

**PENERAPAN DESAIN GRAFIS SEBAGAI MEDIA DAKWAH
DI INSTAGRAM**

**(Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Akun
@ummu.hanzholah)**



SKRIPSI

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

Oleh :

TRI TRISNAWATI
NIM. 214110102158

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
JURUSAN MANAJEMEN DAN KOMUNIKASI ISLAM
FAKULTAS DAKWAH UIN PROF. K.H. SAFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO
2025**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertandatangan dibawah in :

Nama : Tri Trisnawati
NIM : 214110102158
Jenjang : S-1
Fakultas : Dakwah
Jurusan : Manajemen dan Komunikasi Islam
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul : Penerapan Desain Grafis Sebagai Media Dakwah Di Instagram
(Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Akun
@ummu.hanzholah)

Menyatakan bahwa skripsi sebagaimana judul yang sudah terlampir diatas, secara keseluruhan adalah hasil atau karya saya sendiri kecuali bagian bagian yang telah dirujuk sumbernya dan ditunjukkan dalam bentuk daftar pustaka.

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

Purwokerto 18 Maret 2025



Tri Trisnawati
NIM. 214110102158



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

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

PENGESAHAN

Skripsi Berjudul :

**PENERAPAN DESAIN GRAFIS SEBAGAI MEDIA DAKWAH DI INSTAGRAM
(ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES PADA AKUN
@UMMU.HANZHOLAH)**

Yang disusun oleh **TRI TRISNAWATI** NIM. 214110102158 Program Studi **Komunikasi dan Penyiaran Islam** Jurusan Manajemen dan Komunikasi Islam, Fakultas Dakwah, Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari Jum'at, 11 April 2025 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Sosial (S.Sos)** pada Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Pembimbing

Anas Azhimi Qalban, M.Kom
NIP. 2012049202

Sekretaris Sidang/Penguji II

Dedy Rivadin Saputro, M.I.Kom
NIP. 198705252018011001

Penguji Utama

Arsam, M.S.I
NIP. 197806122009011011

Mengesahkan,
Purwokerto, 17 April 2025
Dekan,



Dr. Muskinul Fuad, M. Ag.
NIP. 197412262000031001



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

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

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Dakwah

UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

di - Purwokerto

Assalamu'alaikum. Wr. Wb

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi terhadap penelitian skripsi dari :

Nama : Tri Trisnawati
NIM : 214110102158
Jenjang : S-1
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah
Judul : Penerapan Desain Grafis Sebagai Media Dakwah Di Instagram
(Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Akun @ummu.hanzholah)

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Prof. KH Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos). Demikian atas perhatiannya saya sampaikan terimakasih

Wassalamu'alaikum. Wr. Wb

Purwokerto, 20 Maret 2025
Pembimbing

Anas Azhimi Qalban, M.Kom.
NIP. 2012049202

**PENERAPAN DESAIN GRAFIS SEBAGAI MEDIA DAKWAH DI
INSTAGRAM
(Analisis Semiotika Roland Barthes pada Akun @ummu.hanzholah)**

Tri Trisnawati
Komunikasi dan Penyiaran Islam
214110102158
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRAK

Perkembangan teknologi dan media sosial telah membuka peluang baru dalam menyebarkan pesan dakwah kepada masyarakat luas. Salah satu platform yang banyak digunakan adalah Instagram, yang memungkinkan penyampaian pesan secara visual melalui desain grafis. Instagram telah menjadi platform yang berperan penting menyampaikan pesan dakwah secara visual. Akun Instagram @ummu.hanzholah adalah salah satu contoh penggunaan media sosial sebagai sarana dakwah melalui desain grafis. Penelitian ini berfokus pada bagaimana penerapan desain grafis sebagai media dakwah dengan menerapkan analisis semiotika Roland Barthes terhadap konten yang diunggah di akun tersebut.

Penelitian ini menerapkan teori analisis semiotika Roland Barthes untuk mengkaji simbol serta makna yang terdapat dalam unggahan akun Instagram @ummu.hanzholah. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mempelajari tentang makna yang terkandung dalam desain grafis yang digunakan oleh akun @ummu.hanzholah sebagai media dakwah dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian ini, menemukan bahwa penerapan desain grafis sebagai media dakwah pada akun instagram @ummu.hanzholah dengan menggunakan teori analisis Semiotika Roland Barthes mengandung makna tertentu pada setiap unggahannya, makna tersebut diantaranya makna denotasi, konotasi dan juga mitos. Selain mengandung makna tertentu, unggahannya juga mengandung elemen elemen desain grafis seperti tipografi, ilustrasi, warna, fotografi, layout/tata letak, garis, bentuk, ruang dan tekstur.

Kata kunci: Desain grafis, Instagram, Semiotika, @ummu,hanzholah, Media Dakwah

**APPLICATION OF GRAPHIC DESIGN AS A MEDIA OF DAKWAH ON
INSTAGRAM
(Semiotic Analysis of Roland Barthes on the @ummu.hanzholah Account)**

Tri Trisnawati
Islamic Communication and Broadcasting
214110102158
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRAC

The development of technology and social media has opened up new opportunities in spreading the message of da'wah to the wider community. One of the widely used platforms is Instagram, which allows visual delivery of messages through graphic design. Instagram has become a platform that plays an important role in delivering da'wah messages visually. @ummu.hanzholah is one of the Instagram users who uses Instagram as a da'wah medium through graphic design. This study examines the application of graphic design as a da'wah medium through Roland Barthes' semiotic analysis on the Instagram account @ummu.hanzholah.

This study applies Roland Barthes' semiotic analysis theory to examine the symbols and meanings contained in the uploads of the Instagram account @ummu.hanzholah. The purpose of this study is to find out and learn about the meaning contained in the graphic design used by the account. @ummu.hanzholah as a medium of da'wah using qualitative descriptive research methods.

The results of this study found that the application of graphic design as a medium of da'wah on the Instagram account @ummu.hanzholah using Roland Barthes' Semiotic analysis theory contains a certain meaning in each upload, the meaning includes denotation, connotation and myth. In addition to containing a certain meaning, the upload also contains graphic design elements such as typography, illustration, color, photography, layout, lines, shapes, space and texture.

Keywords: Graphic design, Instagram, Semiotics, @ummu.hanzholah, Da'wa Media

MOTTO

“Hidup bukan soal menunggu badai reda, tapi menari di tengah hujan”



HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya. Dengan segala keterbatasan yang ada, penulis akhirnya dapat menyelesaikan tugas akhir ini sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana. Skripsi ini berjudul “Penerapan Desain Grafis Sebagai Media Dakwah Di Instagram (Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Akun @ummu.hanzholah).”

Penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, doa, serta bantuan dalam berbagai bentuk selama proses penulisan skripsi ini, sehingga dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Skripsi ini penulis persembahkan untuk almamater tercinta, Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, sebagai tempat penulis menimba ilmu dan merajut mimpi. Terima kasih atas segala wawasan serta pengalaman berharga yang telah diberikan. Semoga karya ini dapat memberikan manfaat, baik sebagai referensi bagi para pembaca maupun sebagai kontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

Tak lupa, penulis mempersembahkan skripsi ini untuk kedua orang tua tercinta, Bapak Sutrisman dan Ibu Jumanah, yang telah memberikan pengorbanan, perjuangan, serta doa yang tiada henti demi keberhasilan anaknya dalam meraih gelar sarjana. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada kedua kakak saya, Endah Komalasari dan Setia Pribadi, atas motivasi dan dukungan yang mereka berikan sehingga penulis dapat bertahan dan menyelesaikan perjalanan akademik ini dengan baik.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “PENERAPAN DESAIN GRAFIS SEBAGAI MEDIA DAKWAH DI INSTAGRAM (Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Akun Instagram @ummu.hanzholah).

Sholawat serta salam senantiasa tercurah kepada junjungan kita, Nabi Muhammad SAW, pemimpin para nabi, para wali, serta seluruh umat manusia. Semoga kita semua termasuk dalam golongan umat beliau yang berhak mendapatkan syafa'at di hari akhir kelak. Aamiin.

Dalam kesempatan ini, penulis menyadari bahwa proses penyusunan skripsi ini memerlukan waktu yang cukup panjang. Oleh karena itu, pencapaian ini tidak terlepas dari berbagai bentuk bantuan, dukungan, serta bimbingan dari banyak pihak. Dengan penuh rasa syukur, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua yang telah berkontribusi. Maka dari itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. K.H. Ridwan, M,Ag, Rektor UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Dr. Muskinul Fuad, M.Ag, Dekan Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Dr. Ahmad muttaqin, M.Si, wakil dekan I fakultas dakwah Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
4. Dr. Alief Budiono, M.Pd Wakil Dekan II Fakultas Dakwah Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
5. Dr. Nawawi, M.Hum Wakil dekan III fakultas Dakwh Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
6. Uus Uswatusolihah, M.A. Ketua Jurusan Manajemen dan Komunikasi Islam Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Dedi Riyadin, M.I.Kom. Koordinator Program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.

8. Anas Azhimi Qalban, M.Kom selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang dengan penuh kesabaran dan keikhlasan telah membimbing serta memberikan bantuan selama proses penyusunan skripsi ini.
9. Seluruh Dosen di Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah berbagi ilmu dan wawasan kepada penulis selama masa perkuliahan.
10. Seluruh sivitas akademika Fakultas Dakwah yang telah memberikan pelayanan dengan sepenuh hati dalam berbagai keperluan akademik
11. Kedua orang tua saya Bapak Sutrisman dan Ibu Jumanah, yang senantiasa memberikan kasih sayang serta doa yang tak pernah putus hingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
12. Kepada kakak kandung saya, Endah Komalasari dan Setia Pribadi, terima kasih atas dukungan serta kasih sayang yang telah diberikan, yang turut membantu dalam penyelesaian skripsi ini dengan baik
13. Kepada kakak Ipar saya, Prayoga Budi Sisworo yang selalu memberikan dukungan serta arahan kepada saya, meskipun orangnya cuek tapi tetap peduli.
14. Ucapan terima kasih saya sampaikan kepada Qonita Syahidah, selaku kreator @ummu.hanzholah, atas izin yang telah diberikan kepada penulis untuk menjadikan karyanya sebagai objek penelitian.
15. Kepada Didi Nugraha terima kasih atas segala doa, kesabaran, serta dukungan yang tiada henti, baik dalam bentuk semangat, bantuan, maupun perhatian, serta dorongan yang diberikan sehingga menjadi salah satu kekuatan besar bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
16. Kepada remaja jompo yaitu Rina Febriani, Miftah Aulia Rahma dan Hasna Fitri Winda Astuti. Terima kasih telah menjadi sahabat dibangku perkuliahan yang selalu ada, selalu memberikan semangat, kritik dan saling mendukung satu sama lain. Semoga kita tetap seperti ini, *see you next time guys !*
17. Seluruh Teman Seperjuangan KPI A angkatan 2021, semoga kalian semoga kalian dimudahkan dalam segala hal! Aamiin.
18. Kepada sahabat kecil saya hingga saat ini yaitu Dina Lorenza terima kasih karena selalu menemani, selalu mendengarkan keluh kesah yang tiada henti

dan selalu memberikan nasihat kepada saya. Semoga diberikan umur yang panjang serta terus kebersamai dalam suka maupun duka.

19. Terakhir untuk diri sendiri, Tri Trisnawati yang sudah berjuang dengan penuh semangat untuk menyelesaikan skripsi ini, meskipun ditengah jalan sempat putus asa. Semoga keberuntungan selalu menyertai ! amiin.

Penulis hanya megucap sebuah ungkapan terimakasih kepada semuanya. Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna. Semoga Allah SWT memberikan kebaikan terhadap kita semua.

Purwokerto 18 Maret 2025

Penulis



Tri Trisnawati

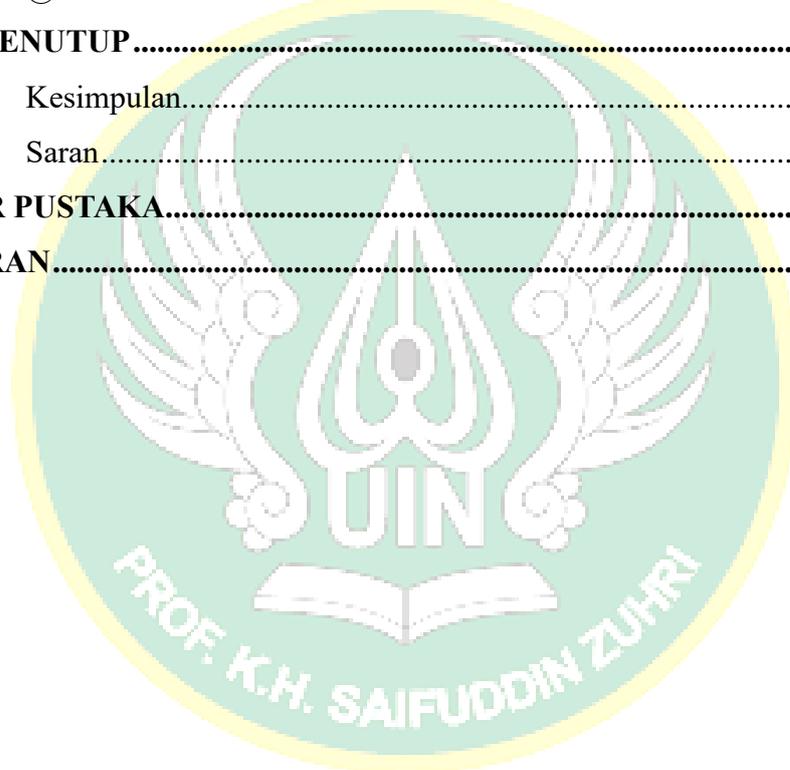
NIM. 214110102158



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
NOTA DINAS PEMBIMBIM	iv
ABSTRAK	v
ABSTRAC.....	vi
MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Penegasan Istilah	7
C. Rumusan Masalah	11
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	11
E. Kajian Pustaka.....	11
F. Sistematika Pembahasan	18
BAB II KAJIAN TEORI	19
A. Desain Grafis.....	19
B. Dakwah Dalam Islam.....	28
C. Fungsi Desain Grafis Pada Media.....	31
D. Media Sosial.....	33
E. Teori Semiotika Roland Barthes	34
BAB III METODE PENELITIAN	40
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	40
B. Lokasi Penelitian	40
C. Waktu Penelitian	40
D. Objek dan Subjek Penelitian	41

E. Sumber Data.....	41
F. Teknik Pengumpulan Data	42
G. Analisis Data	43
BAB IV HASIL & PEMBAHASAN	45
A. Profil Instagram @ummu.hanzholah	45
B. Penyajian Data Analisis.....	46
C. Pembahasan dengan Teori Semiotika Roland Barthes.....	48
D. Temuan Data Analisis Makna Pada Akun Instagram @ummu.hanzholah	78
BAB V PENUTUP	81
A. Kesimpulan.....	81
B. Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA.....	83
LAMPIRAN.....	87



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Data Periode Posting Instagram @ummu.hanzholah bulan Desember 2022- Januari 20224	46
Tabel 4. 2 Penelitian Pada Poster “Sesungguhnya yang pendek itu usia”	48
Tabel 4. 3 Penelitian Pada Poster “Mulutku Sering Berucap”	52
Tabel 4. 4 Penelitian Pada Poster “Bila Seseorang Tidak Amanah”	55
Tabel 4. 5 Penelitian Pada Poster “Terkadang Kita Memandang”	57
Tabel 4. 6 Penelitian Pada Poster “Seandainya Wanita Tau”	61
Tabel 4. 7 Penelitian Pada Poster “Tidak Ada Pertemenan”	64
Tabel 4. 8 Penelitian Pada Poster “Mereka Mengira Yang Dikubur”	67
Tabel 4. 9 Penelitian Pada Poster “Circle Pertemanan”	70
Tabel 4. 10 Penelitian Pada Poster “Nama Kita”	73
Tabel 4. 11 Penelitian Pada Poster “Pernikahan Terburuk”	75



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Profil Instagram @ummu.hanzholah	7
Gambar 2. 1 Contoh Huruf Serif, “Garamound”	21
Gambar 2. 2 Contoh Huruf Sans Serif “Arial”	22
Gambar 2. 3 Contoh Huruf Block “Haettenschweiler”	22
Gambar 2. 4 Contoh Huruf Sript “Brush Script”	22
Gambar 2. 5 Contoh Huruf Black Letter “Centaurus”	23
Gambar 4. 1 Screenshoot Profil Instagram @ummu.hanzholah	45
Gambar 4. 2 Logo Akun Instgarm @ummu.hanzholah	46
Gambar 4. 3 Poster "sesungguhnya yang pendek”	48
Gambar 4. 4 Poster "Mulutku Sering Berucap”	51
Gambar 4. 5 Poster "Bila Seseorang Tidak”	54
Gambar 4. 6 Poster "Terkadang kita”	57
Gambar 4. 7 Poster "Seandainya Wanita Tau”	60
Gambar 4. 8 Poster "Tidak Ada Pertemanan”	63
Gambar 4. 9 Poster "Mereka Mengira”	66
Gambar 4. 10 Poster "Circle Pertemanan”	69
Gambar 4. 11 Poster "Nama Kita”	72
Gambar 4. 12 Poster "Pernikahan Terburuk”	75

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi mengalami perubahan secara bertahap seiring berjalannya waktu, dimulai dari sektor pertanian, industri, informasi, hingga komunikasi. Kemajuan ini membawa pengaruh positif bagi kehidupan sosial masyarakat, sehingga banyak pihak tertarik untuk memanfaatkan setiap tahap perkembangannya, meskipun pada masa Nabi Muhammad SAW, teknologi modern seperti saat ini belum dikenal. Perkembangan dakwah memerlukan perhatian terhadap perkembangan teknologi diharapkan dakwahnya dapat diterima dengan baik oleh umat manusia. Seiring kemajuan teknologi, dakwah dapat dilakukan dengan berbagai cara salah satunya yaitu menggunakan sebuah platform media dengan cara yang berbeda. Dakwah di era sekarang ini bukan lagi sesuatu yang hanya terjadi pada waktu tertentu saja, seperti pada acara hari raya Islam dan pengajian. Dakwah juga tidak hanya dilakukan di masjid ataupun di tempat ibadah lainnya. Perkembangan media pada saat ini memungkinkan dakwah dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun.¹

Sebelum munculnya media dan teknologi informasi, dakwah disiarkan secara langsung melalui antarmuka antara khatib dan khalayak atau yang disebut dengan dakwah bersama, yang dilakukan oleh Nabi Muhammad SAW sejak Islam hadir di muka bumi ini. Di era digitalisasi saat ini memberikan peluang praktis bagi para dakwah untuk lebih tegas dan menyebarkan kebaikan melalui media sosial yang ada, media sosial dapat dengan mudah menjangkau khalayak global. Alat digital dan jejaring sosial saat ini menawarkan banyak peluang. Media sosial juga telah berkembang dan digunakan oleh masyarakat untuk berkomunikasi dan berbagi informasi. Hal ini terlihat saat ini pada generasi milenial dan generasi penerus yang menggunakan media sosial sebagai alat komunikasi dan inovasi serta jejaring sosial (media sosial)

¹ Afifah Nur Zahra, "Strategi Dakwah Desain Visual Grafis Pada Media Sosial Instagram" Jurnal Dakwah Dan Komunikasi, Tahun 2021 hlm 101-102.

yang mudah diakses melalui Internet.² Perkembangan media yang tidak terbatas ruang dan waktu memungkinkan dakwah dilakukan dimanapun dan kapanpun. Perkembangan media dakwah di Indonesia telah berlangsung bertahun-tahun. Ketersediaan media yang beragam saat ini semakin memudahkan dalam berdakwah kepada masyarakat luas media yang digunakan saat ini untuk berdakwah juga berbeda. Salah satu media dakwah yang populer adalah jejaring sosial. Banyaknya manfaat yang dibawa jejaring sosial membuat jejaring sosial menempati tempat istimewa bagi penggunanya. Kecepatan penyampaian informasi dan kemudahan akses ke jejaring sosial memotivasi dakwah untuk berdakwah menggunakan jejaring sosial tersebut.³

Kemunculan dan perkembangan internet membawa cara baru komunikasi di masyarakat. Media sosial telah muncul dan mengubah cara masyarakat berkomunikasi saat ini. Komunikasi tidak terbatas oleh jarak, waktu, atau ruang. Bisa terjadi di mana saja, kapan saja, tanpa harus bertatap muka. Media sosial dapat menghilangkan status sosial yang seringkali menjadi hambatan dalam komunikasi. Dengan adanya Twitter, Facebook, Google, dan lain-lain, orang dapat berinteraksi tanpa harus bertemu.⁴

Kemajuan pesat dalam dunia media saat ini didorong oleh perkembangan teknologi, yang membawa dampak signifikan dalam berbagai aspek kehidupan. Keberadaan media memberikan kemudahan bagi penggunanya, sehingga kini menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dari aktivitas sehari-hari. Banyak orang secara tidak langsung telah memanfaatkan media dalam berbagai kegiatan mereka. Hal ini membuktikan bahwa pertumbuhan media sangat cepat, terutama dengan munculnya media sosial. Salah satu platform yang banyak digunakan dan diperbincangkan adalah Instagram. Aplikasi ini menyediakan ruang bagi penggunanya untuk membagikan foto serta video. Selain berfungsi sebagai sarana komunikasi dan

² Muhammad Ali Mubarak, Muhammad Fadlullah Bilal, and Rilo Ihksan Fadil, “(Analisis Akun Instagram @ Nunuzoo),” *Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran*, hlm 26-36.

