasa lapar.

Ketiga, elemen warna. Pada postingan tersebut menggunakan latar belakang dua warna. Pertama menggunakan warna kuning. Citra positif dari warna kuning yaitu menonjol, akrab, spontan, semangat, ceria, kreatif dan bebas. Kedua menggunakan warna merah muda. Merah muda unsur kesucian, kebaikan, dan ketulusan. Ini dapat mewakili kepolosan, keceriaan, dan kemurnian


10. Postingan Al-Qur’an Bisa Merubah Hidup-mu

Postingan yang berjudul “Al-Qur’an Bisa Merubah Hidup-mu” diposting pada tanggal 15 Juli 2022 dan memiliki jumlah *like* sebanyak 3.781 ribu dan memiliki komentar sebanyak 14. Postingan ini merupakan

postingan dengan jumlah *like* terbanyak kedua pada tahun 2022 dan termasuk dalam bentuk komunikasi dengan media massa serta terkandung materi tentang Akhlak.

Berikut analisis elemen-elemen desain komunikasi visual menggunakan analisis semiotika ferdinand de saussure :

Tabel 4.10
Postingan Al-Qur'an Bagi Kehidupan



Sumber:
<https://www.instagram.com/p/CgB8RCMPitO/?igsh=MXJhcXpvMGZzNm42aQ==>

Elemen	Penanda (Signifer)	Petanda (Signified)
Tipografi	“Jika musik dapat merubah mood-mu, maka Al-Quran bisa merubah hidup-mu”	“Jika musik dapat merubah mood-mu, maka Al-Quran bisa merubah hidup-mu” mengandung makna bahwa jika musik memiliki kemampuan untuk mengubah suasana hati seseorang, maka Al-Quran memiliki kemampuan yang jauh lebih besar untuk mengubah atau mempengaruhi hidup seseorang secara lebih mendalam.
Ilustrasi	Ilustrasi sosok dua orang pemuda yang sedang mendengarkan musik dan memegang kitab	Menggambarkan keragaman minat dan keyakinan dalam masyarakat, dan bagaimana orang-orang dengan pandangan dan preferensi

		yang berbeda dapat hidup berdampingan dengan saling menghormati.
Warna	Postingan menggunakan warna <i>background</i> pink dan coklat muda	Pink muda dan coklat muda adalah kombinasi warna yang sering digunakan untuk menciptakan desain yang lembut, manis, dan menggembirakan. Warna ini bisa memberikan kesan yang hangat dan menyenangkan.

Signification :

Pertama, elemen tipografi. Pada postingan tersebut menggunakan jenis huruf *sans serif*. Teks “Jika musik dapat merubah moodmu” menggambarkan bahwa musik memiliki kemampuan untuk memengaruhi atau mengubah suasana hati atau perasaan seseorang. Teks “maka Al-Qur’an bisa merubah hidupmu” menggambarkan bahwa Al-Qur’an memiliki kemampuan dampak yang jauh lebih besar dari musik tersebut.

Kedua, elemen ilustrasi. Menggambarkan seseorang mendengarkan musik dan seseorang memegang Al-Qur’an

Ketiga, elemen warna. Pada postingan tersebut menggunakan latar belakang dua warna. Pertama menggunakan warna merah muda. Merah muda unsur kesucian, kebaikan, dan ketulusan. Ini dapat mewakili kepolosan, keceriaan, dan kemurnian. Kedua menggunakan warna kuning. Citra positif dari warna kuning yaitu menonjol, akrab, spontan, semangat, ceria, kreatif dan bebas.

11. Postingan Kewajiban Ibadah Sholat Fardhu

Postingan yang berjudul “Kewajiban Ibadah Sholat Fardhu” di posting pada tanggal 01 Januari 2023 dan memiliki jumlah *like* sebanyak 6.350 ribu serta memiliki jumlah komentar sebanyak 35. Postingan ini merupakan postingan dengan jumlah *like* terbanyak pertama pada tahun 2023 dan termasuk dalam kategori komunikasi dengan media massa serta mengandung materi tentang Syari’ah.

