

**PESAN DAKWAH DALAM INSTAGRAM @DAWUHGURU
ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PEIRCE**



SKRIPSI

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

Oleh:
AMELIA
NIM. 214110102207

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

PERNYATAAN KEASLIAN DAN BEBAS PLAGIARISME

PERNYATAAN KEASLIAN DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Amelia
NIM : 214110102207
Jenjang : Strata 1
Jurusan : Manajemen dan Komunikasi Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi Islam

Menyatakan bahwa naskah skripsi berjudul **Pesan Dakwah Dalam Instagram @ Dawuhguru Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce** ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya, dan bebas plagiarisme. Jika dikemudian hari terbukti bukan karya sendiri atau melakukan plagiaris, maka saya siap ditindak sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

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

Purwokerto, 17 April 2025

Saya yang menyatakan,



Amelia
NIM.2141.10102207

PENGESAHAN



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

Jalan Jenderal A. Yani, No. 40A Purwokerto 53125
Telepon (0281) 635624 Faksimili (0281) 636553, www.uinsaizu.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

PESAN DAKWAH DALAM INSTAGRAM @DAWUHGURU ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PEIRCE

Yang disusun oleh **Amelia** NIM 214110102207 Program Studi **Komunikasi dan Penyiaran Islam Jurusan Manajemen dan Komunikasi Islam** Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari Kamis tanggal **17 April 2025** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Sosial (S.Sos)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Pembimbing

Dedy Riyadin Saputro, M.I.Kom.
NIP. 19870525 201801 1 001

Sekretaris Sidang/Penguji II

M. Hikamudin Suyuti, M. S. I.
NIP. 19830121 202321 1 010

Penguji Utama

Uus Uswatusolihah, M.A.
NIP. 19770304 200312 2 001

Mengesahkan,

Purwokerto, 17 April 2025

Dekan,



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

NOTA DINAS PEMBIMBING



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) 638624 Faksimili (0281) 638953
www.uinwatu.ac.id

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

di - Purwokerto

Assalamu 'alaikum. W/3, W/3

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

Nama : Amelia
NIM : 214110102207
Jenjang : S-1
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah
Judul : Pesan Dakwah Dalam Instagram @DewuhGuru Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce

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

Wassalamu 'alaikum. W/3, W/3

Purwokerto, 17 April 2025
Pembimbing


Dr. Agus Sarfuddin, M.A.
NIP. 197901252005011001

PESAN DAKWAH DALAM INSTAGRAM @DAWUHGURU ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PEIRCE

Amelia
NIM. 214110102207

ABSTRAK

Aktivitas dakwah di era saat ini telah mengalami perkembangan yang pesat dalam menjangkau lebih banyak masyarakat melalui media sosial. Dengan adanya kemajuan teknologi, masyarakat mengalami kemudahan dalam mengakses informasi. Namun, tidak dapat sangkal bahwa hal tersebut dapat memunculkan berita bohong (hoax), konten Islam garis keras, hingga konten negatif. Sehingga dakwah di media sosial sebagai peluang baru dalam menyebarkan ajaran Islam kepada masyarakat. Salah satunya dilakukan oleh akun Instagram @dawuhguru yang hadir sejak 27 November 2017 dengan mengemas konten dakwah yang lebih moderat dan menarik melalui gambar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui isi pesan dakwah pada akun Instagram @dawuhguru menurut analisis semiotika Charles Sanders Peirce yang meliputi *representament*, *object*, dan *interpretant* dengan memahami unsur tanda dari segi acuannya, yaitu ikon, indeks, dan simbol.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif yang dapat menghasilkan pendiskripsian yang mendalam. Fokus penelitian ini adalah analisis terhadap lima postingan gambar akun Instagram @dawuhguru periode bulan Juli 2024. Postingan gambar yang berisi pesan dakwah dianalisis menggunakan pendekatan semiotika Charles Sanders Peirce. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi pustaka, wawancara dengan *founder* @dawuhguru melalui WhatsApp, observasi terhadap postingan gambar di akun tersebut, serta dokumentasi yang diperoleh dari sumber tertulis.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa lima postingan dalam akun Instagram @dawuhguru ditemukan tiga struktur semiotika Charles Sanders Peirce berupa tanda, simbol, dan *interpretant*, dengan acuan tanda seperti *icon*, *index*, *symbol*. Dimana yang mempunyai keragaman adalah unsur *icon* dan *index*. Dalam lima postingan gambar tersebut memuat tiga jenis pesan dakwah yaitu akidah, akhlak, dan syariah. Pesan dakwah akidah yaitu pentingnya menuntut ilmu khususnya ilmu agama dan anjuran membaca surah Al-Ikhlas ketika masuk rumah. Selanjutnya pesan dakwah akhlak perlunya berakhlak baik, dan kesetiaan ketika sudah berumah tangga. Terakhir pesan dakwah syariah berupa pesan agar tidak mengakhiri ibadah salat. Kemudian dalam mengemas pesan dakwah akun Instagram @dawuhguru meskipun tampilannya sederhana, akan tetapi berhasil mengintegrasikan unsur desain dengan baik pada setiap postingannya sehingga dapat menarik masyarakat.

Kata Kunci: *New Media*, *Pesan Dakwah*, *Semiotika*.

DA'WAH MESSAGES IN INSTAGRAM @DAWUHGURU CHARLES SANDERS PEIRCE SEMIOTIC ANALYSIS

Amelia
NIM. 214110102207

ABSTRACT

Da'wah activities in the current era have experienced rapid development in reaching more people through social media. With the advancement of technology, people experience ease in accessing information. However, it cannot be denied that this can lead to hoaxes, hardline Islamic content, and negative content. Therefore, da'wah on social media is a new opportunity to spread Islamic teachings to the community. One of them is carried out by the Instagram account @dawuhguru which has been present since November 27, 2017 by packaging more moderate and interesting da'wah content through images. This study aims to determine the content of da'wah messages on the @dawuhguru Instagram account according to Charles Sanders Peirce's semiotic analysis which includes representament, object, and interpretant by understanding the elements of the sign in terms of its reference, namely icons, indexes, and symbols.

This research is a descriptive qualitative research that can produce an in-depth description. The focus of this research is the analysis of five Instagram account image posts @dawuhguru Instagram account for the period July 2024. Image posts containing da'wah messages were analyzed using Charles Sanders Peirce's semiotic approach. Data collection techniques were carried out through literature studies, interviews with the founder @dawuhguru via WhatsApp, observation of image posts on the account, and documentation obtained from written sources.

The results of the study show that five posts in the @dawuhguru Instagram account found three Charles Sanders Peirce semiotic structures in the form of signs, symbols, and interpretants, with sign references such as icon, index, symbol. Where what has diversity is the icon and index elements. In the five image posts, it contains three types of da'wah messages, namely creed, morals, and sharia. The da'wah message of akidah is the importance of studying knowledge, especially religious knowledge and the recommendation to read surah Al-Ikhlâs when entering the house. Furthermore, the moral da'wah message is the need to have good morals, and loyalty when married. Finally, the sharia da'wah message is a message not to delay the prayer. Then in packaging the da'wah message of the @dawuhguru Instagram account, although the appearance is simple, it succeeds in integrating

Keywords: *New Media, Da'wah Messages, Semiotics.*

MOTTO

{ وَهُوَ مَعَكُمْ أَيْنَ مَا كُنْتُمْ }

“Dan Dia (Allah) bersama kamu dimana saja kamu berada”

(Qs. Al-Hadid: 4)

{ بَلِّغُوا عَنِّي وَلَوْ آيَةً }

“Sampaikanlah dariku (Nabi Muhammad) SAW walau hanya satu ayat”

(HR. Bukhari)



PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Skripsi ini merupakan hasil dari kesabaran dan doa yang tiada henti. Setiap lembar halaman yang tertulis mengandung perjuangan luar biasa. Skripsi ini bukanlah dokumen akademis semata, melainkan cermin dari tekad yang tidak pernah putus asa. Dalam balutan rasa syukur dan bahagia, dengan ini penulis mempersembahkan skripsi ini untuk:

1. Kepada kedua orang tua tercinta, yang telah menjadi sumber inspirasi dan motivasi terbesar dalam hidup penulis. Doa, kasih sayang, dan dukungan tanpa henti mereka menjadi semangat bagi penulis untuk segera menuntaskan pendidikan S1 ini.
2. Bapak Aris Saefullah, M.A selaku dosen pembimbing penulis yang tiada putusya membimbing, mengarahkan, serta memotivasi penulis dalam proses penyelesaian skripsi di UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Dakwah yang telah memberikan ilmu dan motivasinya sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan S1 di UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
4. Segenap keluarga dan sahabat yang senantiasa mendoakan dan memberi semangat kepada penulis demi keberhasilan untuk meraih kesuksesan dan gelar ini.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **Pesan Dakwah Dalam Instagram @Dawuhguru Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce**. Shalawat serta salam semoga tetap tercurah kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga sahabat dan pengikutnya hingga akhir zaman dan semoga kita termasuk orang yang mendapatkan syafaatnya kelak di *yaumul akhirah*, *aamiin*. Bersama dengan selesainya skripsi ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag., Rektor UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto
2. Dr. Muskinul Fuad, M. Ag. Dekan Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Dr. Ahmad Muttaqin, M. Si. Wakil Dekan I Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Dr. Alief Budiyono, M. Pd. Wakil Dekan II Fakultas Dakwah Dakwah UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. Nawawi, M. Hum. Wakil Dekan III Fakultas Dakwah Dakwah UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Uus Uswatusolihah., M.A. Ketua Jurusan Manajemen dan Komunikasi Islam.
7. Dedy Riyadin Saputro, M.I.Kom., Koordinator Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, segenap dosen, karyawan, dan civitas akademik UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
8. Dr. H. Musta'in, M. Si. Dosen Pembimbing Akademik.
9. Dr. Aris Saefullah., M.A. Dosen Pembimbing Skripsi. Terimakasih atas segala arahan, nasihat, serta kesabarannya dalam membimbing penulisan skripsi ini. Semoga Allah SWT senantiasa mempermudah setiap urusan serta segala kebaikan terbalaskan.

10. Teristimewa kepada kedua orang tua, bapak dan mama tercinta, bapak Idris Santoso dan ibu Musringah. Terima kasih atas segala perjuangan dan tulus kasih yang diberikan demi kebaikan anak-anaknya. Semoga bapak dan mama sehat, panjang umur serta bahagia selalu. Sehingga kelak dapat menyaksikan kesuksesan anak perempuan pertamanya dalam meraih asa juga cita-citanya.
11. Terkasih kepada kakek dan nenek, alm.Turyadi dan Yatin. Penulis mengucapkan banyak terima kasih sudah menjadi sosok malaikat yang selalu menjaga dan mendukung penulis menjadi seorang anak yang berpendidikan sejak kecil hingga kini. Semoga nenek diberikan kesehatan selalu. Semoga kakek di tempat dalam surga Allah SWT yang paling indah.
12. Keluarga Bapak Nijan yang telah mendoakan penulis.
13. Teruntuk adikku tersayang, Nur Arif Riyanto. Terima kasih sudah selalu memberikan keceriaan meski terkadang menyebalkan. Kamu termasuk salah satu motivasi penulis untuk segera menamatkan pendidikan S1 ini.
14. Terima kasih kepada *founder* akun Instagram @dawuhguru yang sudah memperbolehkan riset di akun tersebut serta berkenan memberikan informasi yang dibutuhkan penulis terkait @dawuhguru.
15. Kepada *Murobbi Ruhina* dan keluarga besar Pengasuh Pondok Pesantren Darul Abror Watumas yang telah memberikan berbagai pengalaman, ilmu, pelajaran hidup, dan sebagainya sehingga dengan berkahnya penulis dapat menamatkan pendidikan S1 ini dengan tepat waktu bebarengan dalam kehidupan di pondok pesantren.
16. Novika Febianti, Dina Sri Wulandari, dan Ervi Retna Andini, yang selama penulis mengerjakan skripsi ini terbentang jarak di antara kita, tapi penulis tahu kalian mendukung yang terbaik untuk penulis. Dan teruntuk sahabat lainnya yang tidak bisa disebutkan satu-persatu.
17. Segenap penghuni kompleks *Maratus Shalihah* Mba Danay, Mba Asay, Mba Deway, Mba Vebri, Nadion, Mbak Ana, Util, Abila, Iqoh, Kiya, Muti, Maya, dan lainnya yang senantiasa memberikan dukungan kepada

penulis. Terima kasih atas kekocakan dan kebersamaannya selama di pondok pesantren ini.