³ Zida Zakiyatul Husna, “Perkembangan Dakwah Melalui Media Sosial Instagram,” *Ath Thariq Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* vol.5 No.2 Tahun 2021, hlm 197.

⁴ Errika Dwi and Setya Watie, “Komunikasi Dan Media Sosial (Communications and Social Media)” Vol.3 Tahun 2011, hlm 69-75.

penyebaran informasi, Instagram juga memungkinkan penggunaannya untuk berbagi aktivitas yang sedang dilakukan serta menambahkan lokasi tempat mereka berada.⁵

Pada tahun 2024, jumlah pengguna internet di Indonesia mengalami peningkatan. Berdasarkan survei, mayoritas pengguna internet di Indonesia berasal dari generasi milenial. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) telah merilis hasil survei terbaru yang menunjukkan adanya peningkatan penetrasi internet di Indonesia. Menurut data APJII, tingkat penetrasi internet naik dari 78,19% menjadi 79,5%.⁶

Instagram merupakan salah satu alat yang dapat digunakan sebagai media berdakwah. Instagram adalah aplikasi berbagi gambar atau fotoyang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya di berbagai layanan jejaring sosial, termasuk Instagram itu sendiri. Gambar ataupun foto yang dibagikan sangat beragam salah satunya bentuk gambar desain grafis.⁷ Sejalan dengan pendapat Suyanto, Jessica Helfand dalam situs www.aiga.com, mendefinisikan desain grafis sebagai kombinasi yang kompleks antara kata-kata dan gambar, angka serta grafik, serta foto dan ilustrasi. Proses ini membutuhkan pemikiran mendalam dari individu yang mampu menggabungkan elemen-elemen tersebut untuk menciptakan sesuatu yang unik, bermanfaat, mengejutkan, subversif, atau mudah diingat. Selain itu, desain grafis juga sering digunakan untuk menyampaikan pesan moral dan keagamaan baik di media cetak maupun digital.⁸ Seperti yang kita ketahui, Islam adalah agama yang mengapresiasi seni melalui Al- Quran. Allah SWT mengajak manusia untuk merenungkan seluruh alam semesta yang tercipta secara harmonis dan indah. Sesuai dengan surat Al-

⁵ Nadhifa Fitri Utami, Nova Yulianti, and Islam Bandung, “Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi” Vol.2 No. 2 hlm 1-4.

⁶ “Pengguna Internet Di Indonesia Meningkat Di 2024,” apji, 2024, <https://apjii.or.id/berita/d/pengguna-internet-di-indonesia-meningkat-di-2024>. (accessed 22 November 2024).

⁷ Ulfa Fauzia Zahra, Ahmad Sarbini, and Asep Shodiqin, “Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah,” Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam Vol.1 No. 2 Tahun 2016 hlm 60-88.

⁸ Leonardo Adi Dharma Widya and Andreas James Darmawan, *Bahan Ajar Kursus Dan Pelatihan Desain Grafis*, Pengantar Desain Grafis, No. 1 Tahun 2016 hlm 1-72.

Qaf ayat 6:

أَفَلَمْ يَنْظُرُوا إِلَى السَّمَاءِ فَوْقَهُمْ كَيْفَ بَنَيْنَاهَا وَرَازَيْنَاهَا وَمَا لَهَا مِنْ فُرُوجٍ

Artinya: “Apakah mereka tidak memperhatikan langit yang ada di atas mereka, bagaimana cara kami membangunnya dan menghiasinya tanpa ada retak-retak padanya sedikit pun? Ayat ini menunjukkan bahwa Allah menjelaskan alam semesta itu diciptakan sebagai hiasan yang indah bagi umat-Nya.”⁹

Desain grafis adalah suatu bentuk seni yang bertujuan untuk memecahkan persoalan komunikasi dengan menggunakan elemen grafis seperti warna, garis, dan bentuk. Hasil visual dari desain grafis diharapkan dapat menjadi media yang efektif dalam menyampaikan informasi dan pesan sehingga dapat terbentuk makna tentang sesuatu. Dapat dikatakan bahwa keterampilan desain grafis, khususnya keterampilan menciptakan desain Islami, sangat diperlukan di era digital modern. Desain grafis banyak digunakan di media sosial untuk membuat presentasi yang terlihat bagus dan mudah dipahami serta dibaca oleh pembaca.¹⁰ Oleh karena itu, pemanfaatan media sosial pada desain grafis yang unik dan menarik dalam dakwah dapat menjadikan Islam terus berkembang sesuai dengan eranya.

Dengan menyampaikan dakwah yang dapat diterima oleh berbagai lapisan masyarakat, mulai dari kalangan anak muda hingga orang dewasa, diharapkan dapat memberikan dampak positif. Dakwah juga dapat menunjukkan keterkaitannya dengan desain grafis yang saling berhubungan. Berkaitan dengan fenomena ini, peneliti memilih objek berupa dakwah Islam yang aktif dalam menyebarkan pesan melalui akun media sosial Instagram @ummu hanzholah sebagai subjek penelitian. @Ummu.hanzholah menyampaikan dakwah melalui berbagai konten yang berfokus pada ajaran Islam, terutama dalam aspek desain. Akun Instagram ini cukup berhati-hati dalam menampilkan karakter pada desain grafisnya yaitu tidak menggunakan ekspresi ataupun tampilan mata, hidung maupun telinga. Sama halnya dengan

⁹ Eka Safliana, “Seni Dalam Perspektif Islam,” Jurnal Ilmiah Islam Futura Vol.7 No.1 Tahun 2018 hlm 100.

¹⁰ Faizal Hamzah Lubis et al., “Peningkatan Kemampuan Desain Grafis Untuk Meningkatkan Kreativitas Dakwah Pada PC IPM Medan Area,” Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat Vol.7 No.1 Tahun 2022 hlm 107-111.

dakwah yang di sampaikan oleh walisongo pada masa awal dakwah Islam di Jawa, dengan menggunakan wayang.

Pada masa itu gambar Wayang Beber masih menampilkan bentuk yang menyerupai manusia, yang menurut ajaran Islam dianggap haram berdasarkan hadist Nabi. Oleh karena itu, sebelum para Wali menggunakan wayang sebagai sarana dakwah, mereka terlebih dahulu melakukan musyawarah untuk membahas hukum penggunaan wayang yang menyerupai manusia. Sunan Giri berpendapat bahwa wayang dengan bentuk seperti manusia dilarang dalam Islam karena menggambarkan makhluk hidup, khususnya manusia, tidak diperbolehkan menurut hadist. Pendapat ini disampaikan dengan mempertimbangkan situasi masyarakat saat itu. Sementara itu, Sunan Kalijaga mengusulkan agar bentuk wayang dimodifikasi sehingga tidak lagi menyerupai manusia secara utuh. Misalnya, dengan membuat tangan lebih panjang dari kaki, hidung yang diperpanjang, atau kepala yang memiliki bentuk mirip binatang.¹¹

Dengan perubahan tersebut, wayang tidak lagi dianggap menyerupai manusia secara persis, sehingga hukumnya tidak lagi haram dan dapat dimanfaatkan sebagai media dakwah. Di dalam islam sendiri terdapat kelompok yang memiliki karakteristik ingin menjaga kemurnian islam, cara memurnikannya tidak hanya sebatas melalui ceramah ataupun kajian tetapi melalui desain grafis di media sosial. Desain grafis pada akun @ummu.hanzholah merupakan representasi dari kelompok islam yang menjaga kemurnian ajaran islam. Akun tersebut berdiri sejak tahun 2022, akun ini telah berperan dalam menyebarkan pesan dakwah melalui platform media sosial Instagram. Selain itu, kiprahnya dalam bidang desain juga telah diakui dan tidak diragukan lagi. Ummu hanzholah menawarkan desain grafis yang sangat beragam pada akun instagramnya.

Instagram sebagai media sosial banyak digunakan oleh remaja dan orang dewasa. Jika ingin menjadikannya sebagai konsep dakwah yang menarik,

¹¹ Wawan Kardiyanto, "Kesenian Prophetik Walisongo Dan Seni Wayang Purwa" No. 2 Tahun 2018, hlm 127–138.

maka konten dakwah harus disajikan dengan cara yang informatif, mudah dimengerti, dan dipahami. Pesan dakwah yang disampaikan secara sederhana akan membantu audiens dalam mengenali, memahami, serta mencari solusi atas berbagai permasalahan. Media sosial Instagram memungkinkan penyajian dakwah dengan format yang lebih menarik dan mudah menjangkau audiens. Salah satu caranya adalah melalui pemanfaatan desain grafis yang efektif. Kemajuan modern memiliki pengaruh yang signifikan terhadap media komunikasi dalam masyarakat. @ummu.hanzholah menggambarkan berbagai aspek komunikasi campuran dalam media digital.¹²

Penyampaian dakwah yang dilakukan oleh akun instagram @ummu.hanzholah sangat menarik yaitu menggunakan sebuah desain grafis berupa gambar yang sengaja dibuat oleh si pemilik akun, selain itu topik yang disampaikan bersifat umum dimulai dari hal yang berkaitan dengan berumah tangga, ibadah sholat, cara berpakaian bagi wanita muslimah, media sosial, dan dikaitkan dengan nilai keislaman serta efek perbuatan dosa dosa yang dilakukan selain itu unggahan desain grafis pada akun @ummu.hanzholah ini juga memiliki ciri khas tersendiri. Adapun desain grafis yang dibuat yaitu dengan cara menambahkan sebuah kata kata yang diambil langsung dari terjemahan surat yang ada didalam alquran serta mengambil dari isi ceramah contohnya seperti ceramah ustadz khalid basalamah. Tidak hanya itu akun instagram @ummu.hanzholah juga sudah mendapatkan endors 2 sampai 5 kali dalam sebulan. Akun tersebut mulai aktif sejak desember tahun 2022 dan memiliki followers sebanyak 48,4 ribu serta 174 postingan. Postingan dengan jumlah like terbanyak yaitu pada bulan agustus 2023 dengan jumlah like mencapai 39,5 ribu. Berikut tampilan profil akun instagram @ummu.hanzholah.

¹² Moersito Al Ghifany, "Desain Komunikasi Visual Sebagai Media Dakwah (Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Akun Instagram @OtoyCihuy)," 2024, hlm 8.



Gambar 1. 1 Profil Instagram @ummu.hanzholah

Dengan demikian, peneliti mengambil judul “*Penerapan Desain Grafis Sebagai Media Dakwah Di Instagram (Analisis Semiotika Roland Barthes pada akun @ummu.hanzholah)*”.

B. Penegasan Istilah

1. Penerapan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) penerapan berarti tindakan menerapkan. Sedangkan menurut beberapa ahli, penerapan adalah tindakan menerapkan suatu teori, metode, atau hal lain untuk mencapai suatu tujuan tertentu, direncanakan dan disusun terlebih dahulu untuk kepentingan suatu kelompok atau kelompok. Penerapan dapat berarti sebagai suatu pemakaian atau aplikasi suatu cara atau metode suatu yang akan diaplikasikannya. Arti kata penerapan adalah bisa berarti pemakaian suatu cara atau metode atau suatu teori atau sistem.¹³

2. Desain grafis

Desain grafis adalah visualisasi gagasan tentang bagaimana seharusnya suatu benda ditinjau dari bentuk, tampilan, ukuran, dan warna.

¹³ Shinta, “Penerapan Prinsip-Prinsip Good Governance Dalam Pelayanan Publik Di Kecamatan Girian Kota Bitung (Studi Tentang Pelayanan Akte Jual Beli),” Jurnal Angewandte Chemie International Edition, Tahun 2017 hlm 5–24.

Desain grafis adalah efektivitas dan efisiensi media cetak, baik dalam penerbitan maupun dokumentasi, dan ditentukan oleh kualitas konten dan cara penyajiannya pada halaman. Begitu pula jika sebuah situs media cetak dapat menyajikan isi berita yang dapat dipahami hanya dengan menemukan ide pokoknya, seperti yang dilakukan para ahli, maka media cetak itu efektif dan efisien, dan cara penyajian informasinya juga efektif dan efisien.¹⁴ Desain grafis adalah suatu seni komunikatif yang berhubungan dengan industri, seni dan proses dalam menghasilkan gambaran visual pada segala permukaan.¹⁵

Elemen desain yang paling penting dalam desain grafis adalah material dasarnya. Oleh karena itu, bahan utamanya adalah bentuk dasar dari garis, huruf, bentuk, dan tekstur. Unsur-unsur dasar seni rupa menjadi fondasi yang disusun dengan baik untuk meningkatkan efektivitas informasi yang disampaikan. Selain prinsip desain dasar, desain grafis juga mengintegrasikan estetika yang berorientasi komersial. Kita dapat melihat bahwa desain poster film lebih menarik dibandingkan poster edukasi. Hal ini disebabkan penempatan elemen desain grafis dan masuknya elemen estetika yang memberikan daya tarik.¹⁶

3. Media

Kata media berasal dari bahasa Latin dan merupakan bentuk jamak dari kata “*medium*”. Secara harfiah, kata ini berarti perantara atau pembawa pesan dari pengirim pesan ke penerima. Media adalah perantara atau pengantar pesan dari pengirim ke penerima pesan. Kata media berasal dari kata Latin *Medius*, yang secara harafiah berarti “perantara”, “mediasi”, atau “pengantar”. Di sisi lain, media pada umumnya adalah orang, materi, atau peristiwa yang menciptakan kondisi yang memungkinkan siswa

¹⁴ Sugeng nur Oktavianti, “Karya Desain Grafis Sebagai Media Dakwah Dalam Akun ‘Santri Design Community’ Pada Instagram,” Tahun 2020 hlm 10.

¹⁵ Wimar Budyastomo, “Bentuk Bahasa Komunikasi Dalam Seni Grafiti Sebagai Media Penyampain Pesan (Studi Kasus : Padepokan Grafiti Salatiga),” Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat Tahun 2018 hlm 146-156.

¹⁶ R. Kuncoro Wulan Dewojati, “Desain Grafis Sebagai Media Ungkap Periklanan,” Jurnal Imaji Vol.7 No.2 Tahun 2015 hlm 175-182.

memperoleh pengetahuan, keterampilan, atau sikap. Pengertian media sebagai perantara antara sumber informasi dan penerima informasi. Dari definisi tersebut dapat kita simpulkan bahwa media berperan sebagai perantara berupa orang, materi, atau peristiwa yang membantu menciptakan kondisi di mana siswa dapat memperoleh pengetahuan, keterampilan, atau sikap.¹⁷

4. Dakwah

Kata "dakwah" berasal dari bahasa Arab yang berarti ajakan, seruan, panggilan. Oleh karena itu, pengertian umum ilmu dakwah adalah ilmu yang memuat metode dan pedoman bagaimana menarik perhatian masyarakat agar mengikuti, menyetujui dan melaksanakan ideologi pendapat praktis tertentu. Secara etimologi kata dakwah berasal dari bahasa arab دعا - دعوة - دعواي, yang berarti seruan, ajakan, atau panggilan. Kata Dakwah berasal dari kata da'a- yad'u- da'watan, Dakwah berarti menyeru, mengajak, memanggil, atau mengundang. Sementara itu, pengertian dakwah dalam istilah (terminologi) bervariasi, karena setiap ahli dakwah memberikan definisi dan sudut pandang yang berbeda. Oleh karena itu, istilah yang digunakan oleh satu ahli dakwah sering kali memiliki kesamaan dengan yang lain.¹⁸ Selain itu dakwah juga dimaknai sebagai amar nahi munkar. Oleh karena itu, dakwah adalah suatu usaha menyebarkan ajaran Islam yang dilakukan secara sadar dan sengaja dengan menggunakan cara-cara tertentu agar orang lain mengikuti tujuan dakwah tanpa memaksanya.¹⁹

Dakwah memiliki pemahaman yang mendalam dalam konteks ini dengan kata lain, dakwah adalah Amar Maruf dan memerlukan syarat-syarat tertentu, tidak sekedar disampaikan. Artinya, pencarian bahan dan pengetahuan yang harus dipilih secara pasti pilihlah metode yang *representatif* dan gunakan kata-kata bijak. Dakwah adalah upaya aktif

¹⁷ Rohani, "Media Pembelajaran. In Media Pembelajaran," Repository Uinsu, Tahun 2020 hlm 234

¹⁸ Kamaluddin Tajibu Abdul Salam, Muliaty Amin, "Dakwah Melalui Youtube (Analisis Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki)," Jurnal Washiyah 1 No. 3 Tahun 2020 hlm 653-665.

¹⁹ Rosidah, "Definisi Dakwah Islamiyyah Ditinjau Dari Perspektif Konsep Komunikasi," Jurnal Qathruna Vol.2 No.2 Tahun 2015 hlm 155-178.

untuk menyampaikan ajaran agama atau nilai- nilai moral dengan mengkomunikasikan ajaran- ajaran ini kepada orang lain untuk mendorong mereka memahami dan mengikutinya. Serta dakwah dapat dilakukan melalui berbagai cara seperti kata- kata, kalimat, dan contoh perbuatan.²⁰

5. Media Sosial

Definisi media sosial adalah istilah yang menggambarkan berbagai teknologi yang dirancang untuk mendorong orang berkolaborasi, berbagi informasi, dan berinteraksi melalui konten berita berbasis web. Internet terus berkembang, sehingga berbagai teknologi dan fitur yang tersedia bagi pengguna terus berubah. Hal ini menjadikan media sosial lebih *hypernym* dibandingkan sebuah referensi khusus terhadap berbagai penggunaan atau rancangan”. “Media sosial adalah media yang terdiri dari tiga bagian yakni infrastruktur informasi dan alat untuk produksi serta distribusi konten media. Konten media dapat berupa pesan pribadi, berita, ide, dan produk budaya dalam format digital”. kemudian yang memproduksi dan mengonsumsi isi media dalam bentuk digital adalah individu, organisasi, dan industri”.²¹

6. Instagram

Pengertian Instagram, Instagram berasal dari kata “*instan*” atau “*insta*”, seperti kamera polaroid yang dulu lebih dikenal dengan “foto instan”. (pengertian instagram diambil dari wikipedia tanggal 21 desember 2023) Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara instan. Sedangkan kata “*gram*” berasal dari kata “*telegram*” dan fungsi telegram adalah mengirimkan informasi dengan cepat ke orang lain. Instagram juga memungkinkan kita mengunggah foto melalui jaringan internet, sehingga kita dapat langsung menerima informasi yang dikirimkan kepada kita. Menurut Bambang, Instagram adalah sebuah aplikasi *smartphone* yang didedikasikan untuk media sosial dan merupakan salah satu jenis media

²⁰ Nurwahidah Alimuddin, “*Konsep Dakwah Islam*,” Jurnal Hunafa Vol.4 No.1 Tahun 1977 hlm 1.

²¹ Anak Agung Manik Pratiwi, “*Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan Online Saat Pandemi Covid-19*,” Jurnal Ilmiah Satyagraha Vol.3 No.2 Tahun 2020 hlm 73–81.

digital yang fungsinya hampir sama dengan Twitter, namun perbedaannya terletak pada format atau lokasi pengambilan foto. Bagikan informasi dengan pengguna. Instagram juga bisa memberi pengguna inspirasi dan meningkatkan kreativitas mereka karena memiliki fitur untuk membuat foto menjadi lebih indah, artistik, dan lebih baik.²²

C. Rumusan Masalah

Dari pemaparan diatas, maka hal ini menjadi sebuah landasan dalam menemukan permasalahan. Maka dari itu, penulis merumuskan Bagaimana Penerapan Desain Grafis Sebagai Media Dakwah Di Instagram @ummu.hanzholah Berdasarkan Analisis Semiotika Roland Barthes ?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui bagaimana “Penerapan Desain Grafis Sebagai Media Dakwah Di Instagram @ummu.hanzholah Berdasarkan Analisis Semiotika Roland Barthes”.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu dan wawasan informasi baik bagi penulis maupun bagi para pembaca tentang Penerapan Desain Grafis Sebagai Media Dakwah Di Instagram @ummu.hanzholah.

b. Manfaat Praktis

- 1) Memberikan motivasi kepada kalangan anak muda agar menggunakan media sosialnya sebagai media menyebar kebaikan.
- 2) Sebagai bahan pustaka petunjuk bagi peneliti yang memiliki tema serupa dengan penelitian ini.