Berikut analisis elemen-elemen desain komunikasi visual menggunakan analisis semiotika Ferdinand de Saussure :

Tabel 4.11
Postingan Kewajiban Ibadah Sholat Fardhu

Elemen	Penanda (Signifier)	Petanda (Signified)
Tipografi	"Resolusi 2023 AIUEO, baru tanggal 1 aja solatnya udah full bolong"	"Resolusi 2023 AIUEO, baru tanggal 1 aja solatnya udah full bolong" merupakan kalimat yang bersifat humoris dan mengandung arti bahwa seseorang telah membuat resolusi atau rencana untuk memperbaiki diri pada tahun 2023, tetapi pada tanggal 1 Januari saja, resolusi tersebut sudah "full bolong" atau gagal total.
Ilustrasi	Ilustrasi gambar kartun laki-laki sedang di borgol	Mencerminkan bahwa laki-laki tersebut telah melakukan pelanggaran hukum
Warna	<i>Background</i> menggunakan warna pink muda	Warna pink muda menggambarkan optimisme dan semangat.

Signification :

Pertama, elemen tipografi. Postingan di atas menggunakan jenis huruf *script*. Teks “Resolusi 2023 AIUEO, baru tanggal 1 aja solatnya udah full bolong” ini menyiratkan bahwa ketika tahun baru dimulai, seseorang seharusnya berkomitmen untuk melakukan perbaikan dan mematuhi kewajiban agamanya, tetapi nyatanya, mereka sudah "bolong" atau mengabaikan kewajiban sholatnya, bahkan pada awal tahun.

Kedua, elemen ilustrasi. Ilustrasi di atas menggambarkan seseorang yang sedang di borgol. Mencerminkan bahwa laki-laki tersebut telah melakukan pelanggaran hukum

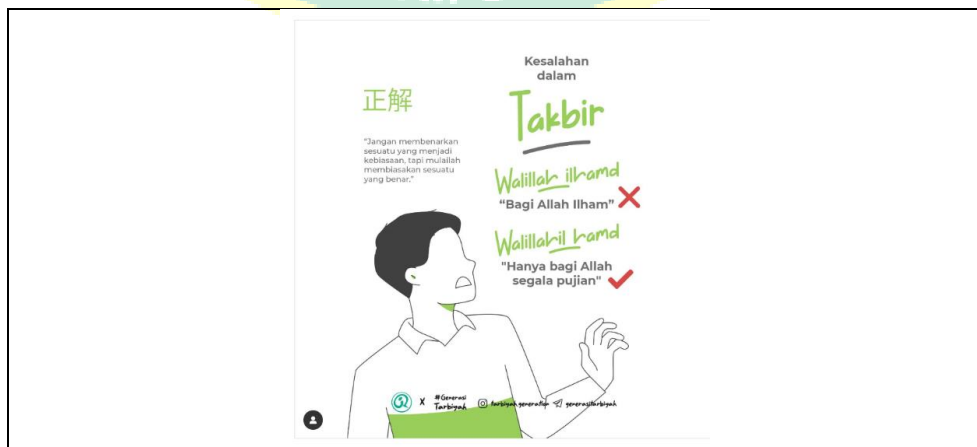
Ketiga, elemen warna. Postingan tersebut menggunakan background satu warna yaitu merah muda. Merah muda unsur kesucian, kebaikan, dan ketulusan. Ini dapat mewakili kepolosan, keceriaan, dan kemurnian.

12. Postingan Kesalahan dalam Takbir

Postingan yang berjudul “Kesalahan dalam Takbir” di posting pada tanggal 01 Januari 2023 dan memiliki jumlah *like* sebanyak 6.350 ribu dan memiliki 35 komentar. Postingan ini merupakan postingan dengan jumlah *like* terbanyak pertama pada tahun 2023 dan termasuk dalam bentuk komunikasi dengan media massa serta mengandung materi tentang Syari’ah.

Berikut analisis elemen-elemen desain komunikasi visual menggunakan analisis semiotika ferdinand de saussure :