18. Teruntuk teman-teman KPI E Angkatan 2021 terima kasih sudah menjadi warna dalam bangku perkuliahan yang nantinya bisa penulis ceritakan di masa depan. Semoga tali silaturahmi kita tetap terjaga dalam waktu yang lama.
19. Keluarga Besar Radio Star yang menjadi rumah berkembang dan bertumbuh serta dipertemukan dengan orang-orang yang hebat.
20. Demisioner BPH ADIKSI Periode 2023 yang sudah kebersamai perjalanan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Kalian sudah seperti keluarga, semoga ikatan ini senantiasa terjaga.
21. Teruntuk sedulur Kopma Satria Manunggal Purwokerto yang selalu memberikan semangat dan support positif kepada penulis.
22. *Last but not least, I wanna thank me. I wanna thank for believing in me. I wanna thank me for doing all this hard work. I wanna thank me for having no days off. I wanna thank me for never quitting. I wanna thank me for always being a giver and tryna give more than I receive. I wanna thank me for tryna give me more right than wrong. I wanna thank me for just being me at all times.*

Purwokerto, 17 April 2025

Penulis,



Amelia

NIM. 214110102207

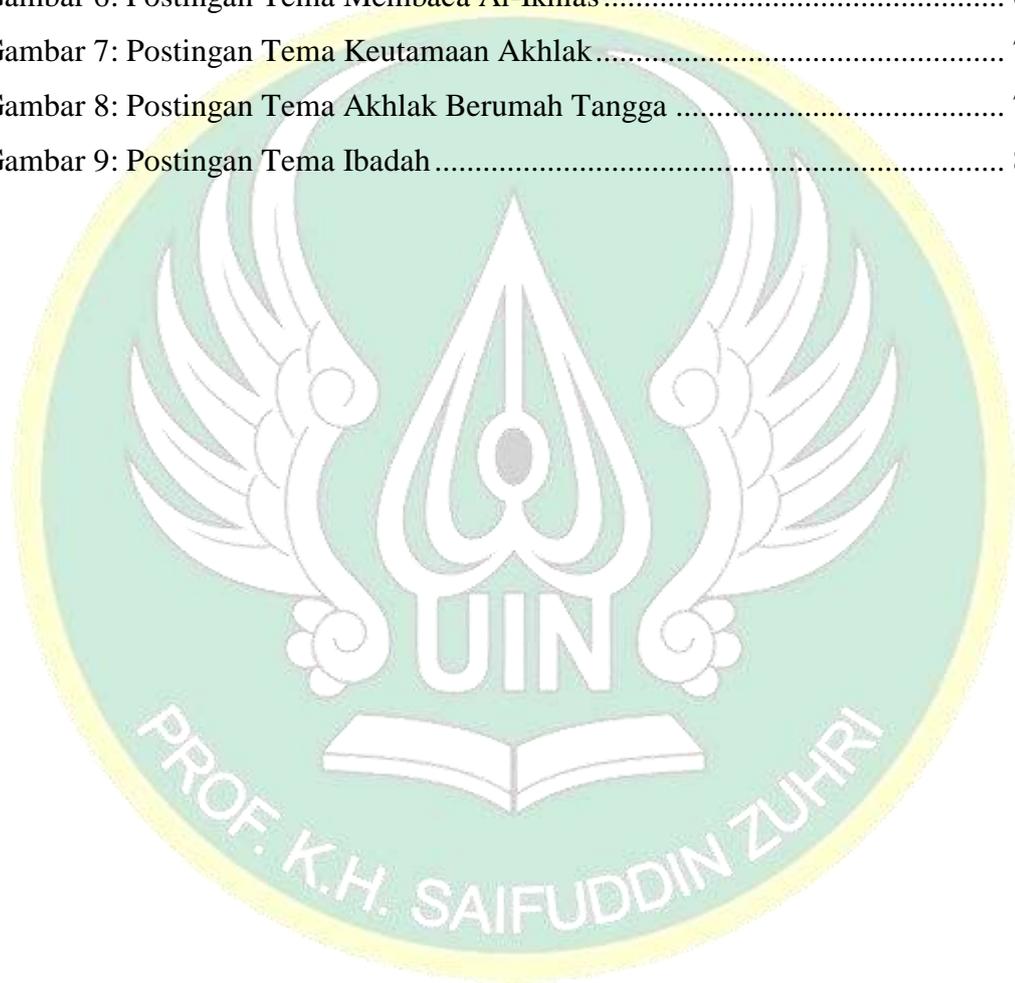
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN DAN BEBAS PLAGIARISME	ii
PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Penegasan Istilah	6
1. Pesan Dakwah (Materi Dakwah).....	6
2. Akun Instagram @dawuhguru.....	7
3. Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce.....	7
C. Rumusan Masalah dan Batasan Penelitian	8
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
1. Tujuan Penelitian.....	8
2. Manfaat Penelitian.....	9
E. Kajian Pustaka	9
F. Sistematika Pembahasan	14
BAB II LANDASAN TEORI	16
A. Hakikat Dakwah	16
1. Pengertian Dakwah.....	16
2. Unsur Dakwah	17
3. Pesan Dakwah	22
4. Media Dakwah.....	24
B. New Media	26
1. Pengertian <i>New Media</i>	26

2. Media Sosial	27
C. Media Sosial Instagram	28
1. Sejarah Instagram	28
2. Fitur-Fitur Instagram	29
D. Konsep Komunikasi Visual	30
1. Pengertian Komunikasi Visual	30
2. Komponen Komunikasi Visual	33
3. Prinsip-Prinsip Desain Komunikasi Visual	37
E. Semiotika Charles Sanders Peirce	39
1. Pengertian Semiotika	39
2. Kerangka Analisis Teori Semiotika Charles Sanders Peirce	40
BAB III METODE PENELITIAN	44
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	44
B. Waktu dan Tempat Penelitian	44
C. Sumber Data	44
1. Data Primer	44
2. Data Sekunder	45
D. Subjek dan Objek Penelitian	45
E. Metode Pengumpulan Data	45
F. Teknik Analisis Data	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
A. Gambaran Umum Instagram @dawuhguru	48
1. Profil Akun Instagram @dawuhguru	48
2. Logo Akun Instagram @dawuhguru	50
B. Penyajian Data	52
C. Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce Terhadap Pesan Dakwah Dalam Akun Instagram @dawuhguru	63
BAB V PENUTUP	84
A. Kesimpulan	84
B. Saran	85
C. Penutup	85
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN	I
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	III

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1: Screenshot Beranda @dawuhguru	5
Gambar 2: Relasi Trikotmi.....	42
Gambar 3: Profil @dawuhguru	50
Gambar 4: Logo @dawuhguru.....	51
Gambar 5: Postingan Tema Keutamaan Mengaji	63
Gambar 6: Postingan Tema Membaca Al-Ikhlas	67
Gambar 7: Postingan Tema Keutamaan Akhlak.....	71
Gambar 8: Postingan Tema Akhlak Berumah Tangga	76
Gambar 9: Postingan Tema Ibadah.....	80



DAFTAR TABEL

Tabel 1: Karakter dan Sifat Warna.....	34
Tabel 2: Struktur Redaksi Dawuh Guru.....	49
Tabel 3: Logo Jenis Konten Pada Akun Instagram @dawuhguru	52
Tabel 4: Postingan Akun Instagram @dawuhguru Juli 2024	53
Tabel 5: Postingan Gambar Akun Instagram @dawuhguru yang Dianalisis.....	61



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 <i>Screenshot</i> Profil Akun Instagram @dawuhguru	I
Lampiran 2 Wawancara dengan <i>founder</i> @dawuhguru	II



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan pesat teknologi informasi telah merevolusi cara manusia dalam berinteraksi dan mengakses informasi. Munculnya berbagai platform media digital telah menciptakan sebuah ekosistem informasi yang dinamis dan tanpa batas. Transformasi digital ini melahirkan peradaban baru yang ditandai dengan kemudahan akses terhadap berbagai jenis informasi dalam waktu yang singkat.¹ Kehadiran media digital nyatanya memberikan peluang baru dalam proses penyampaian dakwah. Adanya hal tersebut, para pendakwah dapat memanfaatkan kemajuan teknologi dengan mengemas pesan dakwah secara kreatif dan inovatif agar lebih menarik dan dipahami oleh audiens. Beberapa media digital yang populer di kalangan masyarakat antara lain Instagram, TikTok, Facebook, dan Youtube.

Instagram telah menjadi salah satu platform yang mendukung proses penyebaran pesan dakwah. Dengan jutaan pengguna aktif setiap hari, Instagram menawarkan jangkauan yang luas kepada para pendakwah untuk berkomunikasi secara virtual dengan khalayak yang beragam. Potensi Instagram sebagai media dakwah tidak dapat disangkal, dengan adanya platform ini memungkinkan penyampain ajaran Islam dengan cara yang lebih efektif. Berdasarkan lembaga survei *Napoleon Cat* menginformasikan jumlah pengguna Instagram di Indonesia mencapai 90,18 juta hingga Agustus 2024 atau sekitar 31.9 % dari total populasi.² Melalui data tersebut menunjukkan bahwa Instagram menjadi salah satu media digital yang dominan digunakan oleh kalangan masyarakat Indonesia, baik untuk mencari informasi, edukasi maupun hiburan.

¹ Sahril Halim, Baiq Asmiati Adawiyah, dan Lalu Abdul Gafar, "Pengaruh Teknologi Komunikasi Terhadap Perkembangan Dakwah," *Jurnal Manajemen Dakwah 1*, no. 1 (2020): hal. 70.

² NapoleonCat.com Statistika, "Instagram Users in Indonesia January 2024," <<https://napoleoncat.com/stast/>>. Diakses Pada Minggu, 10 Oktober 2024 Pukul 15.00 WIB.

Instagram telah terbukti menjadi platform yang efektif dalam menyebarkan ajaran Islam, berkat kemampuannya dapat menjangkau audiens yang luas dan beragam. Misalnya, saat momen-momen penting seperti bulan Ramadhan banyak akun yang aktif membagikan tips ibadah, doa, dan makna bulan suci Ramadhan. Selain itu, banyak tokoh agama seperti ustadz Adi Hidayat, Hanan Attaki dan lainnya memanfaatkan Instagram guna menyebarkan ajaran Islam dengan cara relatable melalui tanya jawab, ceramah singkat, cerita inspiratif dan sebagiannya yang menunjukkan penerapan nilai Islam dalam kehidupan. Dengan jumlah pengguna aktif yang besar, platform ini menawarkan jangkauan yang luas bagi para pendakwah agar dapat berinteraksi dengan audiens yang dituju. Dalam Instagram dilengkapi dengan beragam fitur, seperti posting gambar, video pendek, dan cerita. Fitur ini sangat mendukung para pendakwah dalam menyampaikan pesan kepada audiens secara menarik. Potensi jangkauan yang dimiliki Instagram juga menjadikan platform ini sebagai media digital yang sangat potensial untuk menyampaikan pesan dakwah Islam. Terlebih berdasarkan data yang disajikan oleh *website databoks* menyatakan bahwa Indonesia menempati posisi keempat sebagai salah satu negara dengan basis pengguna Instagram terbesar di dunia.³

Di era saat ini kegiatan dakwah tidak lagi terbatas pada cara langsung, melainkan memanfaatkan kreativitas melalui komunikasi visual di media sosial seperti Instagram. Dalam konteks dakwah melalui Instagram, desain visual memainkan peran penting dalam menarik perhatian audiens dan penyampaian pesan dakwah yang efektif. Adanya penggunaan elemen-elemen desain yang menarik seperti warna, tipografi, dan gambar menjadikan pesan dakwah dapat disampaikan dengan metode yang lebih bervariasi sehingga mudah dimengerti dan diingat oleh audiens.⁴ Melalui

³ Cindy Mutia Annu, "Jumlah Pengguna Instagram Indonesia Terbanyak Ke-4 Di Dunia," 2023 <<https://databooks.katadata.co.id/>>. Diakses Pada Minggu, 10 Oktober 2024 Pukul 15.05 WIB.

⁴ Gina Hafiza, "Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Pada Akun @Hijabalila," *Jurnal Dakwah Dan Sosial*, (2022): hal. 2.

platform ini juga, pesan dakwah dapat diterima oleh khalayak dalam berbagai bentuk mulai dari lisan, tulisan, dan konten audio-visual serta menggunakan fasilitas fitur yang tersedia seperti *Instagram stories*, posting gambar, *reels*, dan *IGTV* demi mencapai audiens yang tidak terbatas.

Dakwah sebagai upaya untuk menyebarkan ajaran agama Islam sudah seharusnya melakukan inovasi seiring dengan kemajuan teknologi dan perubahan kebiasaan masyarakat saat ini. Sebab adanya perkembangan teknologi yang canggih dapat mempengaruhi cara penyebaran dakwah Islam. Menurut Abu Al-Fath Al Bayayuni dakwah ialah suatu penyeruan ajaran agama Islam (akidah, syariat, juga akhlak) kepada seluruh manusia kemudian dapat diimplementasikan dalam kehidupan.⁵

Dalam Al-Quran surat Ali ‘Imran ayat 104 Allah SWT menegaskan bahwa dakwah dijalankan sebagai metode untuk mengajak kepada kebaikan (*ma'ruf*) dan menjauhkan dari keburukan (*munkar*). Sebagaimana firman Allah SWT yang berbunyi:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ
 وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

Artinya: “Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung.”⁶

Dalam pemanfaatan Instagram sebagai media dakwah Islam, keterkaitan antara Instagram dan komunikasi visual tidak dapat dipandang sebelah mata. Di era digitalisasi ini tidak jarang perhatian dan fokus para audiens seringkali terpecah-pecah, maka ketika sebuah pesan dakwah Islam dikemas dan disajikan melalui gambar, video, dan disertai dengan efek visual maupun fitur-fitur Instagram akan dapat berdampak dalam membentuk persepsi dan pemahaman audiens terhadap pesan dakwah yang

⁵ Abdul Basit, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hal. 44.