E. Kajian Pustaka

Bersumber pada pencarian penelitian dari beberapa skripsi maupun

²² Rahmah Muthia, “Penggunaan Desain Grafis Pada Majalah Hidayatullah Sebagai Media Dakwah Dalam Menarik Minat Baca Mad’u Di Bandar Lampung” Skripsi Tahun 2018 hlm 1-26.

jurnal yang relevan dengan judul skripsi yang dibuat. Untuk memperoleh hasil yang baik, perlu dilakukan penelusuran literatur untuk mencari informasi dari jurnal penelitian terdahulu sebagai bahan referensi penelitian selama proses penulisan skripsi. Beberapa skripsi dan jurnal yang berhubungan dengan penelitian ini yaitu :

1. Skripsi yang ditulis oleh Afrizal Zulkarnain, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, tahun 2018, yang berjudul “ Penggunaan Desain Grafis Pada Majalah Hidayatullah Sebagai Media Dakwah Dalam Menarik Minat Baca Mad’u Di Bandar Lampung”. Dalam penelitian ini membahas mengenai prinsip penggunaan desain grafis pada majalah hidayatullah karena sangat berperan dan berpengaruh besar sehingga maksud dan tujuan pada majalah hidayatullah ini dapat tersampaikan dengan baik serta penggunaan desain ini mampu menarik minat pembaca bagi mad’u di bandar lampung. Kesamaan penelitian inidengan penelitian yang sedang ditulis adalah, sama sama menggunakan desain grafis sebagai media dakwah. Namun medianya menggunakan sebuah majalah.
2. Jurnal yang ditulis oleh Afifah Nur Zahra, Universitas Islam Bandung, tahun 2021, yaitu jurnal “ Strategi Dakwah Desain Visual Grafis Pada Media Sosial Di Instagram”. Hasil dari penelitian adalah penggunaan desain grafis yang menarik dan mudah dipahami dapat membantu menarik perhatian audiens dan menjaga minat mereka terhadap pesan yang disampaikan serta tulisan pada desain grafis dalam dakwah di Instagram dapat digunakan untuk menyampaikan nilai-nilai Islam dan untuk berinteraksi dengan audiens dengan cara yang hormat dan sesuai. Selain itu dalam jurnal ini menyampaikan adanya sebuah strategii dalam penyampaian dakwah agar dakwahnya efektif. Dalam penelitian ini memiliki persamaan dengan peneliti yang sedang ditulis oleh peneliti yaitu sama sama menggunakan instagram sebagai saran dakwah. Hanya saja pada penelitian ini menggunakan strategi dakwah.
3. Jurnal yang ditulis oleh Mochamad Aris Yusuf, Fikriyatul Islami Mujahidah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, tahun 2022, dengan nama

jurnalnya yaitu jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam yang berjudul "Aktualisasi Media Dakwah Instagram @santribatang". Hasil dari penelitian ini adalah dalam menyampaikan pesan dakwah yaitu memanfaatkan instagram sebagai sarana dakwah dengan menggunakan desain grafis sebagai media penyebaran pesan dakwah kepada kaum milenial. Dalam penelitian ini terdapat sebuah kesamaan dengan peneliti yang sedang ditulis oleh peneliti yaitu sama sama menyampaikan dakwah dengan media instagram. Namun terdapat pula sebuah perbedaan yaitu menggunakan sebuah metode pada penyebaran pesan dakwahnya.

4. Skripsi yang ditulis oleh Arif Faozi Fadila UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, tahun 2023, dengan judul skripsi yaitu "Pesan Dakwah dalam Karakter Anime Pada Akun Instagram @arielsyafrin (Analisis Semiotika Roland Barthes)". Hasil dari penelitian ini adalah dakwah yang dilakukan melalui instagram menggunakan desain grafis yang berupa poster dan menggunakan anime didalam desain tersebut serta Disampaikan melalui teks dan ilustrasi dalam poster karakter anime, di mana teks dan ilustrasi saling berkaitan, baik dengan karakter anime itu sendiri maupun dengan cerita yang dialami oleh karakter tersebut. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang sedang ditulis oleh peneliti, yaitu sama-sama berkaitan dengan dakwah melalui desain grafis di instagram, namun bedanya desain grafisnya menggunakan anime.
5. Skripsi yang ditulis oleh Moersito Al Ghifany Universitas Prof. .H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, tahun 2024, dengan judul skripsi yaitu "Desain Komunikasi Visual Sebagai Media Dakwah (Analisis Semiotika Roland Barthes pada Akun Instagram @OtoyCihuy)". Hasil dari penelitian ini adalah terdapat makna dari desain komunikasi visual pada akun tersebut, dan memiliki penanda serta petanda yang mempunyai makna yang berbeda pada setiap elemen desain komunikasi visual, baik itu tipografi, ilustrasi, serta warna namun tujuan sepenuhnya merujuk pada isi pesan dakwahnya yang ada didalam poster. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang sedang ditulis oleh peneliti, yaitu sama-sama berkaitan

dengan desain grafis namun bedanya pada makna dari setiap postingan.

6. Jurnal yang ditulis oleh Bagus Prasetya, Rubino, Andini Nur Bahri Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, tahun 2023, dengan judul jurnal yaitu “Makna Pesan Dakwah Komunikasi Visual Pada Akun Instagram “@qomikin” (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce)”. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat makna pesan dakwah yang terkandung dalam akun Instagram @qomikin bahwa pada materi dakwah bertema akidah dan bertema syariah. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang sedang ditulis oleh peneliti, yaitu sama-sama berkaitan dengan desain grafis namun bedanya pada teori yang digunakan saat penelitian.
7. Skripsi yang ditulis oleh Farradiba Maysarah Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, tahun 2023, dengan judul skripsi yaitu “Dakwah Komunikasi Visual Akun Instagram @Rumayshocom”. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat unsur unsur desain komunikasi visual yang digunakan dalam menyampaikan pesan dakwah, isi pesan yang bertemakan dakwah syariah lebih banyak membahas persoalan fikih, akun @Rumayshocom sudah mengimplementasikan teori desain komunikasi visual. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang sedang ditulis oleh peneliti, yaitu sama-sama meneliti tentang komunikasi visual namun bedanya pada akun yang diteliti.
8. Jurnal yang ditulis oleh Dinda Arina Husnayaeni Universitas Aisyiyah Yogyakarta, tahun 2022, dengan judul jurnal yaitu “Analisis Konten Visual Post Instagram @Lensamu dalam Dakwah Islam Tengahan (Wasathiyah)”. Hasil dari penelitian ini adalah komponen-komponen konten visual pada akun Instagram Lensamu sudah mampu menyampaikan isi kontennya, feeds Instagram tertata sangat rapi dan juga menarik untuk dilihat oleh pembaca selain itu juga makna dan isi konten sangat sesuai dengan sifat dari akun Lensamu yaitu informatif, dan mengedukasi. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang sedang ditulis oleh peneliti, yaitu sama-sama berkaitan dengan dakwah melalui instagram namun

bedanya pada akun yang diteliti.

9. Jurnal yang diteliti oleh Aqilla Padya Hayya, Dewi Anggrayni, Muhammad Fahri Universitas Ibnu Khladun Bogor, tahun 2022, dengan judul jurnal yaitu “Komunikasi Visual Dakwah Persuasif Pada Akun Instagram @hijabalila Dengan Hashtag #Freedom99persen Dari Perspektif Semiotika Charles Sanders Peirce”. Hasil dari penelitian ini adalah sebagian besar unggahan poster #freedom99persen dalam akun @hijabalila memadukan unsur ikon, indeks dan simbol, namun kebanyakan menggunakan unsur ikon dan indeks yang digunakan untuk menginterpretasikan suatu makna dakwah. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang sedang ditulis oleh peneliti, yaitu sama-sama berkaitan dengan komunikasi visual namun bedanya pada teori yang digunakan untuk penelitian.
10. Jurnal yang ditulis oleh Lutfhi Hidayah Institut Pesantren Sunan Drajat Lamongan, tahun 2023, dengan judul jurnal yaitu “Analisis Desain Komunikasi Visual Dakwah Pada Akun Instagram @Nuonlinejatim Sebagai Media Dakwah Di Era Digital”. Hasil dari penelitian ini adalah Dakwah melalui desain komunikasi visual di akun Instagram nuonlinejatim telah menerapkan dan mempertimbangkan elemen-elemen desain yang ada, seperti garis, bentuk, tipografi, warna, ilustrasi dan layout. Sehingga desain poster dakwah yang dihasilkan dapat dikategorikan sebagai karya visual yang cukup baik, hal itu didasarkan dari kejelasan informasi, keterbacaan teks, dan mampu mengemas pesan dakwah dengan mudah. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang sedang ditulis oleh peneliti, yaitu sama-sama meneliti tentang desain komunikasi visual namun bedanya pada akun yang diteliti.
11. Jurnal yang ditulis oleh Abu Hamzah Ashidiqi Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara, tahun 2022, dengan judul jurnal yaitu “Perancangan Visual Dakwah Islami Public Reminder Melalui Konten Kreatif Ilustrasi”. Hasil dari penelitian ini adalah Perancangan visual dakwah islami melalui konten kreatif ilustrasi merupakan sebuah inovasi, Penyampaian pesan-pesan kebaikan dengan menggunakan media sosial, dapat menjadi inovasi dalam

metode dakwah pada era perkembangan teknologi 4.0. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang sedang ditulis oleh peneliti, yaitu sama-sama meneliti tentang dakwah namun bedanya bukan pada instagram.

12. Skripsi yang ditulis oleh Saiful Effendi Institut Agama Islam Negeri Metro, tahun 2022, dengan judul skripsi yaitu “Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure Dalam Pesan Dakwah Komunikasi Visual Di Masjid An-Nuur Metro Regensi”. Hasil dari penelitian ini adalah hal yang dilakukan pengelola masjid dalam menggunakan media komunikasi visual sebagai strategi komunikasi dapat meningkatkan ilmu bagi orang banyak yang datang ke masjid an-nuur. Berdasarkan analisis sistem penandaan yang dapat disimpulkan bahwa tanda signifier dan tanda signified cukup jelas pemaknaannya baik dari sisi pesan visual atau pesan verbal yang disampaikan. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang sedang ditulis oleh peneliti, yaitu sama-sama meneliti tentang komunikasi visual namun bedanya tidak menggunakan instagram dan teori yang digunakan.
13. Jurnal yang ditulis oleh Affan Fuhaid, Yono, Putri Ria Angelina Universitas Ibnu Khaldun Bogor, tahun 2024, dengan judul jurnal yaitu “ Analisis Konten Dakwah Visual Pada Akun Instagram@Safari_Dakwah”. Hasil dari penelitian ini adalah Semua desain dakwah visual yang terdapat pada akun Instagram @safari_dakwah telah mengemas desain dakwah visual dengan menggunakan unsur-unsur desain dan prinsip desain grafis. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang sedang ditulis oleh peneliti, yaitu sama-sama dakwah visual namun bedanya pada akun instagram yang diteliti.
14. Skripsi yang ditulis oleh Lutfi Rohmahwati Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, tahun 2024, dengan judul skripsi yaitu “Makna Desain Komunikasi Visual Dalam Akun Instagram @Jaringangusdurian (Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure)”. Hasil dari penelitian ini adalah dalam postingan yang diambil, terdapat makna

desain komunikasi visual pada akun instagram @jaringangusdurian melalui elemen-elemen seperti tipografi, ilustrasi/fotografi, simbol dan warna dalam setiap sample. Visualisasi dalam postingan tersebut umumnya berupa potret tokoh Gus Dur yang mengandung makna sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan dalam tulisan. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang sedang ditulis oleh peneliti, yaitu sama-sama komunikasi visual namun bedanya pada teori yang digunakan dalam penelitian.

15. Jurnal yang ditulis oleh Maulida Zakiah, Dewi Anggrayni dan Ikhwan Hamdani Universitas Ibnu Khaldun Bogor, tahun 2022, dengan judul jurnal yaitu “Analisis Konten Aqidah pada Poster Digital di Akun Instagram @Mudaberdakwah”. Hasil dari penelitian ini adalah Konten aqidah yang terdapat di akun instagram @mudaberdakwah tidak hanya membahas tentang toleransi saja, melainkan tentang ibadah seperti, shalat, puasa, doa-doa namun tetap dikorelasikan dengan tauhid dan tantangan yang di hadapi mengenai persoalan aqidah saat ini dan Muda berdakwah mengemas poster tersebut dengan sangat indah selain daripada redaksi katanya namun, pemilihan becgkround dan warna juga menjadi sangat penting sehingga memberikan kesan yang baik kepada orang yang mengunjungi insgatom tersebut. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang sedang ditulis oleh peneliti, yaitu sama-sama menggunakan instagram namun bedanya pada akun yang diteliti.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dalam sebuah penelitian disusun untuk memberikan gambaran dasar mengenai topik yang dikaji, sehingga dapat menghindari kebingungan dan mempermudah pembaca dalam memahami isi penelitian ini. Sistematika yang dikemukakan yakni :

BAB I, Pendahuluan yang meliputi latar belakang, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka serta sistematika pembahasan

BAB II, Kerangka Teori berisi pada bab ini menjelaskan landasan teori yang digunakan dalam penelitian. Mengenai Pembahasan tentang dakwah dalam islam, fungsi desain grafis pada media, prinsip prinsip desain grafis, analisis semotika Roland Barthes dan desain grafis sebagai media dakwah pada instagram ummu.hanzholah.

BAB III, Metode Penelitian. Bab ini berisi tentang jenis penelitian, sumber data, objek dan subjek penelitian, teknik pengumpulan data serta teknik analisis data.

BAB IV, Temuan dan Hasil Penelitian. Pada bab ini menjelaskan hasil dan analisis data yang didapat.

BAB V, Penutup. Berisi Kesimpulan, saran yang menguraikan inti dari hasil penelitian. Kesimpulan harus mampu menjawab judul penelitian dan saran mencakup hal yang boleh dan tidak boleh dilakukan.

BAB II KAJIAN TEORI

A. Desain Grafis

1. Pengertian Desain Grafis

Desain grafis merupakan gabungan dari dua istilah, yakni 'desain' yang berarti merancang, dan 'grafis' yang mengacu pada gambar. Secara umum, desain grafis dapat diartikan sebagai proses perancangan visual yang bertujuan untuk menyampaikan pesan atau informasi. Dengan demikian, desain grafis dapat diartikan sebagai seni merancang komunikasi melalui gambar.²³ Desain grafis adalah seni yang berfokus pada penyampaian pesan melalui kombinasi tulisan, tata ruang, dan gambar. Bidang ini merupakan salah satu cabang dari komunikasi visual. Ilmu desain grafis terdiri dari seni visual, tipografi, tata letak, dan desain interaksi.²⁴

2. Prinsip Prinsip Desain Grafis

Desain grafis berkualitas tinggi melibatkan visualisasi suasana peristiwa yang diceritakan oleh teks, dan hal ini dapat dicapai dengan memanfaatkan elemen grafis yang berlandaskan prinsip-prinsip desain. Dari penjelasan diatas perlu mengamati prinsip-prinsip grafis supaya bisa menghasilkan desain grafis yang berperan dalam mengutarakan isi pesan yang disampaikan serta menarik untuk diperhatikan. Adapun prinsip prinsipnya yaitu Kesatuan (unity), keseimbangan, irama, komposisi, penekanan.²⁵

a. Kesatuan (Unity)

Keserasian merupakan salah satu prinsip desain yang mengacu pada keteraturan di antara berbagai elemen desain. Prinsip ini melibatkan penggabungan elemen-elemen desain dengan mempertimbangkan

²³ Moersito Al Ghifany, "Desain Komunikasi Visual Sebagai Media Dakwah (Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Akun Instagram @OtoyCihuy)," Skripsi, Tahun 2024, hlm 20.

²⁴ Widya and Darmawan, *Bahan Ajar Kursus Dan Pelatihan Desain Grafis* Tahun 2016 hlm 10 .

²⁵ Widya and Darmawan, *Bahan Ajar Kursus Dan Pelatihan Desain Grafis*, Tahun 2016 hlm 37.

aspek keseimbangan, ritme, perbandingan, serta keseluruhan komposisi yang harmonis, sehingga menghasilkan tampilan yang menyenangkan untuk dilihat.

b. Keseimbangan

Keseimbangan dapat diwujudkan dengan menyusun elemen-elemen desain, seperti bentuk, ukuran, warna, tekstur, dan lainnya, sehingga tercipta komposisi yang harmonis, proporsional, dan memberikan kesan stabil serta sesuai dengan penempatannya.

c. Irama

Irama merupakan usaha untuk menghadirkan unsur gerakan pada media grafis yang bersifat statis. Penggambaran gerakan dilakukan guna menciptakan kesan dinamis yang mampu menambahkan penekanan informatif. Oleh karena itu, unsur gerakan tidak selalu diwujudkan secara ikonik, melainkan melalui manipulasi psikologi visual yang dapat mengarahkan pandangan pengamat.

d. Komposisi

Komposisi berasal dari kata Latin *componere*, yang berarti menggabungkan. Secara umum, komposisi merupakan proses mengintegrasikan berbagai elemen menjadi satu kesatuan yang harmonis.

e. Penekanan

Penekanan digunakan untuk memikat perhatian pembaca agar fokus pada elemen tertentu dalam sebuah desain. Dalam desain surat kabar, teknik ini bisa diterapkan dengan menyisipkan kotak raster pada bagian berita yang ingin disorot.²⁶

Selain memiliki prinsip prinsip, desain grafis juga memiliki beberapa elemen penting diantaranya berupa tipografi, ilustrasi, warna, layout atau

²⁶ Vinsensius Sitepu, "Panduan Mengenal Desain Grafis" Vol.19 No.5 Tahun 2016 hlm 1-23.

tata letak, fotografi, bentuk, garis, ruang dan tekstur.²⁷

a. Tipografi

Tipografi adalah salah satu cabang dalam desain grafis yang mempelajari berbagai elemen huruf (font). Huruf-huruf ini dikelompokkan dalam beberapa kategori, yang mencerminkan berbagai jenis dan karakteristik huruf yang dapat digunakan dalam desain publikasi. Setiap jenis huruf tersebut dapat menciptakan kesan yang sesuai dengan tema publikasi. Tipografi dapat dibedakan menjadi dua kategori berdasarkan fungsinya, yaitu *text types* dan *display types*. Untuk *text types*, ukuran huruf yang disarankan adalah 8 hingga 12 pt (point), yang biasanya digunakan untuk isi teks utama (*body text/copy*). Sementara itu, *display types* menggunakan ukuran huruf 14 pt ke atas. Beberapa jenis penggolongan tipografi sebagai berikut :

1) *Sertif*

Sertif adalah jenis huruf yang memiliki garis-garis kecil di ujung-ujung badan huruf yang disebut *counterstroke*. Garis-garis tersebut berbentuk horizontal terhadap badan huruf. Huruf serif dianggap lebih mudah dibaca karena keberadaan garis-garis kecil tersebut membantu mengarahkan pandangan pembaca saat mengikuti baris teks. Contoh huruf *sertif* diantaranya *Times New Roman*, *Garamond*, *Book Antiqua*, *Bitstream Vera Serif*, *Palatino Linotype*, *Bookman Old Style*, *Calisto MT*, *Dutch*, *Euro Roman*, *Georgia*, *Pan Roman*, *Romantic*, *Souvenir*, *Super French* dan sebagainya.

G a r a m o u n d

Gambar 2.1

huruf serif "Garamound"

²⁷ Irene Hasian, Irsya Putri, and Ferdiansyah Ali, "Analisis Elemen Desain Grafis Dari Visual Konten Instagram Indonesia Tanpa Pacaran Ditinjau Dari Teori Retorika," *Jurnal Magenta* Vol.5 No.1 Tahun 2021 hlm 726–739.

2) *Sans Sertif*

Sans Sertif adalah Jenis huruf yang tidak memiliki elemen tambahan berupa garis kecil yang dikenal sebagai counterstroke. Karakteristiknya mencerminkan kesan streamline, fungsional, serta memiliki nuansa modern dan kontemporer. Contoh hurufnya meliputi *Arial*, *Futura*, *Avant Garde*, *Bitstream Vera Sans*, *Century Gothic*, dan lainnya.



Arial

Gambar 2. 2

contoh huruf sans sertif "Arial"

3) *Blok*

Huruf *Blok* memiliki bentuk yang tebal dan mencolok. Dengan tampilannya yang besar dan berat, jenis huruf ini sering dimanfaatkan untuk headline (judul berita) atau tagline dalam iklan. Beberapa contohnya adalah *Haettenschweiler*, *Futura XBlk BT*, *Impact*, *Freshet*, dan lainnya.



Haettenschweiler

Gambar 2. 3

contoh huruf blok "Haettenschweiler"

4) *Script*

Huruf *Script* memiliki bentuk yang mirip dengan tulisan tangan, sehingga memberikan kesan yang natural dan personal. Contohnya meliputi *Freeport*, *Freehand575*, *English Vivace*, *Brush Script* dan lain-lain.



Brush Script

Gambar 2. 4

contoh huruf script "Brush Script"

5) *Black Letter*

Huruf ini memiliki karakter yang sangat khas dengan nuansa klasik dan berbeda dari jenis huruf lainnya, meskipun saat ini telah banyak variasi yang dikembangkan. Masyarakat umum sering menyebutnya sebagai huruf Jerman. Contoh jenis huruf ini adalah *Centaurus*, *Antlia*, *Aquarus*, dan lainnya.

C e n t a u r u s

Gambar 2. 5

contoh huruf black latter "Centaurus"

b. Ilustrasi

Ilustrasi berasal dari kata Latin *illustrare*, yang memiliki makna menerangi atau memurnikan. Dalam *The American Heritage Dictionary of the English Language*, kata *illustrate* diartikan sebagai memberikan kejelasan atau penjelasan dengan menggunakan contoh, analogi, atau perbandingan, serta menghias atau mendekorasi. Ilustrasi merupakan gambar yang dibuat untuk membantu memperjelas informasi dengan menghadirkan representasi secara visual. Inti dari ilustrasi terletak pada pemikiran, ide, dan konsep yang mendasari pesan yang ingin disampaikan melalui gambar. Ilustrasi memiliki beberapa peran diantaranya²⁸ :

1) Ilustrasi sebagai Media Informasi

Ilustrasi dikatakan sebagai media informasi, karena ilustrasi adalah media instruksi yang baik, sehingga informasi yang di dapat lebih mudah dicerna ketika disampaikan secara visual.