Tabel 4.12
Postingan Kesalahan Dalam Takbir



Sumber: https://www.instagram.com/p/CrS41fwv_ee/?igsh=MTFicWZ4YWZqdnhybQ==		
Elemen	Penanda (Signifer)	Petanda (Signified)
Tipografi	<ul style="list-style-type: none"> - Kesalahan dalam Takbir - Walillah Ilhamd - Bagi Allah ilham - Walillahil hamd - Hanya bagi Allah segala pujian - Jangan membenarkan sesuatu yang menjadi kebiasaan, tapi mulailah membiasakan sesuatu yang benar 	<ul style="list-style-type: none"> - “Kesalahan dalam Takbir” merupakan tindakan atau perbuatan yang tidak sesuai dengan tata cara atau aturan yang berlaku dalam pelafalan Takbir. - “Walillah ilhamd” merupakan kalimat yang salah - “Bagi Allah ilham” merupakan arti dari lafal Walillah ilhamd - “Walillahil hamd” merupakan kalimat yang benar - “Hanya bagi Allah segala pujian” merupakan arti dari lafal walillahil hamd - “Jangan membenarkan sesuatu yang menjadi kebiasaan, tapi mulailah membiasakan sesuatu yang benar” mengajak untuk tidak mempertahankan atau membenarkan tindakan atau kebiasaan yang salah atau tidak baik. Sebaliknya, kita seharusnya lebih berfokus pada upaya untuk memulai atau membiasakan diri dengan tindakan atau perilaku yang benar atau baik.
Ilustrasi	Ilustrasi gambar kartun sedang terkejut	Mengandung arti bahwa orang tersebut telah mengalami sesuatu yang tak terduga atau mengejutkan.
Warna	Penggunaan warna	Melambangkan

	<i>background</i> pada poster tersebut menggunakan warna putih	kesucian, bersih dan sederhana.
--	--	---------------------------------

Signification :

Pertama, elemen tipografi. Postingan diatas menggunakan jenis huruf *sans serif*. Pada postingan tersebut menjelaskan tentang tata cara mengucapkan lafadz takbir dengan benar. Karena masih banyak yang salah dalam melafalkan takbir tersebut.

Kedua, elemen ilustrasi. Ilustrasi diatas menggambarkan seseorang sedang terkejut. Mengandung arti bahwa orang tersebut telah mengalami sesuatu yang tak terduga atau mengejutkan.

Ketiga, elemen warna. Postingan tersebut menggunakan background satu warna yaitu warna putih. Warna putih melambangkan kesucian, bersih dan sederhana.

C. Perbedaan Postingan Terlama dan Terbaru

Postingan terlama diambil dari tiga tahun sebelumnya yaitu pada Januari 2018 sampai Desember 2020 dan postingan terbaru diambil dari tiga tahun setelahnya yaitu Januari 2021 sampai Juli 2023.

Tabel 4.13

Postingan Terlama dan Terbaru

Postingan Terlama	Postingan Terbaru
<ul style="list-style-type: none"> - Hanya menggunakan typografi - Latar belakang menggunakan foto pemandangan dan manusia - Penggunaan warna dan typografi masih monoton - Jumlah <i>like</i> masih sedikit - <i>Feed</i> masih random/acak 	<ul style="list-style-type: none"> - Penggunaan typografi dan warna sudah bervariasi - Menggunakan ilustrasi manusia, ilustrasi benda, dan foto manusia - Background menggunakan warna polos - Jumlah <i>like</i> sudah banyak - <i>Feed</i> sudah rapih

D. Hasil Analisis Desain Komunikasi Visual pada Akun Instagram @tarbiyah.generation

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada poster digital di akun Instagram @tarbiyah.generation, diperoleh hasil bahwa setiap elemen pembentuk desain poster memiliki makna sendiri-sendiri.

Tabel 4.14
Elemen Desain dan Jenisnya

Elemen	Jenis
Tipografi	Sans Serif Script
Ilustrasi	Ilustrasi Manusia Ilustrasi Benda Foto Manusia
Warna	Merah Muda Kuning Putih Hitam Abu-Abu Krem Biru

Tipografi merupakan pemilihan suatu huruf dengan menyesuaikan citra yang ingin diungkapkan. Salah satu keberhasilan pembuatan karya desain komunikasi visual yaitu pemilihan huruf (tipografi). Penggunaan huruf dan susunannya akan mempengaruhi keterbacaan atau tidaknya suatu teks. Akun @tarbiyah.generation dalam konten dakwah di Instagramnya kebanyakan menggunakan jenis huruf *Sans Serif* dan *Script*. Huruf tipe *Sans Serif* merupakan huruf yang tidak memiliki kait ujungnya. Ketebalan huruf tersebut juga sama. *Sans Serif* melambangkan kesederhanaan. Huruf ini juga memberikan kesan sederhana dan modern pada desainnya. Sehingga huruf ini

membuat nyaman dilihat dan mudah dibaca. Sedangkan, huruf tipe *Script* merupakan jenis huruf yang menyerupai tulisan tangan. Pemakaian huruf tipe *Script* ini membuat kesan akrab dan santai. Sifatnya anggun, tradisional, informal dan pribadi. Untuk kekurangan huruf ini yaitu sulit dibaca dan untuk tulisan yang banyak kurang cocok menggunakan jenis font ini.