⁶ "Via Al-Qur'an Indonesia," 2024 <<http://quran-id.com>>. Diakses Pada Selasa, 10 September 2024 Pukul 15.00 WIB.

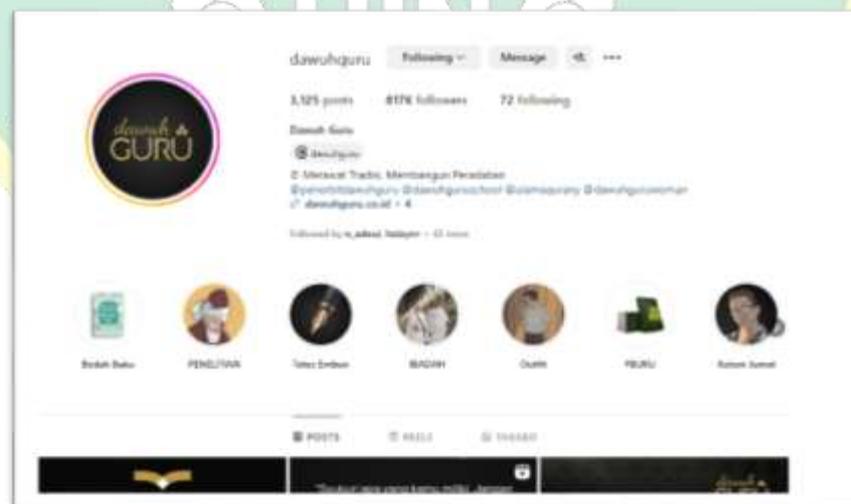
disampaikan. Melalui Instagram, komunikasi visual ini berperan sebagai sarana utama guna menyebarkan pesan dakwah. Sehingga pesan yang disampaikan dapat mengikuti tren dan kebutuhan zaman. Penyampain pesan dakwah melalui komunikasi visual tentu penting agar isi pesan dakwah itu relevan tidak hanya berfokus pada desain dan aspek estetikanya saja.

Akun Instagram @dawuhguru merupakan salah satu contoh akun yang aktif dalam membagikan konten pesan dakwah Islam. Akun Instagram @dawuhguru telah menjadi platform yang efektif untuk menyebarkan pesan dakwah kepada pengikutnya yaitu menggabungkan elemen-elemen visual dengan pesan-pesan dakwah Islam seperti gambar, kutipan, dan ilustrasi. Terdapat banyak akun Instagram lainnya yang juga menjadikan platform ini sebagai platform strategis untuk berdakwah. Contohnya yaitu akun @ruangderes yang menyampaikan dakwah melalui gambar kartun dengan fokus utama untuk memotivasi para penghafal Al Qur'an agar selalu istiqomah dalam menghafal dengan jumlah 145 ribu pengikut. Selanjutnya akun @dailymusimindonesia mengusung dakwah pada kartun muslimah lucu targetnya adalah kaum milenial mempunyai jumlah 160 ribu pengikut. Terakhir ada akun @tokohwanita menyebarkan dakwah melalui kutipan motivasi, pengingat diri, dan inspirasi wanita saat ini memiliki pengikut sekitar 101 ribu pengikut.

Akun Instagram @dawuhguru sebagai media kreatif dakwah Islam yang berbasis online ini menyajikan pesan dakwah Islam berupa konten-konten yang dipresentasikan dalam bentuk visual. Akun Instagram @dawuhguru mempunyai misi yang jelas dalam menyebarluaskan ajaran Islam berupa akidah, akhlak, dan syariah yang bersumber dari Al Qur'an juga para alim ulama maupun tokoh-tokoh Islam yang terkemuka dengan pendekatan yang kreatif dan inspiratif. Akun ini didirikan pada tahun 2017 hingga saat ini mempunyai pengikut sekitar 818 ribu dengan jumlah 3.134 postingan mengemas pesan dakwah (akidah, akhlak, dan syariah) dengan objek dakwah dari segala lapisan masyarakat, khususnya generasi anak muda. Dalam menyajikan konten pesan dakwah akun ini sederhana, akan

tetapi terlihat elegan dan memperlihatkan kualitas tinggi yaitu kombinasi antara warna hitam putih dan emas. Hal ini membuat para audiens penasaran dan menimbulkan ketertarikan untuk memposting ulang, membagikan, berkomentar ataupun menyukai konten yang disajikan tersebut.

Alasan memilih akun Instagram @dawuhguru untuk diteliti karena terdapat banyak keunikan di antaranya yaitu akun ini dibentuk sebagai respons terhadap maraknya akun-akun Islam garis keras di media sosial. Banyak dari akun Instagram yang menyebarkan informasi bersifat provokatif hal tersebut tentu dapat memicu ketegangan di masyarakat. Maka dari itu Akun Instagram @dawuhguru hadir dan berupaya memberikan perspektif yang lebih moderat dan edukatif melalui konten dakwahnya. Akun Instagram @dawuhguru ini berpusat pada sebuah pesantren di Yogyakarta dan memiliki sejumlah cabang akun regional yang tersebar di berbagai pesantren Indonesia. Hingga saat ini akun Instagram @dawuhguru masih eksis dan konsisten dengan konten pesan dakwah yang hadir setiap harinya. Pesan dakwah dalam akun ini disampaikan melalui gambar sederhana, akan tetapi akan lebih menarik dan dapat diterima khlayak untuk dilihat, dibaca, dan diingat.



Gambar 1: Screenshot Beranda @dawuhguru

(Sumber: Instagram @dawuhguru)

Meskipun demikian, pesan dakwah yang disampaikan melalui komunikasi visual dalam Instagram tidak semata-mata memberikan

pemahaman yang secara jelas dan gamblang tentang isi pesannya. Ada juga pesan dakwah dalam bentuk komunikasi visual yang mengandung makna tertentu sehingga seringkali terkadang menimbulkan multi tafsir.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini akan mengkaji pemahaman mendalam bagaimana pesan dakwah dalam pada akun Instagram @dawuhguru dimaknai oleh para audiens. Fokus penelitian ini adalah mengambil gambar yang dibagikan dalam akun Instagram @dawuhguru. Kemudian diteliti isi pesan dakwah yang terkandung dalam gambar tersebut menggunakan struktur semiotika Charles Sanders Peirce yang meliputi, *representament*, *object*, dan *interpretan*. Dengan demikian akun Instagram @dawuhguru menimbulkan ketertarikan penulis untuk menjadikannya sebagai objek penelitian dengan judul penelitian “**Pesan Dakwah Dalam Instagram @Dawuhguru Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce**”.

B. Penegasan Istilah

1. Pesan Dakwah (Materi Dakwah)

Pesan merupakan suatu materi atau gagasan yang hendak disampaikan oleh seseorang (komunikator) kepada individu lainnya (komunikan). Dalam menyampaikan pesan komunikator dapat menempuh dengan berbagai metode baik secara tulisan, lisan, bahasa isyarat, dan ekspresi wajah.⁷

Dakwah sebagai sebuah aktivitas untuk membimbing, menyeru, dan mengajak seluruh umat manusia sehingga mereka berbuat kebaikan sebagai bentuk ketaqwaan kepada Allah SWT. Dakwah dapat dimaknai sebagai kegiatannya, sedangkan orang yang didakwahi disebut *mad'u*.⁸ Pesan dakwah merujuk pada segala sesuatu yang harus disampaikan oleh *da'i* kepada *mad'u*, yakni inti sari ajaran Islam seperti akidah, akhlak, dan syariah yang berasal dari Al Qur'an maupun dalam sunnah rasulnya.⁹

⁷ Geofakta, Razali et.al, *Ilmu Komunikasi Dan Informasi & Transaksi Elektronik* (Bandung: CV Media Sains Indonesia, 2020), hal. 14.

⁸ Azmi Fadhilah Mujahid and Fauzi Arief, "Analisis Pesan Dakwah Yang Tekandung Dalam Akun Instagram @Shiftmedia.Id," *Juranl Riset Komunikasi Penyiaran Islam (JRKPI)*, (2022): hal.106.

⁹ Faizatun Nadzifah, "Pesan Dakwah Dosen STAIN Kudus Dlam Suart Kabar Harian Radar Kudus," *At-Tabsyir Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, (2022): hal. 133.

Seorang *da'i* dalam menyebarkan ajaran Islam harus dapat memahami terhadap apa yang diserukan kepada *mad'u*. Dalam penyampaian pesan dakwah perlu dilakukan dengan metode yang bervariasi sehingga menarik para audiens.

Dalam aktivitas menyerukan sebuah pesan dakwah, dilatarbelakangi dengan menggunakan cara dan penyampaian materi yang kreatif dan interaktif. Pesan yang disampaikan dalam setidaknya memuat ajaran Islam berupa akhlak, akidah, dan syariah

2. Akun Instagram @dawuhguru

Instagram merupakan sebuah platform dari media sosial yang pada dasarnya mempunyai basis foto, dan video. Sejak diluncurkan pada 16 Oktober 2016, Instagram menjadi salah satu platform favorit di kalangan masyarakat.¹⁰ Melalui fitur-fitur menarik yang tersedia saat ini Instagram dapat dijadikan sebagai salah satu media untuk menyebarkan pesan dakwah Islam.

Akun Instagram @dawuhguru sebagai salah satu platform yang efektif untuk menyebarkan pesan-pesan dakwah Islam berupa konten kutipan-kutipan yang bersumber dari Al-Qur'an, hadis, para ulama maupun lainnya. Melalui sekitar 3.125 postingan dan pengikut sebanyak 818 ribu, akun Instagram @dawuhguru berperan secara konsisten dalam menyerukan ajaran-ajaran Islam yang moderat di era modern ini.

3. Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce

Semiotika adalah proses yang melibatkan tindakan, pengaruh, dan kerja sama antara tiga jenis elemen, yaitu terdiri dari tanda, objek, dan interpretant. Tanda berfungsi sebagai penghubung antara suatu hal dan hasil tafsiran yang menunjukkan makna lain. Kemudian hasil tafsiran ini menjadi suatu peristiwa psikologis yang terjadi dalam pikiran penafsir.¹¹

¹⁰ PT. Elex Media Komputindo, *Instagram Untuk Bisnis, Hobi, & Desain Grafis* (Jakarta: PT Gramedia, 2021), hal. 2.

¹¹ Ambarini AS and Nazla Maharani Umayu, *Semiotika Teori Dan Aplikasi Pada Karya Sastra* (Semarang: Inspirasi Semarang Press, 2010), hal. 73.

Charles Sanders Peirce dikenal melalui teori tandanya. Dalam pandangan Peirce seringkali mengulang-ulang bahwa secara umum tanda adalah yang mewakili sesuatu bagi seseorang.¹² Dalam semiotika teori Peirce sering disebut sebagai “*grand theory*”, karena sifatnya yang menyeluruh. Peirce memberikan deskripsi menyeluruh tentang semua sistem tanda. Dalam hal ini Peirce berusaha menemukan elemen dasar dari sebuah tanda dan menggabungkan semua komponen tersebut dalam satu struktur yang terpadu. Sehingga teori Peirce ini dapat mencakup berbagai aspek dan jenis tanda yang ada.¹³

C. Rumusan Masalah dan Batasan Penelitian

1. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas yang telah disampaikan, sehingga rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana analisis semiotika Charles Sanders Peirce terhadap pesan dakwah dalam akun Instagram @dawuhguru?

2. Batasan Penelitian

Guna menghindari pembahasan terlalu luas dan tidak sesuai capaian tujuan, peneliti memberi batasan penelitian pada pembahasan yang berfokus pada pesan dakwah dalam postingan akun Instagram @dawuhguru yang berupa gambar dan mengandung pesan dakwah.

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui isi pesan dakwah pada akun Instagram @dawuhguru dengan menggunakan analisis semiotika Charles Sanders Peirce yang meliputi *representament*, *object*, dan *interpretant*. Dengan memahami tanda dari segi acuannya, yaitu ikon, indeks, dan simbol.

¹² Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016), hal. 39.