2) Ilustrasi Sebagai Sarana Opini

Dalam bidang editorial, ilustrasi berperan sebagai salah satu media penting dalam proses pengembangannya. Ilustrasi berfungsi untuk menyampaikan berbagai ide dalam editorial, terutama opini dari

²⁸ Joneta Witabora, "Peran Dan Perkembangan," Jurnal Humaniora Vol.3 No.2 Tahun 2012 hlm 660.

penulis. Keberadaan ilustrasi mempermudah penyampaian opini tersebut agar lebih mudah dipahami oleh pembaca.

3) Ilustrasi sebagai Sarana Bercerita

Ilustrasi memiliki peran yang sangat penting dalam berbagai situasi, salah satunya adalah sebagai media untuk membantu anak-anak yang belum dapat membaca memahami suatu objek. Karena alasan ini, ilustrasi menjadi sarana yang efektif untuk menyampaikan pesan agar dapat diterima oleh target yang dituju.

4) Ilustrasi sebagai Sarana Persuasi

Ilustrasi memainkan peran yang sangat penting sebagai alat untuk mempengaruhi audiens, terutama dalam dunia periklanan komersial. Dalam hal ini, ilustrasi digunakan sebagai bagian dari kampanye produk untuk meningkatkan visibilitas merek atau memperkuat keberadaan sebuah perusahaan.

5) Ilustrasi sebagai Sarana Identitas

Ilustrasi bisa dimanfaatkan sebagai media untuk memperkenalkan sebuah produk atau perusahaan. Perannya sangat penting dalam merepresentasikan visi, misi, serta budaya perusahaan.

6) Ilustrasi sebagai Sarana Desain

Ilustrasi merupakan elemen utama dalam penerapan proyeksi desain. Sebagai media komunikasi, ilustrasi memiliki keterkaitan yang erat dengan desain karena keduanya berbagi tujuan dan konsep yang serupa dalam menyampaikan pesan secara visual.

c. Fotografi

Seorang desainer sering memanfaatkan elemen fotografi dalam dua bidang utama, yaitu penerbitan (*publishing*) dan periklanan (*advertising*). Fotografi merupakan media yang sangat efektif untuk menciptakan kesan tentang keberadaan suatu tempat, individu, atau produk. Sebuah foto memiliki daya pengaruh yang kuat, meskipun kenyataan yang

digambarkannya terkadang tidak sepenuhnya sesuai dengan kondisi sebenarnya.²⁹

d. Warna

Warna merupakan elemen pelengkap dalam sebuah gambar yang mampu menggambarkan sekaligus memengaruhi suasana hati dan emosi. Pengelolaan warna sangat penting dalam merancang sebuah desain, karena proses ini bertujuan untuk memastikan bagaimana warna diterjemahkan dari satu perangkat ke perangkat lain dalam proses percetakan. Manajemen warna diperlukan untuk menjamin reproduksi warna yang konsisten dan dapat diprediksi, mengingat setiap perangkat memiliki cara yang berbeda dalam menangkap atau menghasilkan warna.³⁰ Berikut 10 makna makna warna yang dapat dipahami sebagai berikut³¹:

1) Merah

Memiliki karakter menakutkan, marah.

2) Biru

Diartikan sebagai warna yang memiliki arti keyakinan, kesetiaan, kepercayaan dan kemuarahan hati.

3) Putih

Merupakan warna yang netral, memiliki makna yang suci dan bersih.

4) Kuning

Sebuah warna yang memiliki arti kecerahan, kegembiraan dan kemeriahan.

5) Hijau

Mempunyai arti kesegaran, keabadian serta lingkungan.

6) Abu abu

²⁹ Christine Suharto Cenadi, "Elemen Elemen Dalam Desain Komunikasi Visual," Jurnal Proceedings of the Society for Experimental Biology and Medicine, No.3 Tahun 1994 hlm 216-220.

³⁰ Yasermi Syahrul, "Penerapan Design Thinking Pada Media Komunikasi Visual Pengenalan Kehidupan Kampus Bagi Mahasiswa Baru Stmik Palcomtech Dan Politeknik Palcomtech," Jurnal Bahasa Rupa Vol.2 No.2 Tahun 2019 hlm 109-117.

³¹ Armelia Dafrina et al., "Kajian Makna Ornamen Dan Makna Warna Ornamen Umah Pitu Ruang (Studi Kasus Umah Pitu Ruang Di Desa Kemili, Aceh Tengah)," Jurnal Arsitek Vol.9 No.1 Tahun 2022 hlm 1.

Mempunyai arti yang melambangkan kebijaksanaan dan kesederhanaan.

7) Ungu

Memiliki arti kehangatan dan keseimbangan.

8) Hitam

Mempunyai arti penyeselan, duka cita, dan kegelapan.

9) Kuning emas

Memiliki arti keagungan, kemewahan dan kemegahan

10) Coklat

Mempunyai makna kesopanan, kearifan, kebijaksanaan serta kehormatan.

Warna memiliki tone dan kontras yang beragam, yang ditentukan oleh tingkat kecerahan warna serta persepsi masyarakat dalam menilai sebuah poster. Terdapat tiga faktor utama yang memengaruhi tingkat kecerahan suatu warna yaitu³² :

- 1) Hue (Sifat Warna) adalah sebutan untuk suatu warna yang berfungsi agar mempermudah dalam mengidentifikasi berbagai warna unik, sehingga setiap warna dapat dikenali dan dibedakan dari yang lain.
- 2) Saturation (Intensitas Warna) mengacu pada tingkat kecerahan atau kepadatan suatu warna dalam desain. Intensitas warna yang tinggi membuat warna tampak lebih cerah dan mencolok, sedangkan intensitas yang rendah menjadikannya terlihat lebih redup, gelap, atau pudar.
- 3) Value (Nilai Warna) mengacu pada tingkat terang atau gelapnya suatu warna dalam spektrum antara warna terang dan gelap. Warna putih biasanya merepresentasikan kecerahan, sedangkan hitam melambangkan kegelapan. Penggunaan nilai warna dapat diamati pada diwakili poster @ummu.hanzholah, yang menampilkan kelembutan warna sehingga menciptakan tampilan yang lebih nyaman untuk dipandang.

³² Ghifany, "Desain Komunikasi Visual Sebagai Media Dakwah (Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Akun Instagram @OtoyCihuy)" Skripsi, Tahun 2024 hlm 32."

e. *Layout/Tata Letak*

Secara umum, *layout* berarti tata letak. Secara lebih spesifik, *layout* merujuk pada proses menyusun, mengatur, serta mengkombinasikan elemen-elemen komunikasi grafis seperti teks, gambar, dan tabel agar menghasilkan tampilan visual yang informatif, estetik, dan menarik. Dalam *layout* penting untuk memperhatikan aspek estetika, dengan demikian pesan yang disampaikan dapat diterima dan dipahami dengan jelas oleh audiens. Oleh karena itu, fungsi *layout* harus mampu memberikan keterbacaan yang baik, tersusun dengan rapi, mencerminkan identitas produk, serta mudah dipahami. Adapun hal-hal yang perlu diperhatikan dalam *layout* yaitu tipografi, ruang kosong, warna dan gambar (foto).³³

f. *Garis*

Dalam desain grafis, terdapat empat jenis garis utama: vertikal, horizontal, diagonal, dan melengkung. Garis memiliki peran penting dalam menyusun elemen grafis di dalam suatu halaman, yakni sebagai pemisah antara satu elemen dengan elemen lainnya. Selain itu, garis juga berfungsi sebagai penanda untuk menyoroti bagian tertentu, sehingga membantu memberikan kejelasan bagi pembaca.³⁴

g. *Bentuk*

Menurut Jelas Sony Kartika, bentuk merupakan suatu bidang yang tercipta akibat adanya batasan dari kontur (garis), perbedaan warna, perbedaan gelap terang pada arsiran, atau karena adanya tekstur. Bentuk dapat berupa figur yang menyerupai objek di alam maupun non-figuratif yang tidak memiliki kemiripan dengan wujud alami.³⁵

h. *Ruang*

³³ Ranga Galura Gumelar, "Layout Majalah Sebagai Sebuah Cerminan Identitas Pembaca Studi Kasus Layout Majalah Cosmopolitan Dan Aneka Yes," Jurnal Komunikasi Vol.2 No.3 hlm 51-57.

³⁴ Sitepu "Panduan Mengenal Desain Grafis" Vol.19 No.5 hlm 16

³⁵ Sitepu, "Panduan Mengenal Desain Grafis" Vol.19 No.5 hlm 17

Ruang tercipta melalui persepsi kedalaman yang memberikan kesan jauh dan dekat, tinggi serta rendah, yang dapat dirasakan melalui indera penglihatan. Dalam desain grafis, elemen ini dimanfaatkan sebagai ruang jeda agar mata pembaca lebih nyaman. Selain itu ruang juga memberikan kesan rapih dan lapang³⁶

i. Tekstur

Tekstur merupakan salah satu elemen dalam desain grafis yang menggambarkan karakter, tampilan, atau kesan dari suatu permukaan. Tekstur adalah elemen seni yang khas karena mampu merangsang dua proses indra sekaligus, yaitu penglihatan dan perabaan. Tekstur bisa berukuran kecil dengan fokus pada permukaan dua dimensi sebagai dekorasi, atau berukuran besar yang menonjolkan sensasi sentuhan dalam bentuk tiga dimensi.³⁷

B. Dakwah Dalam Islam

Dakwah berarti menyampaikan, mengajarkan, dan mengamalkan Islam kepada masyarakat dalam kehidupan nyata. Dakwah Islam mempunyai tujuan yang berbeda-beda, namun hakikatnya sama. Pertama, tidak ada ibadah lain selain Allah di dunia ini. Inilah tujuan paling utama dari dakwah seluruh nabi dan rasul yang diutus Allah sebagaimana firman Allah dalam (Q.S. al-Anbiya'/21: 25)

وَمَا أَرْسَلْنَا مِنْ قَبْلِكَ مِنْ رَسُولٍ إِلَّا نُوحِي إِلَيْهِ أَنَّهُ لَا إِلَهَ إِلَّا أَنَا فَاعْبُدُونِ

Artinya : "Dan Kami tidak mengutus seorang rasul pun sebelum kami melainkan Kami wahyukan kepadanya: "Bahwasanya tidak ada Tuhan (yang hak) melainkan Aku, maka sembahlah olehmu sekalian akan Aku". Yang kedua untuk merealisasikan syariat Allah dalam semua seni kehidupan hamba. Sebagaimana dalam firman Allah dalam "(Q.S. al-Baqarah/2: 208)

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا ادْخُلُوا فِي السِّلْمِ كَآفَّةً وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

³⁶ Sitepu, "Panduan Mengenal Desain Grafis" Vol.19 No.5 Tahun 2016 hlm 19

³⁷ Widya dan Darmawan, "Bahan Ajar Kursus dan Pelatihan Desain Grafis" No.1 Tahun 2016 hlm 33

Artinya : *"Hai orang-orang yang beriman, masuklah kamu ke dalam Islam keseluruhan, dan janganlah kamu turut langkah-langkah syaitan. Sesungguhnya syaitan itu musuh yang nyata bagimu."*³⁸

Hukum dakwah kepada Allah adalah fardhu 'ain, yang berarti setiap individu Muslim, baik pria maupun wanita, tua atau muda, serta dalam berbagai profesi, memiliki kewajiban untuk berdakwah. Namun, hal ini memiliki syarat bahwa apa yang disampaikan sesuai dengan ilmu yang dimiliki dan memperhatikan dampak baik atau buruk yang mungkin timbul dari dakwah tersebut. Dalam berdakwah, dakwah memiliki beberapa metode yang sangat mudah dan beragam tergantung pada setiap konteks dan tujuan yang akan disampaikan oleh pendakwah. Metode dakwah dapat diartikan sebagai cara atau pendekatan yang digunakan oleh seorang da'i dalam menyampaikan pesan dakwah kepada mad'u. Pemilihan metode yang tepat menjadi faktor krusial dalam menentukan keberhasilan suatu kegiatan dakwah. Bahkan, materi dakwah yang sudah disusun dengan baik tidak akan memberikan hasil optimal jika tidak didukung oleh metode penyampaian yang sesuai. Metode dakwah tertuang dalam al-Qur'an surah an-Nahl (16) : 125.³⁹

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

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

Ayat ini menjadi landasan bagi para da'i dalam menjalankan metode dakwah. Selain itu, ayat tersebut memberikan ruang yang luas untuk ditafsirkan dan diterapkan sesuai dengan kondisi serta kebutuhan masyarakat. Metode dakwah yang pertama yaitu metode bi al hikmah, merupakan ajakan atau seruan menuju jalan Allah yang didasarkan pada ilmu pengetahuan dengan

³⁸ Abbas, "Dakwah Dalam Perspektif Islam," Jurnal Al-Nashihah Vol.1 No.1 Tahun 2017 hlm 13-23.

³⁹ Nurhidayat, "Metode Dakwah (Studi Al-Qur'an Surah an-Nahl Ayat 125)," Jurnal Dakwah Tabligh Vol.16 No.1 Tahun 2017 hlm 78-89.

mempertimbangkan kebijaksanaan, keadilan, kesabaran, serta ketabahan. Pendekatan ini juga bersifat argumentatif dan selalu menyesuaikan dengan kondisi mad'u. Hal ini mengindikasikan bahwa seorang da'i harus memiliki wawasan yang luas, tidak hanya dalam ilmu agama, tetapi juga memahami berbagai disiplin ilmu lainnya seperti psikologi, sosiologi, dan bidang ilmu umum lainnya. Kedua Metode al-Mau'izah al-Hasanah, yaitu memberikan nasehat yang baik (al-mau'izah al-hasanah). Menurut beberapa ahli yang dikutip oleh Husain Fadhullah, al-mau'izah al-hasanah dapat diartikan sebagai pemberian pelajaran dan nasihat yang baik, menggunakan bahasa yang santun, memberikan teladan, serta melakukan pencegahan dengan cara yang lembut. Pendekatan ini dilakukan melalui penyampaian yang menyentuh hati, menggunakan argumen yang kuat dan meyakinkan, serta disampaikan dengan penuh kasih sayang melalui tutur kata yang lembut. Berdasarkan penjelasan tersebut, metode al-mau'izah al-hasanah mencerminkan pendekatan yang menghindari kekerasan, permusuhan, egoisme, serta tindakan emosional. Selain itu, metode ini juga mengindikasikan bahwa sasaran dakwah yang dituju umumnya adalah masyarakat awam yang masih memiliki tingkat pemahaman dan pengamalan agama yang rendah.

Selanjutnya yaitu Metode al-mujâdalah, metode ini adalah metode yang dapat dilakukan melalui perdebatan, diskusi, dan adu argumen yang disertai dengan bukti yang kuat. Namun, semua itu harus dilakukan dengan cara yang santun, saling menghormati satu sama lain, serta menjaga etika dan tata krama dalam berinteraksi, baik antar individu maupun antar kelompok. Tujuan diskusi itu adalah untuk mencari kebenaran dengan dasar argumentasi yang benar. Metode al-mujâdalah dalam pengaplikasiannya di masyarakat dapat dibagi kedalam dua bentuk yaitu melalui tanya jawab dan dialog (diskusi).

Diera sekarang ini dakwah tidak hanya dapat dilakukan melalui ceramah di masjid saja dengan mengumpulkan massa, melainkan dapat dilakukan dengan memanfaatkan hadirnya media baru atau media digital pada saat ini. Media digital merupakan bentuk media yang dapat diakses menggunakan perangkat digital seperti ponsel, televisi, dan lainnya, termasuk gambar, video,

media sosial, serta audio digital.⁴⁰ Dari penjelasan tersebut disebutkan bahwa media sosial adalah bagian dari media digital. Munculnya media baru atau media digital membawa harapan serta potensi untuk menciptakan tatanan kehidupan yang lebih baik. Pada dasarnya, media bersifat netral, dan pengaruhnya bergantung pada siapa yang menggunakannya serta tujuan penggunaannya selama media dimanfaatkan untuk hal-hal yang bersifat positif dan membangun, maka keberadaannya justru akan membawa manfaat serta kebaikan bagi kehidupan manusia. Termasuk dengan mengungkapkan nilai-nilai agama dalam kehidupan sehari-hari.⁴¹ Seperti dakwah melalui media sosial yang merupakan aktivitas menyampaikan pesan keagamaan dengan memanfaatkan platform digital, seperti instagram. Penyampaian dakwah disini menggunakan media sosial instagram yang bentuknya bisa berupa konten video, unggahan bertema religius, poster, serta berbagai materi lain yang disebarkan melalui media sosial. Saat ini, media sosial menjadi sarana penting dalam berdakwah, memungkinkan umat Muslim untuk tetap selaras dengan perkembangan global. Apalagi, di era media digital ini, setiap individu memiliki akses cepat terhadap berbagai informasi. Informasi yang tersedia di internet sangat beragam, mulai dari teks, gambar, audio, hingga video dengan suara, yang kini dikenal sebagai konten. Oleh karena itu, konten mencakup berbagai bentuk informasi dalam media digital, seperti gambar, teks, suara, video bersuara, hingga dokumen penting yang dapat dikelola secara elektronik.

C. Fungsi Desain Grafis Pada Media

Desain grafis adalah suatu bentuk seni yang menggabungkan berbagai unsur grafis seperti bentuk, garis, dan warna, dan semua unsur tersebut dirancang untuk menyampaikan informasi sesuai dengan tujuan. Pengetahuan mengenai desain grafis sering dikenal sebagai Desain Komunikasi Visual (DKV). Desain Komunikasi Visual merupakan salah satu bidang seni yang mengeksplorasi konsep komunikasi melalui ide-ide kreatif serta media dengan

⁴⁰ Erwan Effendy, "Efektivitas Dakwah Dalam Media Digital Untuk Generasi Z," *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* Vol.4 No.2 Tahun 2024 hlm 880-887.

⁴¹ Dudung Abdul Rohman, "Komunikasi Dakwah Melalui Media Sosial," *Jurnal Diklat Keagamaan* Vol.13 No.2 Tahun 2019 hlm 121-132.

memanfaatkan elemen visual. Desain grafis telah menjadi bagian penting dalam banyak bidang kehidupan.⁴² Di era teknologi komputer yang semakin maju, grafis semakin memperkuat perannya dalam dunia komunikasi, baik melalui media luar ruangan, dalam ruangan, maupun audio-visual. Seiring dengan perkembangan ilmu dan teknologi, desain grafis kini memiliki tiga fungsi utama yaitu⁴³:

1. Identifikasi

Untuk menunjukkan asal-usul dan produksi suatu produk, kita bisa mengidentifikasi berbagai elemen visual seperti label kemasan, logo perusahaan, lambang, atau badge. Elemen-elemen desain ini mendukung pengenalan produk dan perusahaan. Desain-desain seperti logo dan label kemasan termasuk dalam kategori identitas perusahaan (*corporate identity*).

2. pemberian instruksi dan informasi

fungsi desain grafis disini sebagai media informasi yang memanfaatkan simbol-simbol grafis untuk menggambarkan lokasi, arah, atau petunjuk/instruksi tentang suatu prosedur, sering disertai dengan skala perbandingan. Beberapa contohnya meliputi peta, gambar petunjuk, diagram atau chart, serta ilustrasi kronologi peristiwa, dan lain-lain.

3. Promosi dan Presentasi

Salah satu fungsi desain grafis yang terkait dengan pemasaran adalah promosi, di mana berbagai media dapat digunakan untuk tujuan tersebut. Media promosi dan presentasi dalam desain grafis yang berbentuk iklan atau reklame terbagi menjadi dua kategori. Pertama, media Lini-atas (*Above the Line media*), yang mencakup iklan yang ditayangkan di media cetak, media elektronik (radio, televisi, dan bioskop), serta media luar ruang seperti *billboard* dan panel bus. Kedua, media Lini bawah (*Below the Line media*),

⁴² Wisnu Siwi Satiti et al., “Pelatihan Desain Grafis Menggunakan Aplikasi Canva Untuk Remaja Di Desa Kalikejambon,” Jurnal Pengabdian Masyarakat Vol.3 No.3 Tahun 2022 hlm 2774-8529.

⁴³ Dewojati, “Desain Grafis Sebagai Media Ungkap Periklanan. Jurnal Imaji Vol.7 No.2 Tahun 2015 hlm 157-182”

yang mencakup berbagai media selain itu, seperti surat langsung, brosur, pameran, materi display di titik penjualan, kalender, agenda, dan souvenir.

D. Media Sosial

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi menjadi faktor utama dalam kemunculan media sosial. Seiring dengan meningkatnya akses internet dan kemajuan perangkat digital, kebutuhan manusia untuk berinteraksi secara instan dan mudah semakin tinggi. Munculnya media sosial juga didorong oleh kebutuhan masyarakat untuk berbagi informasi, mengekspresikan diri, serta menjalin hubungan sosial tanpa batasan geografis. Keinginan untuk mendapatkan informasi dengan cepat serta meningkatnya budaya berbagi pengalaman mendorong perusahaan teknologi menciptakan berbagai platform media sosial.

Era globalisasi membuat dunia semakin terhubung, sehingga media sosial menjadi alat yang efektif dalam berbagai aspek, mulai dari komunikasi pribadi, bisnis, pendidikan, hingga pemasaran. Dengan berbagai fitur interaktif seperti berbagi teks, gambar, video, dan siaran langsung, media sosial terus berkembang dan menjadi bagian penting dalam kehidupan modern. Adapun macam macam media sosial diantaranya yaitu youtube, tiktok, twitter, facebook dan instagram.