Ilustrasi, secara bentuk bisa berupa gambar sketsa, lukis atau gambar digital. Penggunaan ilustrasi akan meningkatkan nilai estetika dan memberikan gambaran yang jelas atas pesan yang akan disampaikan. Sehingga gambar maupun foto ilustrasi pada dasarnya memiliki karakter mengutamakan fungsi gambar sebagai bahasa yang memperjelas suatu hal. Untuk desain ilustrasi admin dari akun @tarbiyah.generation hampir secara keseluruhan menggunakan ilustrasi manusia. Selain itu menggunakan ilustrasi benda dan foto manusia. Desain ilustrasi untuk poster sesuai dengan informasi yang disampaikan pada poster tersebut.

Warna merupakan faktor yang sangat penting dalam mendesain, setiap warna memiliki karakter dan sifat yang berbeda pula. Warna dalam objek desain komunikasi visual dapat memperlihatkan citra yang ingin disampaikan, warna juga bisa menarik perhatian atau meningkatkan *mood*. Selain itu juga warna dapat memperjelas suatu informasi yang ingin disampaikan. Pemilihan warna pada desain @tarbiyah.generation menggunakan warna-warna lembut dan cerah. Warna cerah menarik perhatian, mengungkapkan emosi, atau menciptakan kesan yang kuat. Sedangkan warna lembut merupakan warna yang tidak mencolok dan memiliki kesan cerah dan enak untuk dilihat. Pemberian warna pada ilustrasi menggunakan warna yang lebih kuat untuk menonjolkan objek utamanya. Penggunaan warna selain untuk menarik perhatian, warna juga berperan untuk meningkatkan makna pesan yang disampaikan. Penggunaan warna yang tepat akan menciptakan kenyamanan dan membuat teks lebih berbicara.

Ketiga elemen tersebut (tipografi, warna dan ilustrasi) saling dipadukan antara satu dengan yang lain membuat hasil gambar yang diunggah akun @tarbiyah.generation memiliki daya tarik tersendiri bagi *audiens*.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terhadap 12 poster dakwah digital pada akun Instagram @tarbiyah.generation pada periode Januari 2018 – Juli 2023 menggunakan analisis teori semiotika Ferdinand de Saussure maka penulis menarik kesimpulan bahwa dari elemen yang terdapat pada akun Instagram @tarbiyah.generation, antara elemen tipografi, ilustrasi, warna, tanda visual dan verbal saling berkaitan sehingga dapat memperoleh suatu makna. Tanda visual yang dimunculkan berupa gambar, warna maupun garis memiliki makna sesuai dengan konteks yang melatarbelakangi pesan yang ingin disampaikan dalam poster. Sedangkan tanda verbal yang muncul pada poster menginterpretasikan makna himbuan dan mengajak sesama muslim melakukan amar ma'ruf nahi munkar dengan sumber yang jelas yang dicantumkan dalam setiap poster. Kedua tanda verbal dan tanda visual tidak dapat berdiri sendiri, keduanya saling berkaitan satu dengan yang lainnya dan memiliki makna tersendiri terhadap pesan yang ingin disampaikan kepada khalayak dan didukung dengan ilustrasi yang menarik sehingga dapat membuat pesan tersampaikan dengan baik.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan tentang pesan dakwah dalam perspektif komunikasi visual dalam akun instagram @tarbiyah.generation, adapun saran-saran yang ingin disampaikan peneliti, antara lain:

1. Untuk akun @tarbiyah.generation agar kedepannya tetap istiqomah dalam menyebarkan konten dakwah visualnya.
2. Untuk pengguna media sosial Instagram agar mengikuti akun instagram @tarbiyah.generation karena menyajikan konten

dakwah sesuai dengan kejadian yang ada di kehidupan sehari-hari kita. Selain itu, disajikan dengan visualisasi yang menarik