¹³ Indiwana Seto Wibowo and Seto Wahyu, *Semiotika Komunikasi* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2011), hal. 13.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Dalam konteks manfaat teori, diharapkan penelitian yang dilakukan oleh penulis dapat memberikan pengetahuan dan wawasan ilmiah bagi mahasiswa, terutama di bidang komunikasi. Selain itu, penelitian ini dapat dijadikan rujukan untuk studi selanjutnya yang berkaitan dengan pesan dakwah Islam dan konten kutipan gambar. Kemudian adanya penelitian ini dapat memberikan kebaruan dan mengembangkan penyampaian pesan dakwah melalui media Instagram.

b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini bertujuan untuk memotivasi setiap individu untuk mempunyai semangat berdakwah. Adanya penelitian ini harapannya dapat meningkatkan keterampilan dan kreativitas dalam menyajikan karya agar lebih menarik dan mudah dimengerti oleh orang yang membaca maupun melihatnya, khususnya berkaitan dengan pengemasan pesan dakwah Islam.

E. Kajian Pustaka

Berdasarkan penelusuran peneliti, beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan judul skripsi yang akan penulis buat. Tinjau literatur ini penting guna mengumpulkan informasi terdahulu yang kemudian dijadikan sebagai rujukan dalam menyusun skripsi ini dari segi yang belum diteliti. Sebagai berikut penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini.

1. Skripsi Jerina Fujiantie, mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Antasari Banjarmasin “Analisis Pesan Dakwah Dalam Postingan Akun Instagram @bagussuhar.”¹⁴ Persamaan dengan penelitian ini yaitu mengkaji pesan dakwah pada sebuah akun Instagram. Perbedaan penelitian terdapat pada objek dan metode analisis yang digunakan. Pada penelitian Jerina objeknya difokuskan kepada *video dubbing* dengan analisis semiotika Roland Barthes. Sedangkan

¹⁴ Jerina Fujiantie, "Analisis Pesan Dakwah Dalam Postingan Akun Instagram @bagussuhar", Skripsi (UIN Antasari Banjarmasin, 2021).

pada penelitian ini penulis menggunakan analisis semiotika Charles Sanders Peirce untuk mengkaji pemaknaan pesan dakwah pada postingan @dawuhguru.

2. Skripsi Aurel Claudia Ghaezani, mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Syarif Hidayatullah Jakarta “Analisis Isi Pesan Dakwah Di Akun Instagram @hawariyyun.”¹⁵ Persamaan penelitian ini dengan penelitian di atas yaitu mengkaji pesan dakwah. Perbedaan penelitian Aurel yaitu objeknya berupa postingan *reels* dengan metode analisis isi. Sedangkan pada penelitian ini, dianalisis dengan semiotika Charles Sanders Peirce.
3. Skripsi Yunita Aris Melia, mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya “Pesan Dakwah Dalam Poster Akun Instagram @bukumojok (Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure).”¹⁶ Penelitian ini mempunyai kesamaan yaitu tentang dakwah di Instagram. Maksud dilakukannya penelitian ini adalah memahami pesan dakwah yang terdapat di poster Instagram akun @bukumojok dengan semiotika milik Ferdinand De Saussure. Perbedaan terdapat pada teori yang dipergunakan dan fokus kajian.
4. Jurnal Agus Triyono dkk, mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta “Studi Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Media Instagram @dakwah_tauhid.”¹⁷ Dalam jurnal ini menggunakan metode analisis isi kualitatif dan mengelompokkan materi dakwah yang terdapat dalam postingan Instagram @dakwah_tauhid. Persamaan terletak pada tujuan menguraikan pesan dakwah dalam postingan Instagram terkait. Perbedaannya dapat dilihat dari objek dan metode penelitiannya. Pada penelitian jurnal menggunakan akun @dakwah_tauhid dengan analisis isi. Sedangkan pada penelitian ini

¹⁵ Aurel Claudia Ghaezani, "Analisis Isi Pesan Dakwah Di Akun Instagram @hawariyyun", Skripsi (UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2023).

¹⁶ Yunita Aris Melia, "Pesan Dakwah Dalam Poster Akun Instagram @bukumojok", Skripsi (UIN Sunan Ampel Surabaya, 2020).

¹⁷ Agus Triyono and Nifsya Khaira Marhuda, "Studi Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Media Sosial Instagram @dakwah_tauhid," *Jurnal Ilmu Komunikasi* 4, no. 1 (2020): hal. 52.

memilih akun @dawuhguru selanjutnya mengkaji makna pesannya dengan analisis semiotika Charles Sanders Peirce.

5. Jurnal Farhan Dimas Subagja dkk, mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Islam Bandung “Analisis Isi Pesan Dakwah Yang Terkandung Dalam Akun Instagram @Shiftmedia.Id.”¹⁸ Penelitian jurnal di atas menggunakan analisis isi guna memahami makna pesan yang ada. Penelitian ini mempunyai kesamaan menelusuri makna pesan dakwah. Kemudian untuk perbedaanya terlihat dari metode dan objek yang dikaji. Dalam penelitian jurnal memilih analisis isi, objek yang diteliti adalah postingan video pada akun Instagram @Shiftmedia.Id men. Sedangkan dalam penelitian ini objek berupa postingan kutipan gambar dianalisis dengan semiotika Charles Sanders Peirce.
6. Jurnal Angga Nur Rohman dkk, mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya “Pesan Dakwah Pada Akun Instagram @angger_sy Analisis: Semiotika John Fiske.”¹⁹ Pada penelitian ini bertujuan untuk menyampaikan gambaran tentang makna pesan dakwah dengan level realistik, level representasi, dan level ideologi pada *postingan* @angger_sy. Perbedaanya pada teori yang diterapkan, penulis menggunakan teori semiotika Charles Sanders Peirce sedangkan pada jurnal teori semiotika John Fiske.
7. Jurnal Yusuf Yanwar Jatnika & Nurdin Qusyaeri, mahasiswa STAI PERSIS Bandung “Pesan-Pesan Dakwah Pada Media Sosial Instagram Fotografer Muslim (FM): Analisis Semiotika Roland Barthes.”²⁰ Jurnal ini mengkaji pesan-pesan foto dakwah pada akun media sosial

¹⁸ Azmi Fadhilah Mujahid and Fauzi Arief, "Analisis Isi Pesan Dakwah Yang Terkandung Dalam Akun Instagram @Shiftmedia.Id," *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam* 2, no. 2 (2022): hal. 105.

¹⁹ Angga Nur Rahman, Dicky Nur Rahman, and Luluk Fikri Zuhriyah, "Pesan Dakwah Pada Akun Instagram @angger_sy Analisis: Semiotika Jhon Fiske," *Jurnal Of Islamic Communication Studies* 1, no. 1 (2023): hal. 2.

²⁰ Yusup Yanwar Jatnika and Nudin Qusyaeri, "Pesan-Pesan Dakwah Pada Media Sosial Instagram Fotografer Muslim (FM) : Analisis Semiotika Roland Barthes," *Journal of Islamic Social Science and Communication* 1, no. 1 (2022): hal. 69.

Fotografer Muslim mulai dari makna denotasi, konotasi, dan mitos melalui teori semiotika Roland Barthes sebagai pisau analisis. Sehingga terlihat perbedaan pada teori yang diaplikasikannya.

8. Jurnal Putri Nurbadri Sukanda, mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Institut Nahdlatul Ulama Tasikmalaya “Pesan Dakwah Dalam Kemasan Kartun (Analisis Semiotik Model Charles Sanders Peirce Pada Halaman Instagram @ustadzabdulsomad_official).”²¹ Maksud dilakukan riset ini ialah guna mengetahui isi pesan dakwah pada video animasi dakwah di halaman Instagram @ustadzabdulsomad_official. Perbedaan riset ini terletak pada objek yang menjadi fokus kajian.
9. Jurnal Nuha Fidaraini, mahasiswa Universitas Gadjah Mada “Agama Yang Termediasi Di Media Sosial: Analisis Semiotika Komik “Habib’N Friends Episode Hoaks Pada Instagram Husain Ja’far Al Hadar.”²² Penelitian ini berupaya untuk mengetahui pesan yang pada episode tersebut serta mengkaji transformasi praktik dakwah media sosial melalui analisis Semiotika Roland Barthes. Jadi perbedaannya pada teori dan fokus penelitiannya.
10. Jurnal Agustin, Cindi dkk, mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Cirebon “Analisis Semiotika Roland Barthes Pesan Moral Dalam Islam Pada Iklan Aqua: Sambut Kebaikan Ramadhan Bersama Aqua Di Instagram Pada Tahun 2021.”²³ Penelitian ini berusaha mengkaji makna pesan moral pada iklan Aqua Sambut Kebaikan Ramadhan Bersama Aqua pada Instagram dengan arti denotasi, konotasi, dan mitos dengan analisis Semiotika Roland Barthes.

²¹ Putri Nurbadri Sukanda, "Pesan Dakwah Dalam Kemasan Kartun (Analisis Semiotik Model Charles Sanders Peirce Pada Halaman Instagram @ Ustadzabdulsomad _ Official)," *Jurnal Studi Keislaman* 2, no. 1 (2023): hal, 12.

²² Nuha Fidaraini, "Agama Yang Termediasi Di Media Sosial: Analisis Semiotika Komik “Habib ‘N Friends Episode Hoaks” Pada Instagram Husein Ja’Far Al Hadar," *Jurnal Dakwah: Media Komunikasi Dan Dakwah* 23, no. 1 (2022): hal, 18.

²³ Cindi Agustin, Ririn Risnawati, and Ahmad Yusron, "Analisis Semiotika Roland Barthes Pesan Moral Dalam Islam Pada Iklan Aqua : “ Sambut Kebaikan Ramadhan Bersama Aqua ” Di Instagram Pada Tahun 2021," *Jurnal Komunikasi Pemberdayaan* 2, no. 1 (2023): hal, 30.

Sehingga perbedaan nampak pada objek yang dijadikan fokus serta penerapan teorinya.

11. Jurnal Alaftih Yusry S dkk, mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara “Analisis Pesan Dakwah Syafiq Riza Basalamah Di Media Sosial Instagram.”²⁴ Penelitian ini berupaya untuk menelaah isi pesan dakwah Instagram @syafiqrizabasalamah_official dengan menerapkan teori Imbauan Pesan Jalaludin Rakhmat. Perbedaan pada teori yang diterapkan.
12. Jurnal Nurul Faizah Ramadhani, mahasiswa UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi “Pesan Dakwah Bil Qalam Ustadzah Halimah Alaydrus Melalui Akun Instagram @Halimahalaydrus.”²⁵ Penelitian ini bertujuan meneliti isi pesan dakwah pada unggahan foto akun @Halimahalaydrus dengan mempergunakan metode analisis isi (*content analysis*) disertai teori kategori substansi pesan oleh Edan Saifuddin. Maka perbedaan penelitian yang dilakukan penulis ialah konsep teorinya.
13. Jurnal M. Nashoihul Ibad, mahasiswa Institut Agama Islam Darullughah Wadda’wah Bangil Pasuruan, “Pesan Dakwah Islam Analisis Semiotika (Studi Kasus Instagram @Mahakaryaanakbangsa).”²⁶ Pada penelitian ini berfokus mengenai makna pesan dakwah dalam level realitas, representative, dan ideologi melalui postingan Instagram @Mahakaryaanakbangsa. Teori yang diterapkan ialah semiotika John Fiske. Sementara penulis menerapkan teori semiotika Charles Sanders Peirce.

²⁴ Nursapia Harahap and Syahrul Abidil, "Analisis Pesan Dakwah Syafiq Riza Basalamah Di Media Sosial Instagram," *Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan* 2, no. 4 (2023): hal, 1327.

²⁵ Nurul Faizah Ramadhani, "Pesan Dakwah Bil Qalam Ustadzah Halimah Alaydrus Melalui Akun Instagram @Halimahalaydrus," *Jurnal Komunikasi Dan Dakwah Islam* 1, no. 1 (2023): hal, 65.

²⁶ M Nashoihul Ibad, "Pesan Dakwah Islam Analisis Semiotika (Studi Kasus Instagram @Mahakaryaanakbangsa)," *Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 3, no. 2 (2020): hal, 158.

14. Jurnal Risaldi Alfauzie dkk, mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Palopo “Humor and Wisdom (Content Analysis Of Dakwah By Das’ad Latif On Instagram) atau Humor dan Hikmah (Analisis Isi Dakwah Pada Instagram Das’ad Latif).”²⁷ Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui isi pesan dakwah yang terkandung di Instagram Das’ad Latif dengan teori analisis isi. Perbedaan dari segi implementasi teorinya.
15. Jurnal Sunaryanto dan Ahmad Rofi Syamsuri, mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Dakwah Dirosat Islamiyah Al-Hikmah Jakarta “Semiotika Digital Dalam Meme Ajakan Salat Jumat.”²⁸ Penelitian ini memiliki tujuan untuk melakukan analisis meme ajakan salat Jumat di internet dengan analisis struktural Branston dan Stafford. Perbedaan terletak pada objek penelitian dan teorinya.

F. Sistematika Pembahasan

Untuk memahami dan meneruskan penelitian ini, maka peneliti akan menyusun sistematika penulisan menjadi lima bab.

Bab pertama menjelaskan tentang pendahuluan yang berisikan latar belakang masalah, penegasan istilah, permasalahan dan batasan penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka serta sistematika pembahasan.