Instagram merupakan salah satu media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat selain itu instagram juga memiliki berbagai fitur yang menarik diantaranya sebagai berikut :

1. Feed

Di dalam fitur instagram “*Feed*” merupakan tampilan utama pada profil yang berisi kumpulan foto dan vidio pada suau akun. Feed juga dapat disusun dalam bentuk grid agar tampilan akun terlihat rapih dan estetik. Selain itu pada fitur feed, pengguna juga dapat menyukai, mengomentari serta membagikan ulang postingannya kedalam cerita atau story.

2. Reels

Reels merupakan fitur yang memungkinkan pengguna untuk membuat serta membagikan video singkat dengan durasi maksimal 90 detik. Fitur ini

menyediakan berbagai alat editing, termasuk efek, filter, musik, teks, serta pengaturan kecepatan video, sehingga pengguna dapat menghasilkan konten yang lebih inovatif dan menarik.

3. Instagram Live

Merupakan fitur yang memiliki kegunaan untuk siaran langsung atau berinteraksi secara langsung dengan pengikut secara real time, kemudian dapat mengundang orang lain untuk bergabung pada live tersebut.

4. Instagram Stories

Yaitu fitur yang dapat digunakan untuk mengunggah foto dan video yang dimana foto tersebut akan hilang setelah 24 jam, dalam Instagram stories juga bisa menambahkan stiker, GIF, teks, polling, pertanyaan, kuis, dan musik. Instagram stories juga dapat diabadikan atau disimpan di profil secara permanen yang lebih dikenal sebagai *highlight*.

5. Direct Message (DM)

Fitur ini dapat digunakan oleh pengguna untuk mengirim pesan teks, foto, video, dan suara. Direct Message dapat digunakan juga sebagai media untuk mengirim Reels, Story, dan postingan langsung ke teman.

6. Instagram Shopping

Instagram Shopping merupakan fitur yang dirancang bagi pembisnis yang memiliki brand untuk memasarkan serta menjual produk secara langsung di platform Instagram. Melalui fitur ini, pengguna dapat menandai produk dalam postingan, Stories, dan Reels, sehingga calon pembeli dapat melihat informasi detail serta harga produk tanpa perlu meninggalkan aplikasi.

7. Instagram TV

Instagram TV atau IGTV adalah fitur yang memungkinkan pengguna untuk mengunggah dan menonton video dengan durasi lebih panjang dibandingkan video di feed atau stories. Instagram TV diluncurkan pada tahun 2018, IGTV awalnya dirancang sebagai platform untuk video vertikal, dengan batas waktu hingga 60 menit bagi akun terverifikasi dan maksimal 10 menit bagi akun reguler.

E. Teori Semiotika Roland Barthes

Secara etimologi, semiotika berasal dari kata Yunani *semeion* yang berarti tanda. Tanda sendiri didefinisikan sebagai sesuatu yang berdasarkan kesepakatan sosial yang telah terbentuk sebelumnya dianggap dapat mewakili sesuatu yang lain. Semiotika, didefinisikan sebagai studi tentang tanda-tanda, yang pada dasarnya adalah analisis terhadap sistem atau kode yang memungkinkan kita untuk melihat *entitasentitas* tertentu sebagai tanda atau sebagai sesuatu yang memiliki makna. Tanda-tanda (sign) merupakan dasar utama dari semua bentuk komunikasi. Littlejohn juga menyatakan bahwa melalui tanda-tanda, manusia dapat berkomunikasi satu sama lain dan menyampaikan berbagai hal di dunia ini. Dalam kajian komunikasi modern, terdapat dua jenis semiotika yang dibedakan, yaitu semiotika komunikasi dan semiotika signifikansi. Semiotika komunikasi berfokus pada teori tanda, yang mencakup enam faktor utama dalam komunikasi, yaitu pengirim, penerima, kode (sistem tanda), pesan, saluran komunikasi, dan acuan atau objek yang dibicarakan. Sementara itu, semiotika signifikansi lebih menekankan pada teori tanda dan pemahamannya dalam konteks tertentu.⁴⁴

Model semiotika Barthes memperkenalkan dua konsep utama, yaitu signifier (penanda) dan signified (petanda), yang kemudian dia kembangkan menjadi sebuah teori meta bahasa yang mempunyai dua sistem yaitu denotasi dan konotasi. Barthes membuat model analisis tanda signifikansi menjadi dua tahap atau biasanya disebut dengan two order of signification. Selanjutnya, Barthes membaginya menjadi dua tingkat makna, yaitu denotasi dan konotasi. Denotasi merujuk pada makna literal atau makna yang sesungguhnya, yang dapat ditangkap oleh pancaindra, sementara konotasi merupakan tingkat kedua yang mencakup makna yang lebih kompleks, berkaitan dengan aspek psikologis, keyakinan, dan perasaan. Barthes juga mengembangkan konsep "mitos" yang ia artikan sebagai ideologi atau gagasan yang terus-menerus muncul di berbagai tempat dimana sebuah tanda hadir. Dalam karya "Mythologies," Barthes menganalisis mitos-mitos yang berperan dalam budaya

⁴⁴ Nurdin Nurdin, "Analisis Semiotik Roland Barthes Terhadap Busana Rimpu Wanita Bima," Jurnal Ilmiah Mandala Education Vol.7 No.3 Tahun 2021 hlm 699–707.

Barat dan bagaimana mitos-mitos tersebut membentuk cara pandang kita terhadap dunia serta posisi kita di dalamnya. Berdasarkan penjelasan di atas, Barthes menyatakan bahwa teks atau karya adalah sebuah konstruksi, Untuk memahami maknanya, kita perlu memisahkan teks tersebut menjadi satu kata. Ketika suatu teks diisolasi, hal itu akan memberikan dampak atau fungsi yang berbeda dibandingkan dengan kata-kata lain yang ada di sekitarnya.⁴⁵ Untuk mengetahuinya Roland Barthes merancang peta guna bagaimana tanda bekerja dan memperoleh makna :

1. <i>Signifier</i> (Penanda)	4. <i>Conotatif Signifier</i> (Penanda Konotatif)
2. <i>Signified</i> (Petanda)	5. <i>Conotatif Signified</i> (Petanda Konotatif)
3. <i>Denotatif Sign</i> (Tanda Denotatif)	6. <i>Conotatif Sign</i> (Tanda Konotatif)

Dari `peta Barthes di atas terlihat bahwa tanda denotatif (3) terdiri atas penanda (1) dan petanda (2). Akan tetapi, pada saat bersamaan, tanda denotatif adalah juga penanda konotatif (4). Dari semua penanda konotatif akan menimbulkan petanda konotatif yang selanjutnya menjadi dasar bagi terbentuknya tanda konotatif. Setelah itu, konotasi muncul untuk menemukan leksia yang akan berfungsi sebagai tanda.⁴⁶

Semiotika menurut Roland Barthes, dikaitkan dengan denotasi, konotasi dan mitos. Denotasi merupakan makna dasar yang terkandung dalam sebuah kata, di mana makna tersebut mengacu pada konsep, referen, atau ide tertentu. Selain itu, denotasi juga merujuk pada definisi utama suatu kata sebagaimana tercantum dalam kamus, berbeda dengan konotasi yang berkaitan dengan makna tambahan. Dengan kata lain, denotasi menggambarkan makna yang sesungguhnya. Contoh makna denotasi yakni Rumah itu luasnya 250 meter persegi. Ada seribu orang yang menghadiri pertemuan itu. Konotasi adalah jenis

⁴⁵ Airlangga Jamallulail et al., “Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Poster Iklan *Floridina Coco*,” Jurnal Seminar Nasional Desain Dan Media, Tahun 2023 hlm 91–93.

⁴⁶ Ghifany, “Desain Komunikasi Visual Sebagai Media Dakwah (Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Akun Instagram @OtoyCihuy).” Skripsi Tahun 2024 hlm 37-39

makna kata yang memiliki arti tambahan, mencerminkan imajinasi, atau menyampaikan nilai rasa tertentu. Makna ini melibatkan kesan serta asosiasi yang muncul, sering kali bersifat emosional. Dengan demikian, konotasi mengacu pada makna yang bersifat kiasan atau makna bukan sebenarnya. Contoh makna konotasi yaitu Rumah itu luas sekali. Banyak sekali orang yang menghadiri pertemuan itu.⁴⁷ Menurut Barthes, mitos adalah suatu fakta yang memiliki karakteristik tertentu, yaitu bersifat deformatif, memiliki tujuan tertentu, dan bermuatan motivasi. Mitos berfungsi sebagai penanda dalam suatu masyarakat dan berkembang dari makna konotasi. Dalam pandangan Barthes, konotasi yang berkembang dan mengakar dalam suatu komunitas pada akhirnya berubah menjadi mitos. Dalam konteks ini, konotasi dianggap sejalan dengan mekanisme ideologi, yang kemudian disebut sebagai mitos, mitos menunjukkan kepada keyakinan berperan dalam membantu memahami pengalaman dalam sebuah budaya.⁴⁸ Sebuah teks dapat ditafsirkan dengan berbagai cara sesuai dengan pola pikir individu. Makna denotatif beroperasi pada tingkat pertama dalam proses pemaknaan. Sementara itu, pada tahap penandaan kedua, muncul konotasi dan mitos. Pada tingkat kedua, penanda (signifier) membentuk konotasi, sedangkan petanda (signified) menghasilkan mitos. Menurut Roland Barthes, mitos dalam perspektif semiotika merupakan proses pengodean makna dan nilai sosial yang sebenarnya bersifat arbitrer atau konotatif sehingga tampak sebagai sesuatu yang wajar atau alami.⁴⁹

Tanda → Denotasi → Konotasi (kode) → Mitos
--

Tingkatan tanda Roland Barthes

Menurut Lecthe, tujuan analisis Barthes tidak sekadar membentuk sistem klasifikasi unsur-unsur naratif yang bersifat formal, tetapi lebih

⁴⁷ Damayanti Rini, "Diksi Dan Gaya Bahasa Dalam Media Sosial Instagram," Jurnal Widyaloka Ikip Widya Darma Vol.5 No.3 Tahun 2018 hlm 261-278.

⁴⁸ Nofia Natasari, "Tradisi Panjang Mulud Di Kesultanan Banten Lama Analisis Semiotika Roland Barthes," Jurnal Kajian Dakwah Dan Kemasyarakatan Vol.25 NO.1 Tahun 2021 hlm 93-101.

⁴⁹ Yudhistya Ayu Kusumawati, Agung Eko Budiwaspada, and Acep Iwan Saidi, "Makna Kecantikan Pada Iklan Televisi Kosmetik Berlabel Halal (Studi Kasus: Mazaya Divine Beauty) Jurnal Sositoknologi Vol.15 No.1 Tahun 2016 hlm 96-105.

menekankan bahwa tindakan yang tampak logis, detail yang terlihat meyakinkan, atau teka-teki yang tampak menarik sebenarnya adalah konstruksi buatan, bukan cerminan realitas. Menurut konsep Barthes, tanda konotatif tidak hanya memiliki makna tambahan, tetapi juga mencakup kedua elemen tanda denotatif yang menjadi dasar keberadaannya. Kontribusi Barthes ini sangat berharga dalam menyempurnakan teori semiologi Saussure, yang hanya membahas penandaan pada tingkat denotatif.⁵⁰

Pada dasarnya, terdapat perbedaan antara denotasi dan konotasi dengan cara Barthes memahami keduanya. Dalam semiologi Barthes dan para pengikutnya, denotasi dianggap sebagai sistem signifikasi tingkat pertama, sedangkan konotasi berada pada tingkat kedua. Dalam konteks ini, denotasi justru lebih dikaitkan dengan makna yang tertutup. Sebagai bentuk perlawanan terhadap sifat denotasi yang dianggap menekan, Barthes berupaya untuk menolaknya dan mengesampingkannya. Baginya yang ada hanyalah konotasi lebih lanjut mengatakan bahwa makna “harfiah” merupakan sesuatu yang bersifat alamiah.⁵¹

Proses signifikasi yang secara konvensional dikenal sebagai denotasi umumnya merujuk pada penggunaan bahasa yang memiliki makna sesuai dengan kata yang diucapkan. Namun, dalam teori semiotika Roland Barthes, denotasi dipandang sebagai sistem penandaan pada tingkat pertama, sementara konotasi berada pada tingkat kedua. Semiotika dapat digunakan dalam berbagai disiplin penelitian, termasuk komunikasi massa, komunikasi visual, tulisan, dan bidang lainnya. Ilmu ini memiliki kemampuan untuk menganalisis serta menginterpretasikan data dalam berbagai bentuk, seperti teks, musik, video, dan gambar.

Semiotika adalah cabang ilmu yang berfokus pada studi tentang tanda-tanda. Pendekatan ini memandang bahwa berbagai aspek sosial, masyarakat, dan budaya terdiri dari kumpulan tanda, sehingga semiotika berusaha

⁵⁰ Fadila, “*Pesan Dakwah Dalam Karakter Anime Pada Akun Instagram @ Arielsyafrin*” Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam.” Skripsi Tahun 2023 hlm 68

⁵¹ Fadila, “*Pesan Dakwah Dalam Karakter Anime Pada Akun Instagram @ Arielsyafrin*” Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam.” Skripsi Tahun 2023 hlm 69

menganalisis sistem dan aturan yang menjadikan tanda-tanda tersebut bermakna. Dengan kata lain, semiotika meneliti hubungan antara komponen-komponen tanda serta keterkaitannya dengan masyarakat yang menggunakannya.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian kali ini yakni kualitatif. Penelitian kualitatif bertujuan untuk mencari jawaban atas fenomena atau pertanyaan tertentu dengan menerapkan prosedur ilmiah secara sistematis menggunakan pendekatan kualitatif.⁵² Penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena manusia atau sosial dengan menciptakan gambaran kaya dan kompleks yang dapat diungkapkan dalam kata-kata, dan mencerminkan pandangan rinci dari sumber, dan dilakukan dalam lingkungan alam. Penelitian kualitatif didasarkan pada filosofi *post-positivisme* karena penelitian ini cocok untuk mempelajari objek-objek alam (bukan eksperimen).⁵³

Sasaran pada penelitian ini adalah tentang penerapan desain grafis sebagai media dakwah pada media sosial instagram, maka peneliti menggunakan penelitian kualitatif yang dapat menghasilkan data deskriptif berupa kata kata tertulis atau kata kata yang bersumber dari objek yang sedang diteliti. Dalam penelitian ini akan meneliti tentang bagaimana penerapan desain grafis sebagai media dakwah di instagram pada akun pribadi @ummu.hanzholah.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada akun instagram @ummu.hanzholah dengan pemilik akun bernama Qonita Syahidah. Peneliti akan melakukan penelitian pada akun tersebut dengan meneliti beberapa postingannya.

C. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dari awal pengajuan judul pada bulan oktober 2024 sampai dengan selesai. Penulis berharap dapat menyelesaikan

⁵² Moh. Miftachul Choiri Dr. Umar Sidiq, *Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan*, Journal of Chemical Information and Modeling, Vol.53 No.9 Tahun 2019 hlm 228.

⁵³ Muhammad Rijal Fadli, "Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif," Jurnal Humanika Vol.21 No.1 Tahun 2021 hlm 33-54.

penelitian dalam waktu yang cepat dan mendapatkan informasi yang akurat. Jika masih ada informasi yang kurang maka penulis akan terus melakukan penelitian sampai data terkumpul dengan lengkap.

D. Objek dan Subjek Penelitian

1. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah sesuatu yang ditentukan oleh peneliti sebagai bahan kajian untuk dianalisis guna mendapatkan suatu kesimpulan. Biasanya, objek penelitian menjadi pusat perhatian dalam studi yang sedang dilakukan. Penelitian ini berfokus pada 10 unggahan dari akun Instagram @ummu.hanzholah yang mengandung pesan dakwah. Unggahan tersebut dipilih karena memiliki keunikan serta keunggulan berdasarkan respons audiens, seperti jumlah like dan komentar, kemudian dianalisis menggunakan analisis semiotika Roland Barthes.

2. Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini merujuk pada sumber data atau informasi yang diperoleh dan memberikan penjelasan kepada peneliti. Dalam penelitian ini, subjek yang diteliti adalah akun Instagram @ummu.hanzholah yang dikelola oleh Qonita Syahidah.

E. Sumber Data

1. Sumber Data Primer

Data primer ini didapat dari sumber pertama, sehingga data yang diolah penulis, yaitu dengan menganalisis gambar desain grafis pada akun instagram milik @ummu.hanzholah, Penulis akan mengamati dengan seksama serta memahami gambar desain grafis yang dibuat sebagai sarana dakwah.

2. Sumber Data Sekunder

Data sekunder merupakan informasi yang didapatkan dari sumber lain tanpa diperoleh secara langsung oleh peneliti dari subjek yang diteliti. Data ini biasanya berupa dokumentasi atau laporan yang telah tersedia. Dalam penelitian ini, sumber data sekunder berasal dari hasil 41 yang

telah dikumpulkan sebelumnya. Seperti dokumentasi dan observasi yang dilakukan oleh peneliti pada akun instagram @ummu.hanzholah, dan beberapa sumber lain di dapat dari jurnal, artikel, buku serta website yang terbalut dengan subjek penelitian.

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Teknik observasi ini sering digunakan dalam penelitian kualitatif. Saat menerapkan teknik ini, penglihatan atau pengenalan visual digunakan sebagai alat utama. Informasi yang diperlukan dapat diperoleh dari catatan lapangan yang lebih mengutamakan penglihatan. Penelitian ini menggunakan observasi non-partisipan, di mana pengamat langsung mengamati objek penelitian tanpa menggunakan metode lain. Observasi non-partisipan ini diterapkan ketika peneliti tidak terlibat secara langsung atau tidak ikut serta dalam aktivitas yang dilakukan oleh subjek penelitian.⁵⁴ Pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan metode observasi non partisipan. Dimana teknik pengamatannya dilakukan pada beberapa postingan desain grafis yang di unggah oleh akun instagram @ummu.hanzholah.

2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data dari dokumen, arsip, atau materi tertulis lain yang terkait dengan fenomena penelitian. Dokumen yang dimanfaatkan bisa berupa catatan, laporan, surat, buku, atau dokumen resmi lainnya. Studi dokumentasi memberikan pemahaman mengenai konteks sejarah, kebijakan, peristiwa, dan perkembangan yang relevan dengan fenomena yang diteliti.⁵⁵ Pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan teknik dokumentasi guna mendapat data tersebut pada akun instagram

⁵⁴ Sholehah Sabaniyati, "Pesan Dakwah Tentang Akhlak Untuk Remaja Pada Tiktok (Analisis Pesan Dakwah Pada Akun Tiktok @ Risyad _ Bay), Skripsi Tahun 2023 hlm 54.

⁵⁵ Ardiansyah, Risnita, and M. Syahrani Jailani, "Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif," Jurnal Pendidikan Islam Vol.1 No. 2 Tahun 2023 hlm 1-9.

@ummu.hanzholah dalam beberapa desain grafis, seperti jumlah pengikut instagramnya, jumlah like dalam salah satu unggah desain grafis serta jumlah komentar yang di dapat. Dengan menggunakan teknik dokumentasi ini, diharapkan mampu melengkapi data data dan hal yang berhubungan dengan unggahan desain grafis milik akun instagram @ummu.hanzholah.

G. Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif, proses analisis data memegang peran penting dalam mengolah serta memahami informasi yang diperoleh dari berbagai sumber, seperti wawancara, catatan lapangan, dan metode pengumpulan data lainnya. Dengan analisis yang tepat, hasil penelitian menjadi lebih mudah dipahami serta dapat disampaikan kepada pihak lain. Salah satu teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini yakni menurut miles and huberman mencakup proses pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan.

1. Pengumpulan Data

Pengumpulan data di lapangan tentunya terkait dengan metode pengumpulan informasi, serta berhubungan dengan sumber dan jenis data yang digunakan. Dalam penelitian kualitatif, data utama berasal dari kata-kata dan tindakan, sedangkan data pendukung bisa meliputi dokumen, foto, dan statistik. Ucapan serta perilaku individu yang diamati atau diwawancarai menjadi sumber data utama. Data utama ini dapat dicatat melalui tulisan, rekaman video atau audio, pengambilan foto. Adapun data tambahan yang berupa materi tertulis terbagi menjadi buku, jurnal ilmiah, arsip, dokumen pribadi, dan dokumen resm.⁵⁶

2. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses seleksi, fokus pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data mentah yang diperoleh dari catatan lapangan. Proses ini berlangsung secara terus-

⁵⁶ Ahmad Rijali, "Analisis Data Kualitatif," Jurnal Ilmu Dakwah Vol.17 No. 33 Tahun 2019 hlm 81.

menerus sepanjang jalannya proyek penelitian kualitatif. Reduksi data adalah bagian dari proses analisis yang bertujuan untuk menyaring, mengelompokkan, mengarahkan, menghapus informasi yang tidak relevan, dan mengorganisasi data sedemikian rupa sehingga kesimpulan akhir dapat ditarik dan diuji kebenarannya.⁵⁷

Dalam penelitian ini data yang diambil untuk digunakan ialah berupa pengamatan dalam akun instagram @ummu.hanzholah dengan salah satu unggahan desain grafis yang digunakan sebagai media dakwah.

3. Penyajian Data

Dalam bagian ini, maka penyajian data merupakan bagian yang penting, di mana data yang telah diperoleh akan disusun dengan rapi, sehingga memungkinkan untuk ditarik kesimpulan.

4. Penarikan Kesimpulan

Penarikan Kesimpulan Di bagian ini, peneliti akan melakukan verifikasi dari data yang telah di dapat, sehingga dapat teruji kebenaran dan kecocokannya dari data yang telah di dapat sebelumnya.