3. Untuk penelitian selanjutnya, peneliti berharap yang nantinya menggunakan analisis Semiotika Ferdinand De Saussure agar dapat lebih memahami dengan jeli teori tersebut supaya mendapatkan hasil penelitian yang baik dan relevan



DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Setiadi, "Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi", Jurnal Humaniora, 2016.
- Ahmadi, Dadi. *Interaksi Simbolik: Suatu Pengantar*. Jurnal Mediator Vol 9 No.7 (Desember,2008)
- Al-Kusani, Mida. *Analisis Konten Dakwah Remaja Dalam Akun Instagram @Hanan_Attaki*. Skripsi, Purwokerto:IAIN Purwokerto.
- Askinita, Dwi. "Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce (Komunikasi Visual Dakwah Persuasif pada Kartun Instagram @xkwavers)". Skripsi, IAIN Purwokerto, 2021.
- Astrid, Susanto. *Komunikasi Dalam Teori dan Praktek*. Bandung: Bina Cipta, 1997.
- Azkiya, Monika Yoan. "Konsep Pengembangan Dan Pengelolaan Media Dakwah Visual Di Instagram Pondok Pesantren Darussalam" Skripsi. Purwokerto: IAIN Purwokerto, 2020.
- Azwar, Saifuddin. *Metode Penelitian*. Yogyakarta:Pustaka Pelajar, 1998.
- Basit, Abdul. *Filsafat Dakwah*. Depok : Rajawali Pers, 2019.
- Cahyono, Anang Sugeng. "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Indonesia". Jurnal Publiciana, 2016.
- Clara, Astari, dkk. "Komunikasi Dan Media Sosial". Jurnal Sastra Makasar: Universitas Muslim Indonesia, 2018.
- Dian, Rudi. *Pengertian Instagram beserta Sejarah, Fungsi, Tujuan, Manfaat, dll*. Diakses pada 31 Juli 2023. <https://dianisa.com/pengertian-instagram/>.
- Faiz, Al Farkhan. "Analisis Semiotika Desain Komunikasi Visual Pesan Dakwah Tafriq Pada Akun Instagram @terasdakwah". Skripsi, UIN Sunan Kalijaga, 2022.
- Fitrah, Muh dan Luthfiah. *Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas Dan Tindakan Kelas & Studi Kasus*. Sukabumi: CV. Jejak, 2018.
- Hasri, Sinung Utami. "Analisa Semiotika Komunikasi Visual Iklan Layanan Masyarakat Lingkungan Hidup". Jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ Vol 3 No 2 (2016)

- Hendratman, Hendi. *Computer Graphyc Design Edisi Revisi Ke-3*. Bandung: Informatika, 2017.
- Herdiansyah, Haris. *Metodologi penelitian Kualitatif: Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Selemba Humanika, 2014.
- Ikrar, “*Karakteristik Karya Visual Komunitas Penahitam Makassar*” Skripsi. Makassar: UN Makassar, 2018.
- Indonesiabaik.id. *Orang Indonesia Makin Melek Internet*. Diakses pada 31 Juli 2023. <https://indonesiabaik.id/infografis/orang-indonesia-makin-melek-internet#:~:text=Berdasarkan%20hasil%20survei%20Asosiasi%20Penyelenggara,sebanyak%20210%2C03%20juta%20pengguna>.
- Ismayani. *Pesan Dakwah Film Aku dan Kamu (Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure)*. Skripsi. Makasar: UIN Alaudin, 2017.
- Khennis Rozzana, Nadya. “*Makna Karakter Desain Komunikasi Visual Website NU Online Sebagai Media Dakwah (Analisis Semiotika Ferdinand de Saussure)*”. Skripsi, UIN Sunan Ampel, 2019.
- Kompas.com. *Sejarah Instagram dan Cerita Awal Peluncurannya*. Diakses pada 31 Juli 2023. <https://www.kompas.com/tren/read/2021/10/06/100500365/sejarah-instagram-dan-cerita-awal-peluncurannya>
- Kusnadi, *Dasar Desain Grafis*. Tasikmalaya: Edu Publisher, 2018.
- Maarif, Bambang. *Komunikasi Dakwah Paradigma untuk Aksi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2010.
- Mahfud, Mokhammad dan Rama Kertamukti. “*Desain Komunikasi Dakwah Visual Animasi 2d Untuk Anak (Studi Deskriptif Kualitatif Di SDN Monggang Pendowoharjo Sowon Bantul)*”. Vol. 9 No. 2. UIN Sunan Kalijaga, 2016.
- Maunah, Fitriana. “*Konsep Desain Komunikasi Visual Rubrik Fashion Hijabbella Edisi Januari 2015*”. Skripsi, UIN Sunan Kalijaga, 2015.
- Mayasari, Silvina dan Clavinda Indraswari. *Efektivitas Media Sosial Instagram Dalam Publikasi HUT Museum Nasional Indonesia (MNI) Kepada Masyarakat*. Jurnal Komunikasi. Vol 9 No.2 2018
- Muhtadi, Asep Saepul. *Komunikasi Dakwah: Teori, Pendekatan dan Aplikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2012.