Bab kedua, menjelaskan kerangka teori yang digunakan untuk mendukung penelitian meliputi dakwah, *new media*, media sosial Instagram, konsep komunikasi visual dan teori semiotika Charles Sanders Peirce.

Bab ketiga, menjelaskan metode penelitian yang berisi pendekatan dan jenis penelitian, subjek dan objek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data serta teknik analisis data. Pada bab ini, dilakukan

²⁷ Risaldi Alfauzie, Wahyuni Husain, and Adilah Mahmud, "Humor and Wisdom (Content Analysis of Dakwah by Das ' Ad Latif on Instagram)," *Jurnal Media and Islamic Communication* 4, no. 1 (2023): hal, 61.

²⁸ Sunaryanto and Ahmad Rofi Syamsuri, "Semiotika Dakwah Digital Dalam Meme Ajakan Salat Jumat," *Jurnal Media Komunikasi Dan Dakwah* 12, no. 2 (2022): hal, 103.

pembahasan mendalam mengenai penelitian sehingga memperoleh informasi dan hasil yang sesuai.

Bab keempat, menjelaskan hasil penelitian dan pembahasan, gambaran umum mengenai akun Instagram @dawuhguru, serta bagaimana makna pesan dakwah sesuai dengan penyajian konten pada Instagram @dawuhguru akan tampak dan dihasilkan berdasarkan teori semiotika Charles Sanders Peirce.

Bab lima, berisi kesimpulan dan saran berdasarkan hasil analisis dari penelitian.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Hakikat Dakwah

1. Pengertian Dakwah

Dakwah secara bahasa Arab bermula dari *da'a-yad'u-da'watan*, bermakna memanggil, menyeru, menuntun, atau mengundang.²⁹ Secara umum dakwah didefinisikan sebagai sebuah aktivitas untuk membimbing, menyeru, dan mengajak seluruh umat manusia sehingga mereka berbuat kebaikan sebagai bentuk ketaqwaan kepada Allah SWT.³⁰

Secara istilah, definisi dakwah yang disampaikan oleh para ahli memiliki beragam tafsiran yang berbeda sesuai dengan sudut pandangnya. Sebagai berikut dikutip dari beberapa pendapat para ahli.

- a. Syekh Ali Mahfudz, mengartikan bahwa dakwah sebagai suatu usaha menyeru kebajikan dengan lantaran Allah SWT, mendorong adat baik, dan mencegah adat tercela sehingga dapat memperoleh balasan yang sesuai di dunia maupun akhirat nanti.³¹
- b. Al-Bahy al-Khuli, dakwah yakni merubah keadaan terhadap yang mengarah pada hal yang lebih baik dari sebelumnya dan kesempurnaan, bagi setiap orang atau khalayak.³²
- c. Sayyid Quthub, berpendapat bahwa dakwah sebagai *holistis*, yaitu berusaha menampilkan sistem keislaman dalam hidup mulai dari lapisan keluarga sampai negara dan *ummah* dengan maksud memperoleh kebahagiaan dunia akhirat.³³

²⁹ Masduki. Shabri Shaleh Anwar, *Filosofi Dakwah Kontemporer* (Riau: PT Indragiri Dot Com, 2018), hal. 1.

³⁰ Mohammad Hasan, *Metodologi & Pengembangan Ilmu Dakwah* (Surabaya: Pena Salsabil, 2013), hal. 10.

³¹ Abdullah, *Ilmu Dakwah* (Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2019), hal. 11.

³² Abdul Basit, *Filsafat Dakwah* (Depok: Rajawali Pers, 2019), hal. 44.

³³ Abdul Wahid, *Strategi Dakwah Di Tengah Keragaman Budaya Kajian Filsafat Dakwah Kontemporer* (Yogyakarta: Pustaka Diniyah, 2019), hal. 10.

- d. Asep Muhidin, merumuskan bahwa dakwah sebagai aktivitas mengajak atau menyeru kepada seluruh umat manusia agar berada di jalan Allah SWT yaitu kembali lagi sesuai dengan fitrah dan *kehanifaanya* serta usaha penjabaran nilai Islami yang menjadi amal shaleh di kehidupan nyata.³⁴

Masih terdapat banyak pendapat dari para ahli dakwah dalam hal ini, maka dari berbagai pendapat di atas dapat dipahami bahwa dakwah merupakan segala upaya yang dilakukan oleh seseorang demi menyeru, membimbing, mengajarkan, dan mengubah orang lain agar mengetahui, meyakini ajaran Islam. Dengan kata lain, dakwah adalah upaya menerapkan nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari agar terciptanya *khairul ummah* yang bahagia, baik lahir maupun batin.³⁵

2. Unsur Dakwah

Unsur dakwah dapat didefinisikan sebagai elemen-elemen atau komponen-komponen yang termuat dalam setiap kegiatan dakwah. Unsur dakwah setidaknya terdiri dari *da'i* (pelaku dakwah), *mad'u* (penerima dakwah), *maddah* (materi dakwah), *wasillah* (media dakwah), *thariqah* (metode dakwah), dan *atsar* (efek dakwah).³⁶

a. *Da'i* (Pelaku Dakwah)

Pada umumnya seorang *da'i* disebut juga dengan *mubaligh*, yaitu seseorang yang menyampaikan ajaran Islam. Dalam ilmu komunikasi *da'i* adalah komunikator yaitu orang yang mengirimkan pesan (*message*) kepada orang lain. Komunikator disini ialah orang yang menyampaikan pesan dakwah berupa ajaran Islam kepada orang lain baik secara personal maupun berkelompok. Kemudian cara penyampain pesan dapat dilakukan dalam bentuk perkataan, tindakan, maupun tulisan. Sehingga khalayak yang didakwahi dapat berubah ke arah yang lebih baik dan menjalankan segala

³⁴ Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi* (Jakarta: Graha Ilmu, 2011), hal. 16.

³⁵ Mustain and Wahyu Budiantoro, "Dimensions Of Sufistic Da'wah KH. Mustai'n Ramly (1931-1985)," *Ilmu Dakwah: Academic Journal For Homiletic Studies 1*, no. 16 (2023): hal. 38.

³⁶ Munir. Wahyu Illahi, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), hal. 21.

sesuatu sesuai dengan pokok ajaran Islam. Seorang komunikator (*da'i*) yang baik ialah seorang jauh dari provokator.³⁷

Seorang *da'i* pada hakikatnya mempunyai kedudukan yang penting di tengah kehidupan masyarakat, pasalnya *da'i* dianggap sebagai seorang teladan, pelopor, atau pemuka yang selalu diteladani oleh masyarakat. Tidak jarang pula seorang *da'i* dijadikan sebagai tolak ukur masyarakat dalam berbagai perbuatan dan tingkah laku. Sehingga para *da'i* seyogyanya dapat memperlihatkan akhlak yang mencerminkan nilai-nilai keislaman dalam diri mereka. Selain itu, seorang *da'i* sebagai komunikator dalam menyampaikan dakwah harus mempunyai kredibilitas yang baik, hal ini sangat berpengaruh terhadap tingkat kepercayaan *mad'u* terhadap pesan dakwah serta sosok yang menyampaikannya.³⁸

Menurut Abu A'la Al Maududi sebagaimana bahwa seorang *da'i* setidaknya memiliki sifat-sifat sebagai berikut.³⁹

- 1) Mampu mengatasi musuh dalam diri sendiri, yaitu hawa nafsu sehingga sepenuhnya taat kepada Allah SWT dan Rasul-Nya sebelum berjuang melawan hawa nafsu orang lain.
- 2) Mampu berpindah (*hijrah*) dari perbuatan maksiat yang dapat merendahkan martabatnya di hadapan Allah SWT dan masyarakat.
- 3) Dapat menjadi sosok yang baik dengan akhlak mulia bagi masyarakat yang menjadi sasaran dakwahnya.
- 4) Mempunyai persiapan mental, meliputi sikap sabar, tidak mudah putus asa, menjaga keseimbangan antara akal dan emosi, senang membantu orang lain, siap berkorban dalam hal waktu, tenaga, pikiran, dan harta. Selanjutnya memiliki semangat tinggi dalam mencapai tujuan serta bersedia bekerja secara teratur dan berkelanjutan.

³⁷ Suhardi Diri, *Ilmu Dakwah* (Yogyakarta: CV Bintang Semesta Media, 2023), hal. 49.

³⁸ Siti Barokah, Mukhlis Aliyudin, and Ahamad Agus Sulthonie, "Kredibilitas Da'i Dengan Keseriusan Jama'ah Dalam Menyimak Ceramah," *Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 4, no. 3 (2020): hal, 285.

³⁹ *Metodologi...*, hal. 58-59.

b. *Mad'u* (Penerima Dakwah)

Mad'u secara etimologi berasal dari bahasa Arab yang bermakna objek atau sasaran. Kemudian secara terminologi *mad'u* merupakan sekumpulan orang atau kelompok pada umumnya dibentuk oleh jamaah yang tengah mendalami ajaran dari seorang *da'i*. Sehingga dapat diketahui bahwa *mad'u* atau sasaran dakwah adalah masyarakat sebagai penerima dakwah baik individu maupun kelompok.⁴⁰

Mad'u sebagai sasaran dakwah mencakup semua manusia, baik itu yang beragama Islam maupun non-Islam. Bagi mereka yang belum memeluk Islam, dakwah yang dilakukan bertujuan mengajak mereka agar memeluk agama Islam. Sementara untuk umat Islam kegiatan dakwah berfokus pada peningkatan kesadaran, kualitas iman, keislaman dan ihsan.

c. *Maddah* (Materi Dakwah)

Maddah dakwah dapat didefinisikan sebagai materi atau isi pesan yang nantinya akan disampaikan pendakwah kepada *mad'u*. Sumber pokok materi dakwah yaitu Al-Qur'an, dan hadis.⁴¹ Materi dakwah pada dasarnya memiliki cakupan yang luas. Selain Al-Quran dan hadis, terdapat beberapa materi pendukung yang turut melengkapi pesan dakwah. Materi-materi tersebut meliputi, pendapat para sahabat Nabi Muhammad SAW, pandangan ulama, temuan-temuan ilmiah, kisah inspiratif, peristiwa terkini, serta karya sastra dan seni.⁴²

Materi dakwah harus sesuai dengan pokok ajaran Islam, setidaknya berupa akidah, syariah, dan akhlak. Akidah berkaitan dengan keyakinan kepada Sang Pencipta. Syariah sebagai ajaran Islam yang mengkaji permasalahan ibadah dan akhlak sebagai ajaran Islam tentang tata perilaku manusia kepada Allah SWT, sesama manusia, dan alam sekitar. Ketika

⁴⁰ Aminol Rosid Abdullah, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Malang: CV Literasi Nusantara Abadi, 2023), hal.143.

⁴¹ Syamsyudin, *Pengantar Sosiologi Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2016), hal. 316.

⁴² Hikamudin Suyuti, "Value Mulia Menurut Perspektif Menurut Abu Nuaim Al Al Asfahani Dalam Kitab Hilyatul Aulia," *Jurnal Kajian Penelitian Pendidikan Dan Kebudayaan* 3, no.1 (2025):117–29.

materi dakwah disampaikan secara lengkap dan menyeluruh tentu akan mempengaruhi kondisi keislaman *mad'u*. Sehingga semakin lengkap, sempurna, dan rinci penyampain materi dakwah maka akan semakin sempurna pula pemahaman dan penerimaan seseorang (*mad'u*) terhadap materi dakwah yang disampaikan.

Kemudian materi dakwah sebaiknya disajikan dalam balutan Islam yang moderat dengan menggabungkan ajaran Islam, ilmu pengetahuan dan nilai kebangsaan. Sehingga pesan dakwah dapat lebih relevan dengan kehidupan sehari-hari dan diterima oleh berbagai kalangan.⁴³

d. *Wasilah* (Media Dakwah)

Media dakwah merupakan segala sesuatu yang digunakan dalam rangka menunjang keberhasilan *da'i* dalam menyampaikan pesan kepada *mad'u*. Dengan kata lain bahwa segala sesuatu tersebut adalah alat penyampaian materi dakwah, sehingga dakwah dapat berlangsung efektif. Media dakwah terdiri dari beberapa jenis sebagai berikut.⁴⁴

Pertama, media tradisional. Media ini sangat erat kaitannya dengan budaya dan kebiasaan masyarakat setempat. Contohnya adalah alat musik tradisional seperti gamelan, wayang kulit, atau seni pertunjukan lainnya yang kerap digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan agama Islam. Media ini memanfaatkan unsur-unsur kesenian yang populer di kalangan masyarakat agar dapat menarik perhatian dan menyampaikan pesan dakwah.

Kedua, media modern. Media modern dapat dibagi menjadi tiga jenis berdasarkan cara penyampaian pesannya yaitu media auditif, media visual, dan media audio-visual. Media auditif seperti radio dan telepon mengandalkan suara untuk menyampaikan pesan. Kemudian media visual seperti buku, majalah, dan gambar mempergunakan unsur visual dalam menyampaikan pesan. Sementara itu, ada media audio-visual seperti televisi

⁴³ Abdul Basit, *Wacana Dakwah Kontemporer* (Banyumas: CV Amerta Media, 2020), hal. 290.