⁵⁷ Fitri Nurindah, “Analisis Data Penelitian Kualitatif,” Tahun 2022.

BAB IV

HASIL & PEMBAHASAN

A. Profil Instagram @ummu.hanzholah

1. Gambaran umum tentang akun instagram @ummu.hanzholah

Akun Instagram @ummu.hanzholah dibuat pada desember 2022, pemilik akun tersebut bernama Qonita Syahidah. Beliau berasal dari Jakarta Utara dan sudah berumah tangga serta memiliki tiga orang anak yang masih kecil kecil. Pada awalnya, akun ini merupakan akun pribadi milik Qonita Syahidah yang digunakan untuk membagikan karya-karyanya melalui Instagram. Konten yang diunggah beragam, mulai dari postingan pengingat hingga pembahasan seputar dakwah. Hingga penelitian ini dilakukan, akun @ummu.hanzholah masih aktif dalam memproduksi konten, dengan jumlah pengikut yang terus bertambah mencapai 48,4 ribu pengikut..



Gambar 4. 1 Screenshot Profil Instagram @ummu.hanzholah

Pada awal pembuatannya, pemilik akun ini membuat gambar sendiri hasil karyanya menggunakan aplikasi canva. Gambar tersebut hanya berisi sebuah tulisan dengan menggunakan warna rata rata coklat keabu abuan hingga saat ini. Semakin kesini akun tersebut membuat desain gambar yang bermacam macam dengan menambahkan hiasan hiasan pada hasil karyanya. @ummu.hanzholah terus mengunggah

postingan tentang dakwah sampai sekarang. Postingan tersebut dibuat oleh @ummu.hanzholah hanya sebatas hobi dan diniatkan sebagai ladang amal jariyah kelak di akhirat nanti.

2. Logo Instagram @ummu.hanzholah



Gambar 4. 2 Logo Akun Instgarm @ummu.hanzholah

Logo yang digunakan Akun @ummu.hanzholah ini telah digunakan sejak tahun 2022 hingga saat ini. Logo ini dibuat seolah olah menggambarkan dirinya pribadi yaitu seorang wanita muslimah yang berpakaian menggunakan cadar.

B. Penyajian Data Analisis

Hasil penelitian setelah analisis data terhadap akun Instagram @ummu.hanzholah menunjukkan bahwa pemilik akun memiliki pola tersendiri dalam mengunggah konten. Selain membagikan poster @ummu.hanzholah juga menyertakan beberapa konten video dalam unggahannya. Berikut ini, penulis akan menyajikan data hasil analisis terhadap akun tersebut dari periode desember 2022 hingga januari 2025.

Data Periode Posting Instagram @ummu.hanzholah bulan desember 2022 - januari 2024

Tabel 4. 1

Bulan	Pola
Desember 2022	Tercatat ada 2 postingan poster
Februari 2023	Tercatat ada 18 postingan diantaranya 10 postingan poster dan 8 lainnya postingan reels vidio

Maret 2023	Tercatat ada 20 postingan diantaranya 10 postingan poster dan 10 lainnya postingan reels vidio
April 2023	Tercatat ada 14 postingan diantaranya 7 postingan poster dan 7 lainnya postingan reels vidio.
Mei 2023	Tercatat ada 16 postingan diantaranya 15 postingan poster dan 1 lainnya postingan reels vidio.
Juni 2023	Tercatat ada 22 postingan poster
Juli 2023	Tercatat ada 14 postingan poster
Agustus 2023	Tercatat ada 13 postingan poster
September 2023	Tercatat ada 10 postingan poster
Oktober 2023	Tercatat ada 7 postingan poster
November 2023	Tercatat ada 9 postingan poster
Desember 2023	Tercatat ada 8 postingan poster
Januari 2024	Tercatat ada 2 postingan poster
Februari 2024	Tercatat ada 2 postingan poster
Maret 2024	Tercatat ada 1 postingan poster
April 2024	Tercatat ada 1 postingan poster
Juli 2024	Tercatat ada 1 postingan poster
Agustus 2024	Tercatat ada 1 postingan poster
September 2024	Tercatat ada 1 postingan poster
Oktober 2024	Tercatat ada 5 postingan poster
November 2024	Tercatat ada 3 postingan poster
Desember 2024	Tercatat ada 5 postingan poster
Januari 2025	Tercatat ada 2 postingan poster

Berdasarkan tabel yang telah disajikan, akun Instagram @ummu.hanzholah telah mengunggah total 175 konten dari Desember 2022 hingga Januari 2025. Dari jumlah tersebut, 154 konten berupa poster, 1 merupakan poster give away, dan 20 lainnya adalah unggahan reels video.

C. Pembahasan dengan Teori Semiotika Roland Barthes.

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data melalui dokumentasi. Fokus utama peneliti adalah menganalisis 10 unggahan yang terdapat pada akun Instagram @ummu.hanzholah pada periode 2023. Berikut ini adalah hasil penelitian yang diperoleh penulis berdasarkan unggahan dari akun Instagram @ummu.hanzholah.

1. Poster Sesungguhnya Yang Pendek Itu Adalah Usia



Gambar 4. 3 Poster "sesungguhnya yang pendek"

Sumber : <https://www.instagram.com/p/Cuvyii2PBJr/>

Postingan tentang sesungguhnya yang pendek itu adalah usia, diposting pada tanggal 16 Juli 2023, postingan ini memiliki like 24,8 ribu serta 100 komentar. Peneliti tertarik dengan desain ini karena dalam poster diatas mengingatkan pada kematian. Dakwah yang terkandung pada poster ini adalah dakwah akidah yaitu meyakini dan mempercayai bahwa kematian adalah bagian dari takdir Allah. Poster ini di analisis menggunakan metode Roland Barthes sebagai berikut:

Tabel 4. 2

Penelitian pada Poster “sesungguhnya yang pendek itu adalah usia”

	Makna	
Denotasi	Konotasi	Mitos
<p>- Gambar pas foto laki laki dan perempuan berpakaian rapih dengan menggunakan peci serta hijab dan background berwarna biru.</p> <p>- Gambar seseorang menggunakan kain kafan</p> <p>- Kemudian terdapat kalimat “sesungguhnya yang pendek itu adalah usia yang merasa hidup masih panjang adalah anganya”. “Dan kelak dia akan meminangku bahkan tanpa persetujuan dariku, yaitu kematian”.</p>	<p>Meggambarkan bahwa laki laki maupun perempuan pasti akan mengalami kematian.</p>	<p>Kematian merupakan takdir yang tidak bisa di kendalikan dan datang tanpa meminta persetujuan seperti orang yang akan meminang dan manusia sering terjebak didalam ilusi keabadian padahal hidup didunia itu sebenarnya singkat.</p>

Penjelasan mengenai elemen desain grafis :

a. Tipografi

Postingan diatas memiliki susunan tipografi yang

menggunakan gaya huruf *Sertif* dengan model *Times New Roman*. Pada poster menggunakan efek huruf yang mencolok. Ukuran teks pun ditempatkan pada bagian tengah dibawah karakter dengan tepat. Terdapat tiga tulisan pada poster yaitu “Ini adalah angan kita saat ini” diposisikan pada bagian atas karakter laki laki dan perempuan. Lalu tulisan kedua “Tapi ini adalah kita yang pasti” tulisan ini diposisikan pada bagian bawah karakter seseorang yang menggunakan kain kafan. Kemudian yang terakhir yaitu “Sesungguhnya yang pendek itu adalah usia, yang merasa panjang hanya angan angannya ! Dan kelak dia akan meminangku bahkan tanpa persetujuan dariku yaitu kematian”. Tulisan ini diposisikan dibagian bawah tengah dari ketiga karakter dalam poster.

b. Ilustrasi

Ilustrasi yang digunakan pada poster ini yakni seorang laki laki dan perempuan serta seseorang yang menggunakan kain kafan. ketiga karakter tersebut tidak menggunakan ekspresi pada wajahnya.

c. Warna

Poster ini memiliki tone warna yang berbeda, ditandai dengan latar belakang pada poster yang memiliki warna coklat melambangkan kebijaksanaan. Pewarnaan pada karakter laki laki dan perempuan sesuai dengan warna kulit, menunjukkan dari karakter manusia itu sendiri. Warna biru pada bingkai foto menunjukkan arti kesetiaan seperti seorang laki laki yang setia pada kekasihnya.

d. Fotografi

Pada poster ini fotografinya adalah subjek yang digunakan dalam poster yaitu karakter laki laki, perempuan dan seseorang yang menggunakan kain kafan kemudian ditambah dengan adanya tipografi pada poster.

e. Layout/Tata Letak

Layout pada poster ini yaitu asimetris dimana pada tipografi maupun gambar subjek yang digunakan tidak terbagi rata namun tetap seimbang melalui warna dan ukuran.

f. Garis

Pada poster ini garis terdapat pada bingkai foto subjek yang ada dalam poster

g. Bentuk

Bentuk pada poster ini adalah bentuk geometris, yaitu bentuk yang terstruktur dan memiliki aturan yang jelas seperti bentuk persegi pada gambar pas foto di dalam poster.

h. Ruang

Terdapat ruang kosong pada poster ini yaitu dibawah tipografi kalimat pertama dan di atas tipografi kalimat kedua pada poster

i. Tekstur

Tekstur pada poster ini yaitu tekstur lembut yang dimana pada poster menggunakan warna yang serupa atau tidak gradasi sehingga teksturnya terlihat lembut.

2. Poster Mulutku Sering Berucap



Gambar 4. 4 Poster "Mulutku Sering Berucap"

Sumber : https://www.instagram.com/p/Cwg_xD8v7Fa/

Postingan tentang mulutku sering berucap, diposting pada tanggal 29 agustus 2023, postingan ini memiliki like 31 ribu serta 89 komentar. Dakwah yang terkandung di dalam poster ini adalah jenis dakwah tauhid. Poster ini dianalisis menggunakan metode analisis Roland Barthes sebagai berikut:

Tabel 4. 3
Penelitian pada poster “Mulutku Sering Berucap”

Denotasi	Makna	
	Konotasi	Mitos
<ul style="list-style-type: none"> - Seorang laki laki sedang berlari di jalan raya dengan pakaian yang rapih, menggunakan jas, dasi, celana panjang, sepatu, membawa tas dan mengangkat satu tangannya serta mengepalkan jari jarinya. - Kemudian terdapat kalimat “mulutku sering berucap bahwa aku sedang tidak mengejar duni, namun hatiku masih saja mengkhawatirkan rezeki yang sudah 	<p>Menggambarkan seorang laki laki yang akan bekerja dengan penuh semangat.</p>	<p>Manusia masih saja merasa cemas perihal rezeki. Padahal segala sesuatu sudah di atur dan dijamin oleh Allah SWT. Dan di dalam praktiknya manusia sering kali masih berjuang melawan rasa khawatir meskipun secara lisan menyatakan sudah "tidak mengejar dunia".</p>

jelas jaminannya”.		
--------------------	--	--

Penjelasan mengenai elemen desain grafis :

a. Tipografi

Poster ini menggunakan tipografi jenis *Sertif* yang mudah dibaca. Pada poster ini terdapat dua tipografi yakni “Mulutku sering berucap bahwa, aku sedang tidak mengejar dunia” yang kedua “Namun hatiku masih saja mengkhawatirkan rezeki yang sudah jelas jaminannya”. Kedua tipografi ini diposisikan diatas karakter pada poster dengan posisi yang sama.

b. Ilustrasi

Ilustrasi pada poster merupakan ilustrasi seorang karakter laki laki dengan sosok yang penuh semangat. Mengenakan jas berwarna coklat dengan celana panjang hitam, diikuti dengan dasi berwarna merah. Diringi dengan ilustrasi jalan raya yang menunjukkan suasana pada poster tersebut.

c. Warna

Warna yang digunakan pada poster terlihat hampir serupa. Dibuktikan dengan objek serta latar belakang pada poster. Latar belakang pada poster memiliki warna coklat. Sedangkan warna baju dan juga warna tas pada karakter juga sama yaitu coklat, menandakan kesopanan dan kebijaksanaan, serta dasi berwarna merah mengartikan keberanian. Warna hitam pada jalan raya merupakan warna jalan pada umumnya.

d. Fotografi

Pada poster ini fotografinya adalah subjek yang digunakan didalam posternya yaitu menggunakan subjek laki laki.

e. Layout/Tatat Letak

Layout pada poster ini yaitu simetris dimana pada tipografi diseimbangkan secara merata di kedua sisi desain.

f. Garis

Garis pada poster ini terlihat pada desain jalan raya yaitu garis horizontal yang berwarna putih.

g. Ruang

Terdapat ruang kosong pada poster ini yaitu dibawah tipografi kalimat pertama dan di atas tipografi kalimat kedua pada poster lalu pada bagian bawah tipografi kalimat kedua pada poster.

h. Tekstur

Tekstur pada poster ini tekstur lembut yang dimana pada poster menggunakan warna yang serupa atau tidak gradasi sehingga teksturnya terlihat lembut.

3. Poster Bila Seseorang Tidak Amanah



Gambar 4. 5 Poster "Bila Seseorang Tidak"

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

Postingan tentang Bila seseorang tidak amanah, diposting pada tanggal 14 oktober 2023, postingan ini memiliki like sebanyak 13.5 ribu serta 29 komentar. Peneliti tertarik dengan desain ini karena dalam poster diatas sesuai dengan kehidupan

sekarang sebab banyak orang-orang yang tidak amanah apa lagi masalah uang. Dakwah yang terkandung pada poster ini adalah dakwah syariat yaitu pelanggaran terhadap aturan hukum Islam. Poster ini dianalisis menggunakan metode analisis Roland Barthes sebagai berikut :

Tabel 4. 4

Penelitian pada Poster “Bila seseorang tidak amanah”

Denotasi	Makna	
	Konotasi	Mitos
<ul style="list-style-type: none"> - Terlihat tangan seseorang yang akan memberikan uang kepada orang lain - Terdapat kalimat “Bila seseorang tidak amanah dalam masalah uang, ia tidak akan amanah dalam segala hal”. 	<p>Menitipkan uang kepada orang lain dan percaya bahwa uangnya akan dijaga, disimpan sementara atau disalurkan kepada pihak lain.</p>	<p>Ketidakjujuran seseorang dapat dilihat dan diukur dari cara mengelola uang, namun dalam kenyataannya seseorang bisa saja tidak amanah dalam keuangan tetapi tetap bertanggung jawab dalam urusan lain.</p>

Penjelasan mengenai elemen desain grafis :

a. Tipografi

Poster ini menggunakan tipografis jenis *sertif*. Jenis tipografi ini merupakan jenis huruf yang memiliki garis kecil diujung badan huruf. Pada poster ini terdapat satu tipografi yaitu “Bila seseorang tidak amanah dalam masalah uang, ia tidak akan amanah dalam segala hal”.

Tipografi ini menggunakan warna putih dan diposisikan diatas karakter pada poster.

b. Ilustrasi

Ilustrasi pada poster merupakan ilustrasi dua tangan seorang laki laki yang menggunakan jas berwarna hitam. Ilustrasi yang diperlihatkan pada poster hanya anggota tubuhnya saja.

c. Warna

Warna yang terdapat pada poster ini bervariasi, diantaranya warna coklat sebagai background pada poster, warna coklat melambangkan kebijaksanaan lalu jas yang berwarna hitam memiliki makna penyelesan terlihat dibagian tangan pada poster tersebut. Kemudian uang yang dipegang berwarna hijau memiliki makna yaitu kesegaran.

d. Fotografi

Pada poster ini fotografinya adalah tangan dari subjek yang digunakan didalam posternya yaitu menggunakan tangan dari subjek laki laki dan terlihat siluet membentuk lingkaran dibawah desain tangan pada poster.

e. Layout/Tat Letak

Layout pada poster ini yaitu simetris dimana pada desain tangan yang digunakan pada poster diposisikan seimbang secara merata di kedua sisi desain.

f. Bentuk

Bentuk yang terlihat pada poster ini adalah bentuk siluet lingkaran yang dimana disebut sebagai bentuk geometris yaitu bentuk yang memiliki aturan.

g. Ruang

Terdapat ruang kosong pada poster ini yaitu dibawah tipografi kalimat.

h. Tekstur

Tekstur pada poster ini tekstur lembut yang dimana pada poster menggunakan warna yang serupa atau tidak gradasi sehingga teksturnya terlihat lembut.

4. Poster Terkadang Kita Memandang Terlalu Jauh



Gambar 4. 6 Poster "Terkadang kita "

Sumber : <https://www.instagram.com/p/C00iE7kPGXy/>

Postingan tentang terkadang kita memandang terlalu jauh, diposting pada tanggal 14 Desember 2023. Postingan ini memiliki like sebanyak 10,2 ribu serta 29 komentar. Peneliti tertarik dengan desain ini karena menggambarkan kehidupan keluarga yang terlihat harmonis. Dakwah yang terkandung pada poster ini adalah dakwah akhlak. Poster ini dianalisis menggunakan metode Roland Barthes sebagai berikut:

Tabel 4. 5

Penelitian pada Poster “Terkadang Kita Memandang Terlalu Jauh”

	Makna	
Denotasi	Konotasi	Mitos
- Satu keluarga sedang melaksanakan	Menggambarkan keluarga yang taat beribadah dan	Kebahagiaan tidak perlu dicari cari jauh-jauh

<p>sholat berjamaah dirumah.</p> <p>- Terdapat kalimat “Terkadang kita memandang terlalu jauh tentang kebahagiaan, pada apa yang orang lain capai, apa yang orang lain punya, apa yang orang lain lakukan padahal kebahagiaan itu dekat ada dalam dada kita dalam hati yang bersyukur”.</p>	<p>memberikan contoh baik kepada anaknya.</p>	<p>karena sudah ada di dalam diri setiap orang. Namun faktanya didalam kehidupan banyak faktor eksternal seperti kesehatan dan kesempatan hidup yang juga menentukan kebahagiaan seseorang.</p>
---	---	---

Penjelasan mengenai elemen desain garfis :

a. Tipografi

Tipografi pada poster diatas menggunakan jenis huruf *sertif* terdapat dua tipografi didalam poster yaitu kalimat “Terkadang kita memandang terlalu jauh tentang kebahagiaan pada apa yang orang lain capai, apa yang orang lain punya, apa yang orang lain lakukan”. Kalimat kedua Padahal kebahagiaan itu dekat ada dalam dada kita, dalam hati yang bersyukur. Tipografi tersebut diposisikan dibagian atas karakter.

b. Ilustrasi

Ilustrasi yang digunakan pada poster ini yaitu satu keluarga terdiri dari ilustrasi laki laki sebagai ayah, perempuan dewasa sebagai ibu dan anak kecil sebagai anaknya. Mereka terlihat sedang melakukan solat berjamaah dirumah.

c. Warna

Poster ini memiliki warna yang berbeda beda, dilihat dari warna background poster yakni coklat yang memiliki makna kebijaksanaan atau bisa juga kesopanan lalu warna mukena yang digunakan oleh ilustrasi ibu berwarna putih yang memiliki arti suci, warna coklat pada mukena sang anak memiliki makna yang sama pada background poster kemudian warna sajadah abu abu memiliki makna kesederhanaan dan pakaian yang dipakai ilustrasi ayah berwarna putih memiliki makna suci.

d. Fotografi

Pada poster ini fotografinya adalah subjek yang digunakan di dalam posternya yaitu subjek laki laki memiliki peran sebagai seorang ayah, subjek perempuan berperan sebagai ibu dan subjek perempuan kecil sebagai anaknya dan terlihat siluet membentuk lingkaran dibawah desain pada keluarga yang sedang melaksanakan sholat pada poster.

e. Layout/Tata Letak

Layout pada poster ini yaitu asimetris dimana pada Tipografi kalimat pertama dan tipografi kalimat kedua tidak seimbang posisinya tetapi tetap harmonis dan menarik.

f. Bentuk

Bentuk yang terlihat pada poster ini adalah bentuk siluet lingkaran dibawah desain keluarga yang sedang melaksanakan sholat berjamaah yang dimana disebut sebagai bentuk geometris yaitu bentuk yang memiliki aturan.

g. Ruang

Terdapat ruang kosong pada poster ini yaitu dibawah tipografi kalimat pertama atau diatasnya tipografi kalimat kedua pada poster tersebut.

h. Tekstur

Tekstur pada poster ini tekstur lembut yang dimana pada poster menggunakan warna yang serupa atau tidak gradasi sehingga teksturnya terlihat lembut. Sedangkan tekstur yang terlihat kasar adalah pewarnaan pada poster yang gradasi sehingga tekstur pada poster terlihat kasar.