- Muzayana, Indah. *“Analisis Pesan Dakwah Dalam Instagram @Tarbiyah.Generation”*, Skripsi, (Kediri: IAIN Kediri, 2022).
- Ni'mah, Nilnan. *“Dakwah Komunikasi Visual”*. Islamic Communication Journal. 2016.
- Nugraha, R. H., Parhan, M., & Aghnia, A. *Motivasi Hijrah Milenial Muslim Perkotaan Melalui Dakwah Digital*. vol 3, No.2 (2020).
- Nugrahuani, Farida. *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. Solo: Cakra Books, 2014.
- Pamungkas, Imam. *Akhlaq Muslim Modern Membangun Karakter Generasi Muda*. Bandung: Marja, 2012.
- Prasetyo, Eko. *Peran Ilustrasi Visual Dalam Pembelajaran*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta, 2006.
- Rakhmat Supriyono, *Desain Komunikasi Visual*, Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2017, 87.
- Rizky, Nur. *Dakwah Komunikasi Visual Melalui Instagram Akun @HADITSKU*. Jurnal Ilmu dan Teknik Dakwah. Vol 4 No.7 (Januari-Juni 2016).
- Sartini, Ni Wayan. *“Tinjauan Teoritik Tentang Semiotik”*. Jurnal Universitas Airlangga.
- Sobur, Alex. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2017.
- Soderi, *“Pesan Dakwah Visual Akun Instagram @Si_Bedil”*. Skripsi, Purwokerto: IAIN Purwokerto, 2021.
- Sriwitari, Nyoman dan I Gusti Nyoman Widnyana. *Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014.
- Supriyono, Rakhmat. *Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2017.
- Tinarbuko, Sumbo. *“Semiotika Analisis Tanda Pada Karya Desain Komunikasi Visual”* Jurnal Nirmana Vol.5 No.1 Januari 2003.
- Tinarbuko, Sumbo. *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Jalasutra, 2009.
- Utari, Monica. *“Pengguna Media Sosial Instagram Akun @Princessyahrini Terhadap Gaya Hidup Hedonis Pada Followersnya”*. Jurnal Vol. 4 No.2 Oktober, 2017.

Zahiyya, Viyya IZdahara. *“Desain Komunikasi Visual Dakwah Instagram NU Online”*. Skripsi, UIN Sunan Kalijaga, 2022.

Zamroni, Mohamad. *“Desain Komunikasi Visual Journalism Online (Analisis Kualitatif Deskriptif Karakter Desain Komunikasi Visual Website suaramuslim.net)”*. Skripsi, UIN Sunan Ampel, 2018



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Irgi Achmad Fachrezi
2. NIM : 1917102126
3. Tempat/Tgl. Lahir : Jakarta, 20 September 2000
4. Alamat Rumah : Jl. Bekasi Timur IV Blok Mayong No. 150
RT09/RW07, Cipinang Besar Utara, Jatinegara,
Jakarta Timur
5. Nama Orang Tua
Nama Ayah : Moh Munawir
Nama Ibu : Daryanti

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
 - a. SD/MI : SDN CBS 07 PG (2006-2012)
 - b. SMP/MTs : MTs Salafiyah Bantarsari (2013-2016)
 - c. SMA/MA : MA Salafiyah Bantarsari (2016-2019)
 - d. S1 : Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin
Zuhri Purwokerto (2019-2023)

C. Pengalaman Organisasi

1. Dewan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Dakwah (2022/2023)
2. Komunitas fixlens (2021/2022)

Purwokerto, 16 Desember 2023



Irgi Achmad Fachrezi