⁴⁴ Fahrurrozi, Faizah, and Kadri, *Ilmu Dakwah Edisi Pertama* (Mataram: Prenamedia Group, 2019), hal. 121.

dan internet mengkolaborasikan unsur suara juga gambar dalam penyampaian pesan.

Ketiga, perpaduan media tradisional dan media modern. Pendekatan ini menggabungkan kekuatan kedua jenis media sebelumnya. Misalnya pertunjukan wayang kulit dengan tema keagamaan melalui televisi. Kombinasi ini memungkinkan pesan dakwah menjangkau audiens yang lebih luas tentu dengan cara yang menarik.

e. *Thariqah* (Metode Dakwah)

Jika *wasilah* adalah alat-alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan dakwah, maka *thoriqoh* merupakan cara-cara penyampain pesan dakwah baik perorangan, kelompok, maupun masyarakat luas agar pesan tersebut dapat diterima dengan baik. Metode dakwah menurut Al-Quran yaitu sebagai berikut.⁴⁵

- 1) *Hikmah* merupakan metode dakwah dengan menyesuaikan situasi dan kondisi *mad'u*, serta mempertimbangkan kemampuan mereka. Dengan cara ini diharapkan mereka dapat menjalankan ajaran Islam tanpa merasa terpaksa dan keberatan.
- 2) *Mau'idhah hasanah* ialah metode dakwah yang menitikberatkan pada penyampaian nasihat-nasihat dan ajaran Islam dengan penuh kasih sayang. Pendekatan ini bertujuan agar pesan yang disampaikan dapat menyentuh hati dan diterima dengan baik oleh *mad'u*.
- 3) *Mujadalah* ialah cara berdakwah yang melibatkan pertukaran pikiran atau argumentasi secara baik, tanpa memberi tekanan atau merendahkan pihak yang diajak berdiskusi juga saling menghormati.

f. *Atsar* (Efek Dakwah)

Atsar (efek) atau *feedback* (umpan balik) dari kegiatan dakwah ini tidak jarang terlupakan dan kurang diperhatikan oleh *da'i*. Seringkali *da'i* beranggapan bahwa setelah berdakwah, maka rampunglah dakwahnya padahal *atsar* mempunyai arti penting demi keberlangsungan dakwah

⁴⁵ Muliaty Amin, *Metodologi Dakwah* (Makassar: Alauddin University Press, 2013), hal. 69.

selanjutnya. Dakwah diarahkan memuat tiga perubahan pada diri *mad'u* yaitu aspek pengetahuan (*knowledge*), aspek sikap (*attitude*) dan aspek perilaku (*behavioral*).⁴⁶

Atsar juga dapat dilihat dari tujuan dakwah itu sendiri. Pertama, dakwah bertujuan membentuk masyarakat yang berakhlak mulia sesuai dengan teladan Nabi Muhammad SAW. Kedua, tujuan hakiki dakwah adalah menumbuhkan keimanan dan ketaqwaan kepada Tuhan Yang Maha Esa, serta mendorong manusia untuk mengikuti jalan hidup yang telah dicontohkan oleh *Rasulullah* SAW. Ketiga, secara umum dakwah mengajak manusia untuk taat kepada Allah SWT dan Rasul-Nya dengan harapan dapat mencapai kebahagiaan hidup baik di dunia maupun akhirat. Keempat, tujuan khusus dakwah ialah membangun masyarakat Islam yang utuh.⁴⁷

3. Pesan Dakwah

Pesan dakwah merupakan ajaran atau segala hal yang disampaikan oleh *da'i* kepada *mad'u*. Pesan dakwah tentunya meliputi seluruh ajaran Islam yang tertuang dalam Al-Quran dan sunnah, pada dasarnya meliputi tiga ajaran pokok sebagai berikut.

a. Aspek Akidah

Secara bahasa akidah berasal dari *aqd* yang berarti pengikatan atau ikatan yang kuat dan kokoh. Dalam konteks ini akidah merujuk pada keyakinan yang mantap dan tegas tanpa adanya keraguan bagi orang yang mengimaninya. Akidah Islam merupakan fondasi yang utama bagi setiap muslim, ibarat sebuah bangunan akidah menjadi landasan pertama yang harus dibangun dengan kokoh sebelum mendirikan bagian-bagian lainnya. Dengan kata lain akidah adalah pokok-pokok keimanan yang dipegang erat oleh seseorang. Materi keimanan tersebut meliputi iman kepada Allah SWT, iman kepada Malaikat-Nya, iman kepada Kitab-kitab-Nya, iman kepada

⁴⁶ *Metodologi...*, hal. 84-85.

⁴⁷ Listiana Anisa, *Filsafat Dakwah* (Kudus, 2020), hal. 75.

Rasul-rasul-Nya, iman kepada Hari Akhir, dan iman kepada *Qada dan Qadar*.⁴⁸

Para ulama telah membagi kajian akidah menjadi empat cabang utama yang terdiri dari *ilahiyyat*, *nubuwwat*, *ruhaniyyah*, dan *sami'iyat*. Pertama, yaitu *ilahiyyat* yang mendalami segala aspek tentang Tuhan termasuk sifat-sifat-Nya dan hubungan-Nya dengan manusia. Kedua, *nubuwwat* yang berfokus pada kajian tentang nabi dan rasul sebagai utusan Allah SWT yang membawa risalah kepada umat manusia. Ketiga, yakni *ruhaniyyah* yang membahas tentang makhluk gaib seperti malaikat, jin, dan iblis. Terakhir, *sami'iyat* yaitu mempelajari hal-hal yang bersifat gaib atau tidak ditangkap oleh panca indera, seperti alam kubur, kehidupan setelah kematian, surga, dan neraka.⁴⁹

b. Aspek Akhlak

Kata akhlak berasal dari kata *khuluq* yang bermakna watak, tabiat, perangai, dan budi pekerti. Akhlak dapat diartikan sebagai sifat yang ada dalam jiwa seseorang yang muncul secara spontan dalam perilaku tanpa perlu dipikirkan terlebih dahulu.

Bagi seorang muslim akhlak bersumber dari ajaran Islam, sehingga Al-Quran dan sunnah dijadikan sebagai standar nilai akhlak. Akhlak yang sesuai dengan ajaran Islam sebagai akhlak terpuji (*mahmudah*), sedangkan akhlak yang bertentangan dengan ajaran Islam disebut akhlak tercela (*mazmumah*). Dalam Islam akhlak dipandang mempunyai kedudukan tinggi seperti sabda Rasulullah SAW yang artinya “*Orang mukmin paling sempurna imannya adalah yang terbaik akhlaknya, dan sebaik-baiknya di antara kamu adalah yang baik terhadap istrinya.*” (HR. Tirmidzi)⁵⁰

⁴⁸ Muhammad Qadaruiddin Abdullah, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Jawa Timur: CV Penerbit Qiara Media, 2019), hal. 66.

⁴⁹ Tangguh Ramadhan and Mintaraga Eman Surya, "Nilai-Nilai Akidah Islam Dalam Kitab *Ayyuhal Walad* Karya Imam Al Ghazali," *Jurnal Pendidikan Dan Media Pembelajaran* 2, no. 1 (2024): hal. 43–44.

⁵⁰ Almer Ragil. Amri and dkk, "Pendidikan Akhlak Anak Kepada Orang Tua Dalam Perspektif Al-Quran Dan Hadits," *Jurnal Budi Pekerti Agama Islam* 2, no. 3 (2024): hal. 136.

Nilai akhlak terbagi menjadi dua yaitu, pertama akhlak kepada Allah SWT. Kedua ialah akhlak kepada sesama makhluk, baik itu antara sesama manusia maupun sesama ciptaan Allah SWT yang lainnya.

c. Aspek Syariah

Dalam materi syariah memiliki cakupan yang luas dan mengikat umat Islam. Biasanya berisi aturan-aturan yang disyariatkan Allah SWT kepada umat manusia, baik secara rinci maupun pokok-pokoknya saja. Syariah juga berkaitan dengan kemaslahatan sosial dan moral, melalui materi ini tujuannya agar dapat memberikan pemahaman yang akurat kepada *mad'u* dalam menghadapi isu-isu pembaruan. Sehingga umat manusia tidak terjerumus ke dalam hal-hal yang negatif.

Syariah sebagai hukum yang mengatur seluruh aspek kehidupan manusia sebagai individu, masyarakat, dan subyek alam semesta. Syariah meliputi ibadah seperti *thaharah*, shalat, zakat, puasa, dan haji. Kemudian syariah muamalah memuat hukum perdata, seperti hukum nikah, hukum niaga, dan hukum waris. Adapun hukum publik seperti hukum pidana, hukum perang, hukum damai, dan negara.⁵¹

4. Media Dakwah

Media dakwah merupakan alat atau sarana (saluran) yang digunakan oleh *da'i* untuk mempermudah penyampaian pesan-pesan dakwah Islam kepada *mad'unya*.⁵²

Dalam pemilihan penggunaan media dakwah guna menyampaikan pesan-pesan keislaman kepada *mad'u* harus mempertimbangkan kondisi dari masyarakat itu sendiri. Pentingnya memilih media yang tepat agar pesan dakwah dapat diterima dengan mudah oleh *mad'u*. Para *da'i* dapat memanfaatkan perkembangan teknologi terkini untuk memilih media dakwah termasuk media massa. Dengan kemajuan teknologi, berbagai

⁵¹ Andi Muhammad Asbar and Agus Setiawan, "Nilai Akidah, Ibadah, Syariah, Dan Al-Dharuriyat Al-Sittah Sebagai Dasar Normatif Pendidikan Islam," *Journal Of Islamic Education 1*, no.1 (2022): hal. 95.

⁵² Moh Ali Aziz, *Pengantar Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2017), hal. 345.

platform media sosial, podcast, *video streaming*, dan lainnya menawarkan peluang baru untuk menyampaikan pesan dakwah. Media dakwah juga sebagai penentu bagaimana pesan dakwah yang disampaikan dapat diterima dan dimengerti oleh *mad'u*.⁵³

Dakwah dapat disiarkan melalui beberapa media yaitu media cetak, media audio, media audio visual, dan media internet.⁵⁴

a. Media Cetak

Media cetak merujuk pada berbagai jenis tulisan atau barang yang dicetak dan dapat digunakan untuk menyampaikan informasi. Dalam konteks dakwah, media cetak menjadi alat yang penting ketika isinya mengandung pesan-pesan yang mendorong pada kebaikan, mencegah keburukan, atau menyebarkan ajaran Islam. Contohnya seperti surat, brosur, *buletin*, banner, spanduk, dan koran.

b. Media Audio

Media audio merupakan sarana komunikasi yang hanya dapat didengar, menjadikannya efektif untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah. Dakwah dengan audio ini memungkinkan penyebaran ajaran agama Islam yang bukan hanya sekedar informatif, akan tetapi dapat menyentuh hati pendengar. Contoh penggunaan media ini adalah radio, dan *tape recorder*.

c. Media Audio Visual

Media ini mempunyai daya tarik yang lebih besar karena menawarkan dua dimensi yaitu dapat didengar dan gambar yang dapat dilihat. Oleh karena itu, media ini sering disebut media elektronik. Jenis-jenis yang termasuk dalam media ini antara lain, televisi, dan film.

d. Media Internet

Di era teknologi informasi, *new media* dan media sosial berperan penting dalam kegiatan dakwah. Pasalnya dakwah tidak hanya dilakukan di masjid, akan tetapi juga melalui internet. Internet telah menjadi bagian yang

⁵³ Aris Safullah, "Seni Pertunjukan Musik Populer Rebana Dan Thek-Thek Sebagai Media Dakwah Di Purwokerto," *Jurnal Manajemen Dakwah* 2, no.2 (2023): hal. 228.

⁵⁴ *Pengantar Ilmu Dakwah....*, hal. 145-150.

akrab bagi masyarakat, terutama di perkotaan dimana akses informasi melalui *handphone* telah menjadi kebutuhan pokok. Dalam kesibukan masing-masing tidak semua orang mempunyai waktu untuk menonton televisi atau membaca koran. Mereka memerlukan media yang dapat diakses tanpa terbatas ruang dan waktu. Media internet contohnya dakwah melalui platform Instagram, Tiktok, Youtube dan sebagainya.