5. Poster Seandainya Wanita Tau



Gambar 4. 7 Poster "Seandainya Wanita Tau"

Sumber : <https://www.instagram.com/p/CwZWOGZv2GF/>

Postingan tentang seandainya wanita tau, diposting pada tanggal 26 Agustus 2023, postingan ini memiliki like sebanyak 39,5 ribu serta 194 komentar. Peneliti tertarik dengan desain ini karena sang kreator secara tidak langsung memberikan peringatan kepada para pembaca agar memilih pria yang baik dan bertanggung jawab untuk menjadi pasangan hidup. Dakwah yang terkandung pada

poster ini adalah dakwah akhlak karena mendorong kesadaran spiritual tentang pentingnya akhirat dalam hubungan cinta. Poster ini dianalisis menggunakan metode analisis Roland Barthes sebagai berikut :

Tabel 4. 6
Penelitian pada Poster “Seandainya Wanita Tau”

	Makna	
Denotasi	Konotasi	Mitos
<ul style="list-style-type: none"> - Terlihat Seorang laki laki sedang mengajarkan sesuatu kepada perempuan. - Adanya kalimat “Seandainya wanita tau bahwa tidak ada laki laki yang benar benar mencintaimu kecuali ia yang peduli dengan akhiratmu. 	<p>Menggambarkan sikap mendidik dan berbagi pengetahuan yang penuh perhatian dan arahan</p>	<p>laki-laki memiliki peran utama dalam membimbing wanita menuju akhirat. Namun di kehidupan nyata laki-laki maupun wanita memiliki tanggung jawab spiritual masing-masing dan tidak selalu bergantung pada pasangan untuk menentukan perjalanan akhirat mereka.</p>

Penjelasan mengenai elemen desain grafis :

a. Tipografi

Poster ini menggunakan tipografi jenis *sertif* yang mudah dibaca. Pada poster ini terdapat satu tipografi yaitu kalimat “Seandainya wanita tau bahwa tidak ada laki laki yang benar benar mencintaimu kecuali ia yang peduli dengan akhiratmu”. Tipografi ini diposisikan diatas karakter pada poster.

b. Ilustrasi

Ilustrasi pada poster merupakan ilustrasi seorang karakter laki laki dan perempuan. Karakter laki laki pada poster mengenakan pakaian muslim begitu pula dengan karakter perempuan mengenakan pakaian muslimah dengan warna yang senada yaitu warna coklat. Karakter laki laki pada poster mengenakan peci sambil memegang buku.

c. Warna

Warna yang digunakan pada poster menggunakan warna coklat, terlihat pada pakaian yang dikenakan oleh karakter laki laki dan perempuan yang memiliki makna kesopanan bisa juga kebijaksanaan. Lalu pada peci yang dipakai berwarna hitam merupakan warna peci pada umumnya.

d. Fotografi

Fotografi dalam poster ini yaitu menampilkan karakter yang berperan didalam poster tersebut yaitu karakter laki laki dan perempuan yang menggunakan pakaian muslim dan muslimah.

e. Layout/Tata Letak

Layout pada poster ini yaitu simetris dimana pada tipografi kalimat diposisikan seimbang sehingga terlihat tetap harmonis dan menarik.

f. Bentuk

Bentuk pada poster ini adalah bentuk lingkaran pada desain karpet yang digunakan oleh subjek didalam poster.

Bentuk lingkaran merupakan bentuk geometris yakni bentuk yang memiliki aturan.

g. Ruang

Terdapat ruang kosong pada poster ini yaitu dibawah tipografi dan dibawah desain lemari pada poster.

h. Tekstur

Tekstur pada poster ini tekstur lembut yang dimana pada poster menggunakan warna yang serupa atau tidak gradasi sehingga teksturnya terlihat lembut. Sedangkan tekstur yang terlihat kasar adalah pewarnaan pada poster yang gradasi sehingga tekstur pada poster terlihat kasar.

6. Poster Tidak Ada Pertemanan



Gambar 4. 8 Poster "Tidak Ada Pertemanan"

Sumber : https://www.instagram.com/p/C0_kmc9PYtJ

Postingan tentang tidak ada pertemanan, diposting pada tanggal 19 Desember 2023 postingan ini memiliki like sebanyak 15,5 ribu serta 88 komentar. Dakwah yang terkandung pada poster ini adalah dakwah syariat yaitu mengingatkan bahwa dalam islam ada batasan jelas antara laki-laki dan perempuan dalam bergaul dan bersosialisasi, Poster ini dianalisis menggunakan metode analisis Roland Barthes sebagai berikut :

Tabel 4. 7
 Penelitian pada Poster “Tidak Ada Pertemanan”

	Makna	
Denotasi	Konotasi	Mitos
<ul style="list-style-type: none"> - Terlihat seorang laki laki sedang berdiri di dekat seorang perempuan dan perempuan itu sedang duduk - Terdapat kalimat “Tidak ada pertemanan akrab antara laki laki dan perempuan, karena ujian terberat keduanya adalah perasaan. 	<p>menggambarkan seorang laki laki yang sedang mengawasi, atau dalam keadaan menunggu keputusan.</p>	<p>hubungan laki-laki dan perempuan sulit murni sebagai teman karena selalu ada kemungkinan berkembangnya perasaan cinta atau ketertarikan. Padahal, dalam kenyataannya, banyak laki-laki dan perempuan yang bisa menjalin pertemanan akrab tanpa keterlibatan perasaan cinta.</p>

Penjelasan mengenai elemen desain grafis :

a. Tipografi

Poster ini menggunakan tipografi jenis *sertif* yang mudah dibaca. Pada poster ini terdapat satu tipografi yaitu kalimat “Tidak ada pertemanan akrab antara laki laki dan

perempuan, karena ujian terberat keduanya adalah perasaan”.
Tipografi ini diposisikan diatas karakter pada poster.

b. Ilustrasi

Ilustrasi pada poster merupakan ilustrasi seorang karakter laki laki dan perempuan. Karakter laki laki pada poster mengenakan pakaian muslim begitu pula dengan karakter perempuan mengenakan pakaian muslimah dengan warna yang senada yaitu warna hitam dan merah maroon. Karakter laki laki pada poster menggunakan sepatu sambil memasukan tangan sebelah kanan kedalam saku dengan posisi berdiri dan karakter perempuan pada posisi duduk sambil menempelkan tangannya pada lutut.

c. Warna

Warna pada background poster menggunakan warna coklat yang memiliki arti kebijaksanaan atau bisa juga kesopanan, lalu pakaian yang dipakai oleh karakter laki laki berwarna merah maroon yang mempunyai makna keberanian, begitu pula dengan hijab yang dikenakan oleh karakter perempuan yang memiliki makna sama yakni keberanian serta pakaian yang digunakan berwarna hitam yang memiliki arti kegelapan.

d. Fotografi

Fotografi dalam poster ini yaitu menampilkan karakter yang berperan didalam poster tersebut yaitu karakter laki laki dan perempuan yang menggunakan pakaian muslim dan muslimah.

e. Layout/Tata Letak

Layout pada poster ini yaitu asimetris dimana pada tipografi kalimat diposisikan tidak seimbang akan tetapi tetap terlihat menarik.

f. Bentuk

Bentuk yang terlihat pada poster ini adalah bentuk siluet lingkaran dibawah desain karakter laki laki dan perempuan yang sedang berdiri dan juga duduk yang dimana siluet lingkaran itu disebut sebagai bentuk geometris yaitu bentuk yang memiliki aturan.

g. Ruang

Terdapat ruang kosong pada poster ini yaitu dibawah tipografi dan dibawah desain karakter laki laki dan perempuan pada poster.

h. Tekstur

Tekstur pada poster ini tekstur lembut yang dimana pada poster tidak menggunakan warna yang gradasi sehingga teksturnya terlihat lembut. Sedangkan tekstur yang terlihat kasar adalah pewarnaan pada poster yang gradasi sehingga tekstur pada poster terlihat kasar.

7. Poster Mereka Mengira Yang Dikubur



Gambar 4. 9 Poster "Mereka Mengira"

Sumber : <https://www.instagram.com/p/CwWqsc0PCR6/>

Postingan tentang tidak ada pertemanan, diposting pada tanggal 25 Agustus 2023 postingan ini memiliki like sebanyak 9.376 serta 41 komentar. Peneliti tertarik dengan desain ini karena menggambarkan bahwa semua manusia akan mengalami kematian. Dakwah yang terkandung pada poster ini dakwah akidah yaitu

menanamkan kesadaran bahwa kematian adalah awal pertanggungjawaban. Poster ini dianalisis menggunakan metode analisis Roland Barthes sebagai berikut :

Tabel 4. 8

Penelitian Pada Poster “Mereka Mengira Yang Dikubur”

	Makna	
Denotasi	Konotasi	Mitos
- Terlihat empat orang laki laki sedang memikul keranda jenazah menuju liang lahat	Menggambarkan perjalanan hidup manusia yang akhirnya akan berujung pada kematian.	Banyak orang percaya bahwa setelah seseorang meninggal, ia akan beristirahat dengan tenang, padahal justru setelah masuk kubur, seseorang akan menghadapi fase perjalanan dan penghakiman.
- Terdapat kalimat “Mereka mengira yang dikubur sudah tenang tidak sakit lagi, padahal masuk kubur adalah awal dari perjalanan menuju akhirat”.		

Penjelasan mengenai elemen desain grafis :

a. Tipografi

Tipografi pada poster ini menggunakan tipografi jenis *sertif*. Pada poster ini terdapat satu tipografi yaitu kalimat “Mereka mengira yang dikubur sudah tenang tidak sakit lagi, padahal masuk kubur adalah awal dari perjalanan

menuju akhirat”. Tipografi ini diposisikan diatas karakter pada poster.

b. Ilustrasi

Ilustrasi pada poster merupakan ilustrasi empat karakter laki laki. Karakter laki laki ini menggunakan pakaian muslim, sambil memikul keranda. Keempat karakter tersebut menggunakan peci dan pakain dengan warna yang berbeda beda. Terlihat satu karakter laki laki yang menggunakan sarung.

c. Warna

Poster ini memiliki warna yang berbeda beda, terlihat dari warna yang digunakan pada pakaian yang di pakai oeh karakter didalam poster. Pada karakter laki laki yang didepan menggunakan pakaian berwarna biru dan ungu. Warna biru diartikan sebagai warna yang memiliki arti kemurahan hati sedangkan warna ungu di artikan sebagai warna yang memiliki arti kehangatan. Pada karakter laki laki dibagian belakang memakai pakaian berwarna biru dan kuning. Warna kuning diartikan sebagai warna keagungan.

d. Fotografi

Fotografi dalam poster ini yaitu menampilkan karakter yang berperan didalam poster tersebut yaitu empat karakter laki laki.

e. Layout/Tata Letak

Layout pada poster ini yaitu asimetris dimana pada tipografi kalimat diposisikan tidak seimbang akan tetapi tetap terlihat menarik.

f. Bentuk

Bentuk yang terlihat pada poster ini adalah bentuk siluet lingkaran putih dibawah desain karakter empat laki laki yang sedang memikul keranda. siluet lingkaran itu

disebut sebagai bentuk geometris yaitu bentuk yang memiliki aturan. Selain itu terdapat juga siluet pohon dan juga rumput.

g. Ruang

Terdapat ruang kosong pada poster ini yaitu dibawah tipografi dan dibawah desain karakter empat laki laki yang memikul keranda pada poster.

h. Tekstur

Tekstur pada poster ini tekstur lembut yang dimana pada poster tidak menggunakan warna yang gradasi sehingga teksturnya terlihat lembut. Sedangkan tekstur yang terlihat kasar adalah pewarnaan pada poster yang gradasi sehingga tekstur pada poster terlihat kasar.

8. Poster Circle Pertemanan



Gambar 4. 10 Poster "Circle Pertemanan"

Sumber : <https://www.instagram.com/p/CxSqSCdvJ3i/>

Postingan tentang circle pertemanan, diposting pada tanggal 17 September 2023 postingan ini memiliki like sebanyak 9.882 serta 30 komentar. Peneliti tertarik dengan desain ini karena pada poster ini menjelaskan bahwa lingkungan pertemanan itu sangat berpengaruh pada kehidupan pribadi seseorang. Dakwah yang

terkandung pada poster ini adalah dakwah akhlak karena berisi tentang pentingnya memilih teman baik. Poster ini dianalisis menggunakan metode analisis Roland Barthes sebagai berikut :

Tabel 4. 9
Penelitian pada Poster “Circle Pertemanan”

	Makna	
Denotasi	Konotasi	Mitos
<ul style="list-style-type: none"> - Empat orang laki laki yang sedang berdiri dan saling merangkul satu sama lain. - Terdapat kalimat “Circle pertemanan itu ngaruh banget sama pengembangan diri, kesehatan mental dan yang paling penting akhlak dan agama seseorang”. 	<p>Menggambarkan keakraban dan hubungan yang erat antara mereka.</p>	<p>Circle pertemanan sebagai faktor utama dalam pembentukan karakter seolah olah seseorang tidak memiliki kendali penuh atas dirinya, melainkan dipengaruhi oleh teman-temannya.</p>

Penjelasan mengenai elemen desain grafis :

a. Tipografi

Tipografi pada poster ini merupakan tipografi jenis *sertif*, tipografi tersebut diposisikan diatas karakter di dalam poster. Adapun tipografinya yaitu “Circle pertemanan itu ngaruh banget sama pengembangan diri, kesehatan mental dan yang paling penting akhlak dan agama seseorang”.

Tipografi ini ditulis dengan menggunakan warna putih pada poster.

b. Ilustrasi

Ilustrasi pada poster merupakan ilustrasi empat karakter laki laki. Karakter laki laki ini menggunakan pakaian muslim, sambil merangkul satu sama lain. Keempat karakter tersebut menggunakan peci dan pakaian dengan warna yang berbeda beda.

c. Warna

Poster ini memiliki warna yang berbeda beda, terlihat dari warna yang digunakan pada pakaian yang di pakai oeh karakter didalam poster. Dua laki laki sebelah kiri terlihat menggunakan pakaian berwarn abu abu tua dan coklat. Warna abu abu sendiri diaqrtikan sebagai warna yang memiliki arti kesederhanaan sedangkan warna coklat memiliki arti kebijaksanaan. Lalu pada dua karakter laki laki sebelah kanan menggunakan pakaian berwarna hitam dan abu abu tua. Hitam disini memiliki arti kegelapan sedangkan abu abu memiliki arti kesederhanaan.

d. Fotografi

Fotografi dalam poster ini yaitu menampilkan karakter yang berperan didalam poster tersebut yaitu empat karakter laki laki.

e. Layout/Tata Letak

Layout pada poster ini yaitu asimetris dimana pada tipografi kalimat diposisikan tidak seimbang akan tetapi tetap terlihat menarik.

f. Bentuk

Bentuk yang terlihat pada poster ini adalah bentuk siluet lingkaran hitam dibawah desain karakter empat laki laki yang saling merangkul satu sama lain. siluet lingkaran

Tabel 4. 10
 Penelitian pada Poster “Nama Kita”

	Makna	
Denotasi	Konotasi	Mitos
<ul style="list-style-type: none"> - Terlihat dua kaki dengan tertutup oleh kain berwarna putih kemudian ada kertas menggantung dijempol kakinya - Terdapat kalimat “Nama kita sudah terdaftar dalam daftar tunggu kematian, setiap hari kita berjalan kearahnya, lalu kenapa masih berdiam diri dan tidak mau memperbaiki ketaatan”. 	<p>Menggambarkan seseorang yang sudah meninggal dan berada di kamar mayat.</p>	<p>Hidup adalah perjalanan menuju akhirat, dan manusia harus mempersiapkan diri dengan meningkatkan ibadah dan ketaatan.</p>

Penjelasan mengenai elemen desain grafis :

a. Tipografi

Tipografi pada poster ini merupakan tipografi jenis *sertif*, tipografi tersebut diposisikan diatas karakter di dalam poster. Adapun tipografinya yaitu “Nama kita sudah terdaftar

dalam daftar tunggu kematian, setiap hari kita berjalan kearahnya, lalu kenapa masih berdiam diri dan tidak mau memperbaiki ketaatan”. Tipografi ini ditulis dengan menggunakan warna putih pada poster.

b. Ilustrasi

Pada poster ini ilustrasi yang digunakan yaitu ilustrasi dua kaki seorang laki laki dalam keadaan sudah meninggal dan berada di kamar jenazah atau kamar mayat. Kaki tersebut ditutup menggunakan kain berwarna putih dan terdapat kertas menggantung di jempol kakinya.

c. Warna

Warna yang digunakan pada poster ini yaitu warna putih dan coklat. Warna coklat digunakan sebagai background poster yang memiliki arti kebijaksanaan sedangkan warna putih digunakan pada desain kain diatas kaki jenazah. Warna putih ini memiliki arti suci ataupun bersih.

d. Fotografi

Fotografi dalam poster ini yaitu menampilkan karakter yang berperan didalam poster tersebut yaitu satu karakter laki laki dalam keadaan sudah meninggal dunia.

e. Layout/Tata Letak

Layout pada poster ini yaitu asimetris dimana pada tipografi kalimat diposisikan tidak seimbang akan tetapi tetap terlihat menarik.

f. Ruang

Poster ini memiliki ruang kosong, yaitu dibawah tipografi dan dibawah desain kaki karakter laki laki yang ditutup dengan kain berwarna putih yang sudah meninggal pada poster.

g. Tekstur

Poster ini memiliki tekstur lembut yang dimana pada poster tidak menggunakan warna yang gradasi sehingga teksturnya terlihat lembut. Sedangkan tekstur yang terlihat kasar adalah pewarnaan yang gradasi pada poster sehingga tekstur pada poster terlihat kasar.

10. Poster Pernikahan Terburuk



Gambar 4. 12 Poster "Pernikahan Terburuk"

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

Postingan tentang pernikahan terburuk, diposting pada tanggal 25 September 2023 postingan ini memiliki like sebanyak 5.165 serta 13 komentar. Dakwah yang terkandung pada poster ini adalah dakwah akhlak. Poster ini dianalisis menggunakan metode analisis Roland Barthes sebagai berikut :

Tabel 4. 11

Penelitian pada Poster “Pernikahan Terburuk”

	Makna		
Denotasi	Konotasi	Mitos	
- Terlihat laki laki dan perempuan tidak saling	Menggambarkan orang tua yang sedang bertengkar kemudian anak	Bahwa materi dan fisik dalam pernikahan menjamin	

<p>berhadapan lalu ada anak kecil yang menarik narik baju.</p> <p>- Terdapat kalimat “Pernikahan terburuk adalah seorang laki laki memilih karena semata rupa, sementara si wanita memilihnya karena semata harta, indah dan bahagia sesaat namun keberkahan sulit didapat”.</p>	<p>kecil itu mencoba untuk menyatukan kembali atau mendamaikan.</p>	<p>kebahagiaan, namun kebahagiaan sejati dalam pernikahan bukan dari materi ataupun fisik saja, melainkan dari cinta yang dalam, kejujuran serta keberkahan.</p>
--	---	--

Penjelasan mengenai elemen desain grafis :

a. Tipografi

Tipografi pada poster diatas menggunakan tipografi dengan jenis *sertif*, tipografi ini adalah jenis tipografi yang mudah dibaca oleh pembaca. Tipografinya di posisikan di atas karakter pada poster. Adapun tipografinya yakni “Pernikahan terburuk adalah seorang laki laki memilih karena semata rupa, sementara si wanita memilihnya karena semata harta, indah dan bahagia sesaat namun keberkahan sulit didapat”.

b. Ilustrasi

Pada poster ini ilustrasi yang digunakan yaitu ilustrasi dua karakter laki laki dan dua karakter perempuan. Karakter laki laki dewasa yaitu berperan sebagai seorang ayah dan karakter anak kecil laki laki berperan sebagai anak laki lakinya. Begitupun dengan karakter perempuan, perempuan dewasa berperan sebagai ibunya dan anak kecil perempuan berperan sebagai anak perempuannya.

c. Warna

Warna yang digunakan pada poster ini menggunakan warna yang berbeda beda, terlihat dari pakaian yang dikenakan oleh subjek dalam poster. Warna coklat dan hitam dikenakan oleh sang ibu dan juga anak perempuan lalu warna putih dikenakan oleh ayah dan anak laki lakinya. Warna coklat memiliki arti kebijaksanaan, sedangkan warna hitam memiliki arti kegelapan. Warna putih pada poster diartikan sebagai warna yang memiliki arti suci ataupun bersih.

d. Fotografi

Fotografi dalam poster ini yaitu menampilkan karakter yang berperan didalam poster tersebut yaitu dua karakter laki laki dan dua karakter perempuan.

e. Layout/Tata Letak

Layout pada poster ini yaitu asimetris dimana pada tipografi kalimat diposisikan tidak seimbang akan tetapi tetap terlihat menarik.

f. Bentuk

Bentuk yang terlihat pada poster ini adalah bentuk siluet lingkaran hitam dibawah desain empat karakter pada poster. siluet lingkaran itu disebut sebagai bentuk geometris yaitu bentuk yang memiliki aturan.

g. Ruang

Poster ini memiliki ruang kosong, yaitu dibawah tipografi dan dibawah desain empat karakter pada poster.

h. Tekstur

Poster ini memiliki tekstur yang lembut terlihat dari pewarnaan pada poster. Tidak menggunakan warna yang gradasi sehingga teksturnya terlihat lembut. Sedangkan tekstur yang terlihat kasar adalah pewarnaan yang gradasi pada poster sehingga tekstur pada poster terlihat kasar.

D. Temuan Data Analisis Makna Pada Akun Instagram @ummu.hanzholah

Berdasarkan analisis yang dilakukan oleh peneliti terhadap poster digital di akun Instagram @ummu.hanzholah, ditemukan bahwa setiap desain poster yang ada memiliki kesamaan. Hal ini menjadi alasan menarik bagi peneliti untuk melakukan penelitian lebih lanjut pada akun Instagram @ummu.hanzholah. Terdapat tiga kesamaan pada setiap desain posternya anantara lain :

Pertama tipografi, tipografi merupakan cabang khusus dalam desain grafis yang berfokus pada studi mengenai berbagai aspek huruf (*font*). Tipografi yang digunakan pada poster yaitu menggunakan tipografi jenis *Sertif* berupa times new roman. @ummu.hanzholah menggunakan tipografi jenis ini pada setiap poster yang diunggah di akunnya. *Sertif* merupakan jenis huruf yang memiliki garis garis kecil di ujung ujung badan huruf. Sehingga huruf sertif dianggap lebih mudah untuk dibaca.

Kedua warna, penggunaan warna memiliki tingkat kontras dan tone warna yang berbeda- beda, sesuai dengan isi yang ada pada poster yang sedang disampaikan. Namun kesamaan terlihat pada warna background yang digunakan pada setiap poster akun instagram @ummu.hanzholah menggunakan background berwarna coklat. Warna coklat merupakan warna yang memiliki arti kebijaksanaan, kesopanan dan kearifan.

Ketiga subjek pada poster, kreator menggunakan subjek manusia tanpa menggunakan ekspresi pada setiap desain posternya. Ketiga kesamaan ini konsisten digunakan oleh @ummu.hanzholah pada setiap posternya. Selain itu ketiga kesamaan ini menjadi ciri khas tersendiri pada akun instagram @ummu.hanzholah.

Adanya analisis data dari hasil penemuan diatas, dari penulis menemukan bahwa postingan desain grafis pada akun @ummu hanzholah mengandung dakwah yang berbeda beda. Dakwah tersebut diantaranya dakwah tauhid, dakwah syariat, dakwah akhlak, dan dakwah akidah. Dakwah tauhid adalah ajakan kepada manusia untuk mengesakan allah dalam aspek kehidupan, dakwah syariat merupakan ajakan untuk menaati dan mengikuti syariat syariat islam, lalu dakwah akhlak adalah ajakan yang dilakukan dengan mempraktikan akhlak yang mulia sedangkan dakwah akidah adalah ajakan untuk menanamkan dan memperkuat keyakinan agar sesuai dengan ajaran agama islam.

Dakwah tauhid pada akun @ummu.hanzholah terdapat pada gambar 4.4 poster tentang mulutku sering berucap, dakwah syariat terdapat pada gambar 4.5, poster tentang bila seseorang tidak amanah, gambar 4.8 poster tentang tidak ada pertemanan, lalu dakwah akhlak terdapat pada gambar 4.6 poster tentang terkadang kita, gambar 4.7 poster tentang seandainya wanita tau, gambar 4.10 poster tentang circle pertemanan, gambar 4.12 poster tentang pernikahan terburuk, sedangkan dakwah akidah terdapat pada gambar 4.3 poster tentang sesungguhnya yang pendek, gambar 4.9 poster tentang mereka mengira yang dikubur, dan gambar 4.11 poster tentang nama kita.

Setelah melakukan penelitian terhadap data yang ditemukan, penulis menemukan bahwa akun @ummu.hanzholah cukup berhati hati dalam menampilkan karakter pada setiap desain grafisnya dengan tidak menampilkan ekspresi pada poster yang diciptakan pada unggahannya. Akun Instagram @ummu.hanzholah merupakan representasi dari

kelompok islam yang menjaga kemurnian ajaran islam menggunakan desain grafis pada setiap postingannya.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terhadap desain grafis pada poster dakwah di akun Instagram @ummu.hanzholah, dengan data posting dari Juli 2023 hingga Desember 2023, menggunakan analisis teori semiotika Roland Barthes diperoleh hasil penelitian, penulis menyimpulkan bahwa penerapan desain grafis sebagai media dakwah di instagram @ummu.hanzholah mengandung makna makna tertentu dan mengandung elemen desain grafis diantaranya terdiri dari tipografi, ilustrasi, warna, fotografi, layout/tata letak, garis, bentuk, ruang dan tekstur.

Poster yang terdapat pada akun @ummu.hanzholah memiliki makna makna tersendiri yaitu makna denotasi dilihat dari gambar yang terdapat pada poster yang memiliki arti sebenarnya. Makna konotasi, yang memiliki makna bukan sebenarnya dan makna mitos sendiri dilihat dari tipografi atau makna lain yang terkandung didalam tipografi tersebut pada poster.

Dalam hal ini penulis menyimpulkan, melalui analisis semiotika Roland Barthes, bahwa sejumlah poster yang diteliti pada akun Instagram @ummu.hanzholah mengandung makna denotasi, konotasi dan mitos yang beragam dalam setiap desain grafis pada instagram @ummu.hanzholah.

B. Saran

Pada hasil penelitian yang telah diteliti terdapat saran untuk kreator, peneliti memiliki saran yang diharapkan bisa bermanfaat bagi kreator, dalam mendesain sebuah desain grafis agar poster yang didesain terlihat lebih hidup dan menarik perhatian audiens, kreator bisa menambahkan ekspresi wajah seperti senyum, kaget, atau sedih yang dapat membantu menyampaikan emosi dan memperkuat pesan yang ingin disampaikan. Kedua kreator bisa tambahkan elemen visual pendukung jika subjek dalam poster tidak memiliki ekspresi, maka pesan emosional bisa diperkuat dengan elemen lain seperti simbol-simbol pendukung, atau pencahayaan dramatis untuk menciptakan suasana tertentu.



DAFTAR PUSTAKA

- Abbas. “mDakwah Dalam Perspektif Islam.” *Jurnal Al-Nashihah* Vol.1, no. No.1 (2017): 13–23.
- Abdul Salam, Muliaty Amin, Kamaluddin Tajibu. “*Dakwah Melalui Youtube (Analisis Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki).*” *Jurnal Washiyah* 1, no. 3 (2020):
- Alimuddin, Nurwahidah. “Konsep Dakwah Islam.” *Jurnal Hunafa* Vol.4, no. No.1 (1977): hlm 1.
- Ardiansyah, Risnita, and M. Syahrani Jailani. “*Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif.*” *Jurnal Ihsan : Jurnal Pendidikan Islam* 1, no. 2 (2023): 1–9.
- Budyastomo, Wimar. “*Bentuk Bahasa Komunikasi Dalam Seni Grafiti Sebagai Media Penyampain Pesan (Studi Kasus : Padepokan Grafiti Salatiga).*” *Pengabdian Pada Masyarakat*, n.d., hlm 146-156.
- Cenadi, Christine Suharto. “*ELemen Elemen Dalam Desain Komunikasi Visual.*” *Proceedings of the Society for Experimental Biology and Medicine* 206, no. 3 (1994): 216–20.
- Dafrina, Armelia, Fidyati Fidyati, Firda Abadi, and Nova Purnama Lisa. “*Kajian Makna Ornamen Dan Makna Warna Ornamen Umah Pitu Ruang (Studi Kasus Umah Pitu Ruang Di Desa Kemili, Aceh Tengah).*” *Arsitek* Vol.9, no. No.1 (2022): hlm 1.
- Dewojati, R. Kuncoro Wulan. “*Desain Grafis Sebagai Media Ungkap Periklanan.*” *Imaji* Vol.7, no. No.2 (2015): hlm 175-182.
- Dr. Umar Sidiq, Moh. Miftachul Choiri. *Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan.* *Journal of Chemical Information and Modeling.* Vol. Vol.53, 2019.
- Dwi, Errika, and Setya Watie. “*Komunikasi Dan Media Sosial (Communications and Social Media)*” Vol.3 Hlm 69-75.
- Effendy, Erwan. “*Efektivitas Dakwah Dalam Media Digital Untuk Generasi Z.*” *Dakwah Dan Komunikasi* Vol.4, no. No.2 (2024): hlm 880-887.
- Fadila, Arif Faozi. “*Pesan Dakwah Dalam Karakter Anime Pada Akun Instagram @ Arielsyafrin Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam,*” 2023.

- Fadli, Muhammad Rijal. “*Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif.*” *Jurnal Humanika* Vol.21, no. No.1 (2021): hlm 33-54.
- Ghifany, Moersito Al. “*Desain Komunikasi Visual Sebagai Media Dakwah (Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Akun Instagram @OtoyCihuy).*” 2024, hlm 20.
- Gumelar, Rangga Galura. “*Layout Majalah Sebagai Sebuah Cerminan Identitas Pembaca Studi Kasus Layout Majalah Cosmopolitan Dan Aneka Yes.*” *Jurnal Komunikasi* Vol.2, no. No.3 (n.d.): hlm 51-57.
- Hasian, Irene, Irsya Putri, and Ferdiansyah Ali. “*Analisis Elemen Desain Grafis Dari Visual Konten Instagram Indonesia Tanpa Pacaran Ditinjau Dari Teori Retorika.*” *Magenta* 5, no. 01 (2021): 726–39.
- Husna, Zida Zakiyatul. “*Perkembangan Dakwah Melalui Media Sosial Instagram.*” *Ath Thariq Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* vol 5, no. No 2 (n.d.): hlm 197.
- Jamallulail, Airlangga, Ammar Muhammad, Alfin Nugraha, Asep Irawan, and Muhammad Yasin. “*Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Poster Iklan Floridina Coco.*” *Seminar Nasional Desain Dan Media*, 2023, 91–93.
- Kardiyanto, Wawan. “*Kesenian Prophetik Walisongo Dan Seni Wayang Purwa*” 15 no. 2 (2018): 127–38.
- Kusumawati, Yudhistya Ayu, Agung Eko Budiwaspada, and Acep Iwan Saidi. “*Makna Kecantikan Pada Iklan Televisi Kosmetik Berlabel Halal (Studi Kasus: Mazaya Divine Beauty) Meaning of Beauty on Television Advertising of Cosmetics With Halal Label (a Case Study: Mazaya Divine Beauty).*” *Jurnal Sosioteknologi* 15, no. 1 (2016): 96–105.
- Lubis, Faizal Hamzah, Fadhil Pahlevi Hidayat, Sigit Hardiyanto, Muhammadiyah Sumatera Utara, North Sumatera, Kata Kunci, Desain Grafis, and Graphic Design. “*Peningkatan Kemampuan Desain Grafis Untuk Meningkatkan Kreativitas Dakwah Pada PC IPM Medan Area.*” *Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat* Vol.7, no. No.1 (2022): hlm 107-111.
- Manik Pratiwi, Anak Agung. “*Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan Online Saat Pandemi Covid-19.*” *Jurnal Ilmiah Satyagraha* 3, no. 2 (2020): 73–81.
- Mubarok, Muhammad Ali, Muhammad Fadlullah Bilal, and Rilo Ihksan Fadil. “*(Analisis Akun Instagram @ Nunuzoo).*” *Komunikasi Dan Penyiaran*, n.d., hlm 26-36.
- Natasari, Nofia. “*Tradisi Panjang Mulud Di Kesultanan Banten Lama Analisis*

- Semiotika Roland Barthes.*” *Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah Dan Kemasyarakatan* 25, no. 1 (2021): 93–101.
- Nurdin, Nurdin. “*Analisis Semiotik Roland Barthes Terhadap Busana Rimpu Wanita Bima.*” *Jurnal Ilmiah Mandala Education* 7, no. 3 (2021): 699–707.
- Nurhidayat. “*Metode Dakwah (Studi Al-Qur’an Surah an-Nahl Ayat 125).*” *Jurnal Dakwah Tabligh* 16, no. 1 (2015): 78–89.
- Nurindah, Fitri. “*Analisis Data Penelitian Kualitatif,*” 2022.
- Oktavianti, Sugeng nur. “*Karya Desain Grafis Sebagai Media Dakwah Dalam Akun ‘Santri Design Community’ Pada Instagram,*” n.d., hlm 10.
- “*Pengguna Internet Di Indonesia Meningkat Di 2024.*” apji, 2024. <https://apji.or.id/berita/d/pengguna-internet-di-indonesia-meningkat-di-2024>.
- Rahmah Muthia “*Penggunaan Desain Grafis Pada Majalah Hidayatullah Sebagai Media Dakwah Dalam Menarik Minat Baca Mad’u Di Bandar Lampung Skripsi,*” 2018, 1–26.
- Rijali, Ahmad. “*Analisis Data Kualitatif.*” *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah* 17, no. 33 (2019): 81.
- Rini, Damayanti. “*Diksi Dan Gaya Bahasa Dalam Media Sosial Instagram.*” *Jurnal Widyaloka Ikip Widya Darma* 5, no. 3 (2018): 261–78.
- Rohani. “*Media Pembelajaran. In Media Pembelajaran.*” *Repository.Uinsu*, 2020, 234.
- Rohman, Dudung Abdul. “*Komunikasi Dakwah Melalui Media Sosial.*” *Jurnal Diklat Keagamaan Vol.13, no. No.2* (2019): 121–32.
- Rosidah. “*Definisi Dakwah Islamiyyah Ditinjau Dari Perspektif Konsep Komunikasi.*” *Jurnal Qathruna Vol.2, no. No.2* (2015): hlm 155-178.
- Sabaniyati, Sholehah. “*Pesan Dakwah Tentang Akhlak Untuk Remaja Pada Tiktok (Analisis Pesan Dakwah Pada Akun Tiktok @ Risyad _ Bay),*” 2023.
- Safliana, Eka. “*Seni Dalam Perspektif Islam.*” *Jurnal Ilmiah Islam Futura Vol.7, no. No.1* (n.d.): hlm 100.
- Satiti, Wisnu Siwi, Fitri Umardiyah, Faisol Hidayatulloh, Nur Fikri Munfarida, Milla Fatmawati, and Achmad Hanafi. “*Pelatihan Desain Grafis Menggunakan Aplikasi Canva Untuk Remaja Di Desa Kalikejambon.*” *Jurnal*

Pengabdian Masyarakat 3, no. 3 (2022): 2774–8529.

Shinta. “*Pelayanan Akte Jual Beli*.” *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2017, 5–24.

Sitepu, Vinsensius. “*Panduan Mengenal Desain Grafis*” Vol.19, no. No.5 (2016): hlm 16-22.

Syahrul, Yasermi. “*Penerapan Design Thinking Pada Media Komunikasi Visual Pengenalan Kehidupan Kampus Bagi Mahasiswa Baru Stmik Palcomtech Dan Politeknik Palcomtech*.” *Jurnal Bahasa Rupa* Vol.2, no. No.2 (2019): hlm 109-117.

Utami, Nadhifa Fitri, Nova Yulianti, and Islam Bandung. “*Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi*” Vol.2, no. No. 2 (n.d.): hlm 1-4.

Widya, Leonardo Adi Dharma, and Andreas James Darmawan. *Bahan Ajar Kursus Dan Pelatihan Desain Grafis. Pengantar Desain Grafis*, 2016.

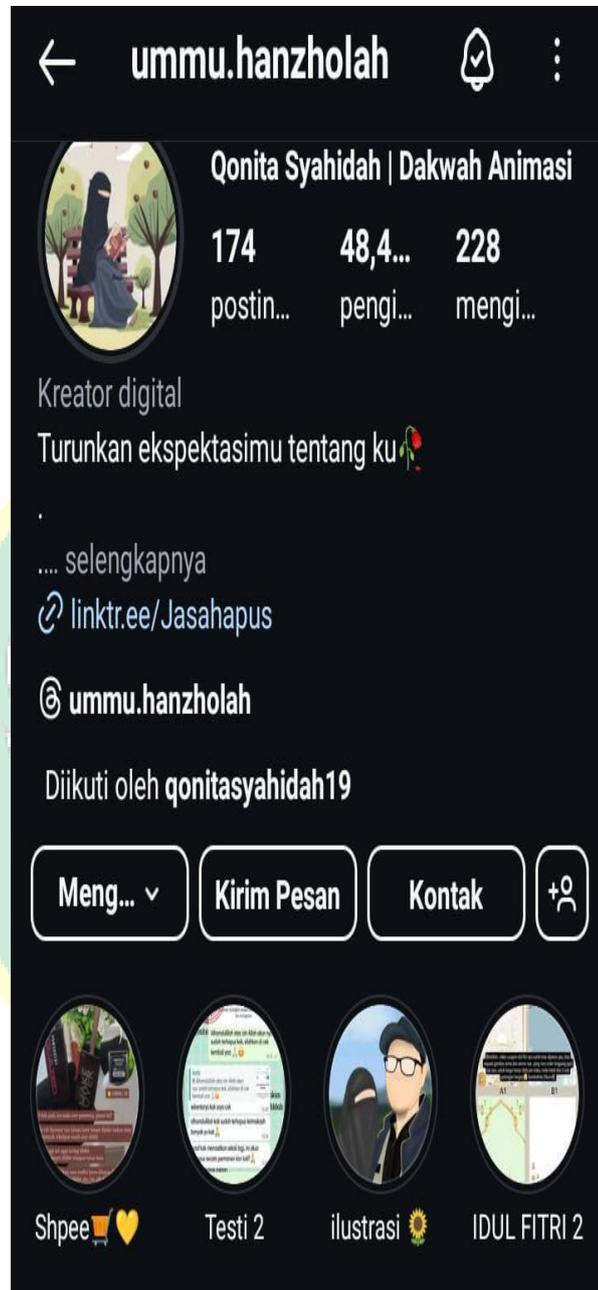
Witabora, Joneta. “*Peran Dan Perkembangan*.” *Humaniora* Vol.3, no. No.2 (2012): hlm 660.

Zahra, Afifah Nur, Universitas Islam Bandung, and Fakultas Dakwah. “*Strategi Dakwah Desain Visual Grafis Pada Media Sosial Instagram*.” *Dakwah Dan Komunikasi*, 2021, hlm 101-102.

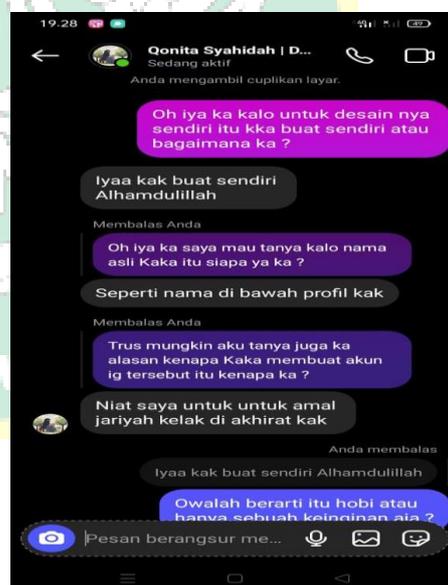
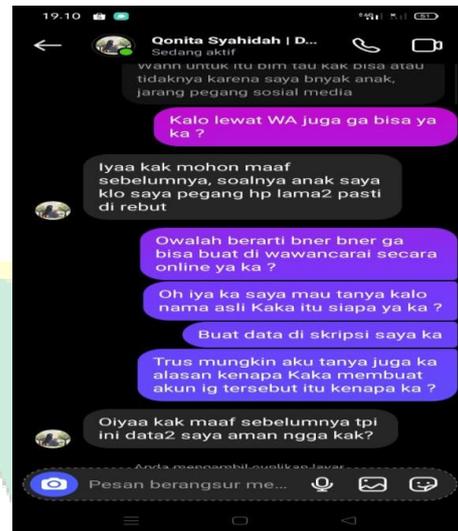
Zahra, Ulfa Fauzia, Ahmad Sarbini, and Asep Shodiqin. “*Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah*.” *Tabligh: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* Vol.1, no. 2 (2016): 60–88.

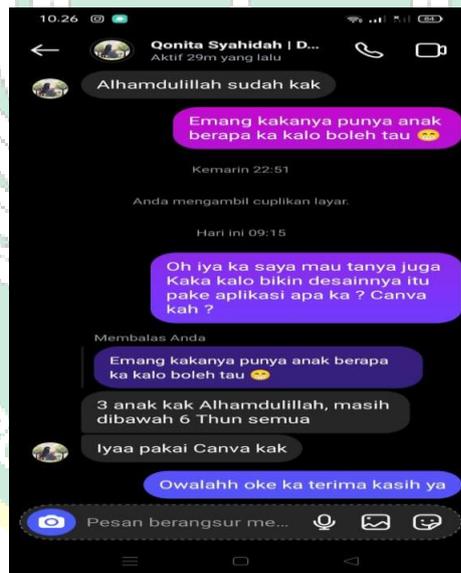
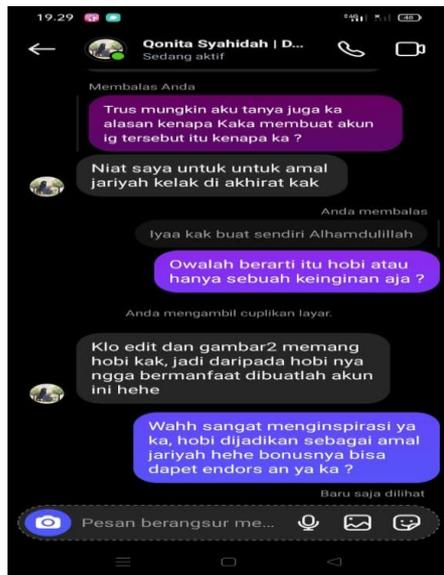
LAMPIRAN

Beranda akun Instagram @ummu.hanzholah



Screenshoot Observasi Penelitian melalui Direct Messange Pada Akun @ummu.hanzholah





Gambar Postingan Poster yang Dianalisis





DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama : Tri Trisnawati
2. NIM : 214110102158
3. Tempat, Tanggal Lahir : Brebes, 17 Maret 2004
4. Alamat : Jipang, Bintang Timur RT 05 RW 05,
Kecamatan Bantarkawung, Brebes, Jawa
Tengah
5. Nama Ayah : Sutrisman
6. Nama Ibu : Jumanah

B. Riwayat Pendidikan

1. SD/MI, tahun lulus : Sd Negeri Jipang 05, 2015
2. SMP/MTs, tahun lulu : MTs Negeri 3 brebes, 2018
3. SMA/MA, tahun lulus : Man 2 Brebes, 2021