B. *New Media*

1. Pengertian *New Media*

New media (media baru) merujuk pada media online yang didasarkan pada teknologi, memiliki sifat yang fleksibel dan interaktif, serta dapat berfungsi untuk keperluan publik maupun pribadi dengan memanfaatkan internet. Istilah *new media* mulai muncul sekitar tahun 1980-an ketika dunia media dan komunikasi mengalami perubahan dari sebelumnya. Karakteristik utama dari *new media* ialah *interactivity*. *Interactivity* merupakan istilah yang merujuk pada interaksi antara pengguna *new media*, dimana dua orang atau lebih yang saling berkolaborasi untuk membuat, mendistribusikan, serta menerima pesan dengan menggunakan teknologi.⁵⁵

Perkembangan teknologi telah mengubah media tradisional menjadi media baru yang dilengkapi dengan teknologi digital. Hal ini membuat pemusatan telekomunikasi modern yang terdiri dari komputer dan jaringan penyiaran. Masyarakat kini telah dihadapkan dengan cara baru dalam memproses dan menyebarkan informasi digital melalui internet, *world wide web* (WWW) dan lainnya. Media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter, dan Youtube merupakan contoh media baru yang termasuk dalam kategori media online. Platform-platform ini memungkinkan individu saling berbicara, berpartisipasi, berbagi, dan membangun jejaring secara daring.⁵⁶

⁵⁵ Cindie Sya'abania Feroza and Desy Misnawati, "Penggunaan Media Sosial Instagram @Yhoopii_Official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan," *Jurnal Inovasi* 14, no. 1 (2020): hal. 34.

⁵⁶ Mubarak Ahmad, "Dampak Perkembangan New Media Pada Pola Komunikasi," *Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 4, no. 1 (2020): hal. 34.

2. Media Sosial

Media sosial merupakan salah satu alat komunikasi yang memungkinkan pengguna berinteraksi secara online melalui internet. Dengan media sosial para pengguna dapat mengirim pesan dalam berbagai bentuk, seperti foto, teks, audio, dan video. Media sosial yang populer dalam masyarakat yaitu Instagram, Tiktok, dan Youtube. Berikut beberapa jenis media sosial.⁵⁷

a. *Social Networking*

Social Networking merupakan platform yang dapat digunakan untuk berinteraksi antara individu dengan individu lainnya dalam dunia virtual. Contoh yang populer adalah Instagram, Facebook dimana pengguna dapat terhubung dengan pengguna lain, berbagi foto, dan mengupdate status.

b. *Blog*

Blog adalah media sosial yang memberikan ruang bagi para pengguna untuk membagikan kegiatan sehari-hari mereka dan saling berdiskusi. *Blog* juga dapat dimanfaatkan untuk mengekspresikan pendapat dan berbagi informasi dengan orang lain.

c. *Microblogging*

Microblogging adalah platform yang membantu pengguna untuk mengunggah pesan singkat dan padat. Contohnya seperti Twitter.

d. *Media Sharing*

Media Sharing sebagai jenis media yang dapat digunakan oleh para penggunanya untuk berbagi dan menyimpan jenis media, seperti foto, video, dan audio. Contoh *media sharing* yaitu Youtube.

e. *Social Bookmarking*

Social Bookmarking adalah platform yang memudahkan pengguna untuk menyimpan dan mengelola informasi serta berita secara online. Contohnya *flipboard* yang dapat membantu pengguna untuk mengorganisir konten yang mereka temukan.

⁵⁷ Sanksit Herdiyani and others, "Peranan Media Sosial Dalam Mengembangkan Suatu Bisnis Literatur Review," *Jurnal Adiministrasi Bisnis* 18, no. 2 (2022): hal. 108.

f. *Wiki*

Wiki ialah platform media sosial yang memungkinkan banyak pengguna untuk berkolaborasi dan memperbarui informasi. Contohnya *Wikipedia*.

C. Media Sosial Instagram

1. Sejarah Instagram

Instagram yang diciptakan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger, resmi diluncurkan pada Oktober 2010. Awalnya platform ini hanya tersedia bagi pengguna ponsel berbasis iOS. Kemudian pada April 2012 Instagram diluncurkan bagi pengguna android diikuti dengan versi web pada November 2012 dan aplikasi untuk *Windows 10 Mobile* pada April 2010. Pengembangan Instagram dimulai di San Francisco ketika Systrom dan Krieger memutuskan untuk fokus pada proyek yang menggabungkan fitur *check-in* dengan fotografi seluler. Mereka tidak menyangka bahwa aplikasi ini akan menjadi sangat populer sebagai album foto online. Meskipun Instagram belum tersedia untuk umum saat itu, mereka mulai menguji ide mereka dengan berbagai jepretan eksperimental. Menurut Paul Webster Brand Development Lead Instagram, sejak diluncurkan Instagram telah menarik lebih dari 400 juta pengguna aktif di seluruh dunia. Indonesia juga menjadi salah satu negara dengan jumlah pengguna Instagram terbanyak.⁵⁸

Instagram berasal dari kata “instan” atau “insta”, hampir sama dengan kamera polaroid yang dikenal karena foto-foto instannya. Instagram memungkinkan para pengguna menampilkan foto secara cepat. Sementara itu, “gram” berasal dari “telegram” yang merujuk pada aktivitas mengirimkan informasi. Dengan Instagram pengguna dapat mengunggah foto melalui internet, sehingga informasi dapat diterima dengan segera. Sehingga Instagram dapat diartikan sebagai “instan-telegram”.⁵⁹

Media sosial telah menjadi alat yang sangat berguna bagi para *da'i* dalam menyebarkan pesan keislaman. Instagram khususnya, dapat

⁵⁸ Kartini and et.al, "Penelitian Tentang Instagram," *Jurnal Perpustakaan Dan Informasi*, (2022): hal.21.

⁵⁹ Penggunaan Media Sosial Instagram..., hal. 35.

dimanfaatkan oleh para *da'i* sebagai platform yang efektif guna menyampaikan pesan dakwah baik dalam bentuk gambar, tulisan maupun audio video. Dengan memanfaatkan Instagram secara optimal sebagai media dakwah maka akan berdampak pada jangkauan penerima pesan dakwah yang luas.

Melalui Instagram para *da'i* dapat menyebarkan ajaran Islam yang berdasarkan Al-Quran dan hadis dengan cara yang lebih modern dan menarik. Beberapa metode yang dapat digunakan yaitu mengunggah postingan yang berisi ajaran Islam, membuat *story*, *reels* atau dalam bentuk yang lainnya.

2. Fitur-Fitur Instagram

a. *Followers* (Pengikut)

Pengikut di Instagram merupakan bagian dari sistem sosial yang melibatkan beberapa pengguna yang saling mengikuti pengguna lainnya. Hal ini memungkinkan para pengguna untuk saling berinteraksi, berbagi informasi, dan saling menyapa. Ketika sebuah akun telah mempunyai pengikut, akun tersebut dapat dengan mudah mengakses konten yang dibagikan. Kemudian untuk mencari teman, pengguna dapat menggunakan kolom pencarian dan Instagram juga memberikan rekomendasi akun untuk diikuti.

b. Posting Foto dan Video

Pada Instagram terdapat fitur yang dapat digunakan oleh para pengguna untuk mengunggah foto, video dan lainnya yang berasal dari *smartphone* maupun mengambil foto dan video secara manual.

c. *Like* atau Suka

Fitur *like* atau suka merupakan sarana yang dapat dipergunakan oleh para pengguna untuk saling berinteraksi antar pengguna lain secara online. Ketika pengguna *mengelove* postingan pengguna lain maka itu tandanya pengguna tersebut menyukai postingan tersebut.

d. *Comment* atau Komentar

Kolom komentar juga menjadi cara bagi para pengguna untuk saling berkomunikasi dalam media Instagram, pengguna dapat memberikan komentar positif saat pengguna tersebut sependapat dengan suatu postingan.

e. *Instagram Story*

Instagram story (instastory) ialah menu untuk berbagi cerita dengan kurun waktu 24 jam dan setelah itu postingan akan otomatis hilang.

f. *Instagram Live*

Instagram live sebagai sarana siaran langsung kepada para pengguna atau pengikut. Dalam fitur ini dilengkapi dengan kolom komentar, memberikan *like* dan lainnya sehingga dapat mempererat jalinan komunikasi. Sehingga para *da'i* biasanya memanfaatkan fitur ini untuk berdakwah.

g. *Reels dan IGTV*

Reels dan IGTV menawarkan kepada para pengguna berbagai video pendek yang kreatif, terdapat alat pengeditan dan pilihan musik sehingga pengguna dapat membuat konten yang menghibur dan menginspirasi. Kemudian *IGTV* hampir sama dengan *reels*, akan tetapi durasi video yang dapat diunggah bisa lebih panjang.

h. *Direct Message (DM)*

Fitur direct message adalah fitur yang dapat digunakan oleh pengguna untuk mengirim pesan pribadi baik berupa teks, gambar, audio, dan video dengan pengguna yang lainnya.

D. Konsep Komunikasi Visual

1. Pengertian Komunikasi Visual

Komunikasi visual adalah istilah yang terdiri dari dua kata yaitu komunikasi dan visual. Komunikasi sendiri merupakan proses yang melibatkan pertukaran pesan antara komunikator (pengirim pesan) dan komunikan (penerima pesan). Tujuan komunikasi ini untuk mempermudah penyampaian informasi yang berasal dari pemikiran atau perasaan. Sedangkan visual merujuk pada segala sesuatu yang dapat dilihat dengan

indra penglihatan (mata). Sehingga komunikasi visual ialah suatu bentuk pertukaran pesan antara komunikator dan komunikan dengan menggunakan elemen visual untuk menyampaikan pesan atau informasinya.⁶⁰

Komunikasi visual adalah suatu proses yang melibatkan penggunaan indra penglihatan untuk menangkap dan memahami objek-objek visual. Ketika indra penglihatan (mata) menangkap suatu objek, informasi yang diperoleh akan diteruskan ke otak untuk diolah dan diinterpretasikan menjadi makna tertentu. Dalam komunikasi visual pertukaran pesan tidak hanya bergantung pada kata-kata, akan tetapi juga berbagai elemen visual seperti simbol, warna, foto, tipografi, ilustrasi, dan desain grafis.⁶¹

Dalam komunikasi visual terdapat dua aspek penting perlu yang perlu diperhatikan. Pertama, perspektif komunikator yaitu bagaimana elemen-elemen seperti, simbol, warna, foto, ilustrasi, tipografi, dan desain grafis yang disusun untuk menyampaikan pesan kepada komunikan. Kedua, dari sudut pandang komunikan yaitu proses bagaimana penerima pesan menginterpretasikan makna dari elemen-elemen visual tersebut.

Desain komunikasi visual ialah disiplin seni yang berfokus pada penyampain informasi atau pesan melalui elemen-elemen visual. Dalam penerapan bahasa rupa atau visual yang disampaikan mencakup penggunaan simbol, warna, tipografi, dan gambar guna menciptakan komunikasi yang efektif. Desain komunikasi visual bertujuan untuk menginformasikan, mempengaruhi, bahkan mengubah perilaku audiens sesuai dengan tujuan yang ingin diwujudkan. Proses desain dalam komunikasi visual memperhitungkan aspek fungsi, estetik, dan berbagai aspek lainnya yang biasanya datanya didapatkan dari riset, pemikiran, maupun desain yang sudah ada sebelumnya. Berikut beberapa fungsi dasar desain komunikasi visual.⁶²

⁶⁰ Fenitisari Desti Sucipto and et.al., *Pengantar Desain Komunikasi Visual* (Purbalingga: Eureka Media, 2022), hal. 1.

⁶¹ Pundra Rengga Andhita, *Komunikasi Visual* (Purwokerto: CV ZT Corpora, 2021), hal. 3.

⁶² Lia & Kirana Nathalia Anggraini, *Desain Komunikasi Visual* (Bandung: Nuansa Cendekia, 2018), hal.15-17.

a. Sarana *Branding* (Identifikasi)

Sarana *branding* ialah berfungsi untuk menciptakan identitas visual yang kuat bagi seseorang, perusahaan, jasa, maupun produk. Elemen seperti logo, warna, dan tipografi digunakan sebagai pembeda satu dengan yang lainnya. Identitas yang konsisten membantu membangun kepercayaan audiens.

b. Sarana Informasi

Sarana informasi bertujuan menampilkan antara data dengan fakta dengan cara yang jelas dan mudah dipahami. Informasi akan bermanfaat ketika disampaikan kepada audiens pada saat yang tepat, dengan bentuk yang menarik dan mudah dimengerti serta ditampilkan secara konsisten. Contohnya simbol lalu lintas, infografis, petunjuk arah di bandara, stasiun dan sebagainya.

c. Sarana Motivasi

Sebagai sarana motivasi dalam komunikasi yaitu menginspirasi dan mendorong audiens baik individu, berkelompok, maupun masyarakat dalam melakukan tindakan tertentu. Desain yang menarik dan emotif dapat menggerakkan perasaan seseorang sehingga mendorong audiens untuk berpartisipasi secara aktif.

d. Sarana Pengutaraan Emosi

Saran ini digunakan untuk menyampaikan perasaan dan emosi melalui visual. Selain itu, juga menggambarkan situasi sehingga meningkatkan kepekaan audiens terhadap pesan yang disampaikan. Misalnya melalui penggunaan *emotion*, *icon*, karakter, dan lainnya.

e. Sarana Presentasi dan Promosi

Sarana presentasi dan promosi untuk menarik perhatian audiens sehingga mereka akan mengingat pesan yang disampaikan. Desain yang menarik dan informatif dapat meningkatkan daya tarik di mata audiens. Hal tersebut dapat membantu memastikan bahwa pesan yang ingin disampaikan mencapai audiens dengan cara yang *impact*.

2. Komponen Komunikasi Visual

Dalam menciptakan desain yang baik, penting untuk memastikan bahwa desain tersebut tidak hanya efektif, akan tetapi juga memiliki nilai estetika. Dalam hal tersebut untuk mewujudkan visual setidaknya memuat beberapa beberapa unsur berikut.

a. Ruang

Ruang adalah unsur visual yang dihadirkan melalui bidang dan dapat dipahami melalui pembagian bidang atau jarak antar objek yang melibatkan unsur titik, garis, bidang, dan warna. Dalam hal ini ruang merujuk pada dua unsur, yakni objek (*figure*) dan latar belakang (*background*).⁶³

b. Warna

Warna sebagai unsur penting dalam desain yang berkaitan dengan bahan dan pigmen yang mendukung keberadaannya. Terdapat tiga komponen utama yang membentuk warna yakni, *hue*, *saturation*, dan *lightness*. *Hue* merujuk pada *spectrum* yang dapat dilihat seperti merah atau biru. *Saturation* mengukur intensitas atau kejenuhan warna semakin tinggi saturasi maka semakin murni dan cerah warna tersebut. Kemudian *lightness* untuk mengukur nilai kecerahan dari gelap ke terang.⁶⁴

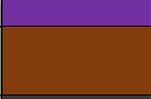
Warna dapat menggambarkan citra atau identitas yang hendak disampaikan baik berupa pesan atau membedakan sifat secara jelas. Warna sebagai salah satu elemen yang dapat meningkatkan perhatian audiens, menambah *mood*, dan lainnya. Pemilihan warna yang tepat dalam desain visual memiliki peran penting dalam menyampaikan pesan secara efektif. Warna tidak hanya hiasan, akan tetapi dapat mempengaruhi emosi dan persepsi seseorang terhadap suatu pesan. Secara ilmiah warna dapat dijelaskan sebagai sifat cahaya yang terlihat oleh mata. Namun secara psikologis warna mempunyai makna dan konotasi yang berbeda.

⁶³ Nur Maghfiroh Aesthetika and others, *Buku Ajar Komunikasi Visual* (Sidoarjo: UMSIDA Press, 2023), hal. 31.

⁶⁴ Sri Wahyuningsih, *Desain Komunikasi Visual* (Madura: UTM Press, 2015), hal. 8-9.

Warna pada dasarnya setiap warna mempunyai karakter dan sifat yang berbeda. Sebagai berikut karakter dan sifat warna secara universal.⁶⁵

Tabel 1: Karakter dan Sifat Warna

No	Keterangan	Warna	Makna
1	Merah		Warna yang memiliki makna keberanian, semangat, percaya diri, gairah, kekuatan, dan <i>vitalitas</i> .
2	Pink		Warna yang memiliki makna sesuatu yang lembut, menenangkan, cinta, kasih sayang, dan <i>feminin</i> .
3	Biru		Warna yang memiliki makna keharmonisan, kesan lapang, kesetiaan, ketenangan, sensitif, dan kepercayaan.
4	Kuning		Warna yang memiliki makna persahabatan, optimisme, santai, gembira, harapan, dan toleran.
5	Hijau		Warna yang memiliki makna alam, kehidupan, sehat, dan natural.
6	<i>Orange</i>		Warna yang memiliki makna sosialisasi, keceriaan, kehangatan, segar, semangat, Keseimbangan, dan energi.
7	Ungu		Warna yang memiliki makna magis, mistis, misterius, dan mampu menarik perhatian, kekayaan, dan kebangsawanan.
8	Coklat		Warna yang memiliki makna anggun, kesejahteraan, dan elegan.
9	Abu-Abu		Warna yang memiliki makna kesederhanaan, intelek, dan <i>futuristik</i> .
10	Hitam		Warna yang memiliki makna percaya diri, penuh perlindungan, maskulin, kekuatan, elegan, dramatis, dan misterius.
11	Emas		Warna yang memiliki makna rasa wibawa, martabat, penerangan, kejayaan, keagungan, kemakmuran, kebahagiaan, kesuksesan dan kemegahan.
12	Putih		Warna yang memiliki makna suci, bersih, damai, tentram, kejujuran, keterbukaan, ketulusan, sederhana, kemurnian, dan harapan baru.

(Sumber: Nur Maghfiroh Aesthetika and others, “*Buku Ajar Komunikasi Visual*”)

⁶⁵ *Buku Ajar Komunikasi Visual...*, hal. 56.

c. Bentuk

Bentuk merupakan elemen dasar dalam desain visual yang memiliki dimensi panjang, lebar, dan tinggi. Bentuk-bentuk dasar seperti persegi panjang, lingkaran, segitiga, dan oval dapat dimodifikasi sehingga menghasilkan beragam komposisi visual yang menarik. Sebagai berikut klasifikasi bentuk berdasarkan sifatnya.

1) Bentuk abstrak

Bentuk abstrak adalah bentuk yang tidak memiliki representasi langsung dari objek yang nyata. Bentuk abstrak bersifat subjektif dan interpretatif, sehingga maknanya dapat berbeda bagi setiap individu. Bentuk abstrak sering digunakan dalam seni untuk mengekspresikan ide yang kompleks dan emosional.

2) Bentuk geometri

Bentuk geometri merujuk pada objek-objek yang memiliki karakteristik matematis yang jelas, seperti kubus, silinder, limas, dan kerucut. Bentuk-bentuk tersebut adalah contoh bentuk geometris yang umum, mempunyai ukuran, dan proporsi yang dapat diukur secara pasti.

3) Bentuk natural

Bentuk natural adalah bentuk yang ditemukan di alam, seperti hewan, tumbuhan, hewan, dan manusia. Bentuk-bentuk ini cenderung tidak beraturan dan terus mengalami perubahan seiring waktu. Bentuk natural bersifat fleksibel dan dinamis dibanding dengan bentuk geometri.

d. Tipografi

Tipografi merupakan cara visual yang dapat digunakan untuk menyampaikan komunikasi visual. Pengetahuan tentang huruf dapat dipelajari sebagai sebuah disiplin seni yang disebut tipografi. Tipografi berperan mengkomunikasikan ide atau informasi dari desain kepada orang yang melihat maupun membaca.

Dalam desain tipografi mempunyai peran penting sebagai alat untuk menyampaikan pesan kepada audiens. Tipografi menarik perhatian sebab pemilihan huruf atau *font* yang ditampilkan. Pemilihan jenis huruf dapat

mempengaruhi cara sebuah pesan dapat diterima oleh audiens. Berikut adalah beberapa jenis huruf yang umum digunakan.

1) *Serif*

Jenis huruf yang memiliki ciri khas dengan kaki atau garis yang menonjol pada ujung hurufnya. Contoh jenis huruf ini yaitu Times New Roman dan Georgia.

2) *Sans Serif*

Jenis huruf *sans serif* merupakan kebalikan dari huruf *serif*, karena tidak memiliki tangkai di ujung garisnya. Contoh jenis huruf *sans serif* seperti Verdana, Calibri, dan Arial.

3) *Script*

Jenis huruf ini menyerupai tulisan tangan manusia atau kaligrafi, dengan tampilan yang natural dan biasanya miring ke arah kanan.

4) *Decorative*

Jenis huruf dekoratif biasanya sulit dibaca karena memiliki bentuk yang *ornamental* dan kadang mendekati abstrak. Jenis huruf ini umumnya tidak cocok digunakan sebagai teks utama.

e. Ilustrasi

Ilustrasi secara harfiah berarti gambar yang digunakan untuk menjelaskan sesuatu. Jadi ilustrasi dapat didefinisikan sebagai suatu gambar atau foto yang berguna untuk menjelaskan teks dan makna serta menambah daya tarik. Bentuk ilustrasi dapat bervariasi termasuk foto, gambar, sketsa, karikatur, dan lukisan.

Dalam desain visual penggunaan ilustrasi dapat meningkatkan nilai estetika dan memberikan gambaran yang tepat. Ilustrasi memiliki karakter yang dapat menonjolkan makna gambar atau foto tanpa perlu menjelaskan situasi di dalamnya. Ilustrasi dapat dibedakan menjadi beberapa teknik berdasarkan cara pembuatannya.⁶⁶

⁶⁶ Baskara Ketut, Perancangan Media Visual Komunikasi Sebagai Sarana Kampanye Imunisasi Campak Di Denpasar Bali (Bali: ISI Denpasar), hal. 4-5.

1) Ilustrasi Tangan (*Hand Drawing*)

Ilustrasi ini dibuat dengan mengandalkan keterampilan tangan sepenuhnya, menggunakan alat seperti kuas, pensil, pena, dan alat menggambar lainnya. Kegunaan dari ilustrasi tangan yaitu sebagai simbolis, menggambarkan fantasi, menciptakan humor, dan sebagai alternatif pengganti visual ketika foto tidak tersedia atau kurang sesuai.

2) Ilustrasi Fotografi

Teknik ini menggunakan kamera baik manual maupun digital untuk menghasilkan gambar yang lebih realistis. Kegunaan dari teknik ini seperti mengabadikan momen atau objek sehingga mudah diingat, mengunggah empati melalui gambar yang menggambarkan isu sosial.

3) Teknik Gabungan

Teknik gabungan adalah ilustrasi yang memadukan elemen dari teknik fotografi atau ilustrasi manual dengan teknik *drawing* di komputer.

3. Prinsip-Prinsip Desain Komunikasi Visual

Prinsip desain memberikan pedoman desainer dalam mengatur dan menggabungkan berbagai elemen desain sehingga menghasilkan tata letak yang efektif. Berikut ada empat prinsip desain.⁶⁷

a. Keseimbangan (*balance*)

Keseimbangan dalam desain merujuk pada pembagian berat yang sama baik secara visual maupun optik. Komposisi dikatakan seimbang ketika objek di sisi kiri dan kanan memiliki kesan berat yang serupa. Terdapat dua pendekatan dalam menciptakan *balance*.

1) Keseimbangan formal (*formal balance*)

Keseimbangan ini dicapai dengan membagi berat secara simetris baik di sisi kiri-kanan maupun atas-bawah. Keseimbangan simetris memberikan kesan kokoh dan stabil.

2) Keseimbangan asimetris (*informal balance*)

⁶⁷ Ni Nyoman Sri & I Gusti Nyoman Widnyana Witari, *Desain Komunikasi Visual* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), hal. 47-52.

Dalam pendekatan ini, elemen-elemen desain disusun dengan cara yang tidak sama antara sisi kiri dan kanan, akan tetapi tetap terasa seimbang secara visual.

b. Tekanan (*emphasis*)

Tekanan dalam desain merujuk pada penciptaan *focal point* atau *focus of interest* atau fokus yang menarik perhatian. Berikut adalah beberapa cara untuk menonjolkan salah satu elemen desain.

1) Kontras

Focal point dapat ditunjukkan dengan menciptakan kontras antara objek yang dianggap penting dan objek di sekitarnya.

2) Isolasi Objek

Focal point dibuat dengan cara memisahkan objek dari kumpulan objek yang lainnya dapat menciptakan fokus visual yang lebih menarik perhatian.

3) Penempatan Objek

Menempatkan objek di tengah bidang atau pusat garis perspektif menjadikannya *focal point*. Dalam pendekatan ini, ukuran objek atau huruf harus disesuaikan dengan elemen penting lainnya agar lebih menonjol.

c. Irama (*rhythm*)

Irama dalam desain merujuk pada gerakan pengulangan atau aliran yang teratur dan berkesinambungan. Irama menciptakan pola *layout* yang dihasilkan dari penyusunan elemen visual secara berulang. Irama visual dapat diwujudkan dalam dua bentuk sebagai berikut.

1) Repetisi

Repetisi merupakan pengulangan elemen yang memiliki kesamaan yang memberikan kesan keteraturan dan konsistensi.

2) Variasi

Variasi ialah perubahan dalam elemen yang tetap mempertahankan tema atau gaya sehingga menciptakan dinamika yang menarik.

d. Kesatuan (*unity*)

Kesatuan adalah prinsip desain yang menekankan pada keselarasan unsur-unsur yang disusun, baik dalam bentuk fisik maupun ide yang

mendasarinya. Sebuah desain dianggap memiliki kesatuan jika secara keseluruhan tampak harmonis. Hal ini mencakup keselarasan tipografi, ilustrasi, warna, dan elemen lainnya.

E. Semiotika Charles Sanders Peirce

1. Pengertian Semiotika

Istilah semiotika berasal dari kata Yunani “*semeion*” yang berarti tanda atau “*seme*”. “*Seme*” dalam hal ini merujuk pada penafsiran tanda-tanda. Asal usul istilah tersebut jika ditelusuri istilah condong pada tradisi klasik yang mempelajari retorika, puisi, dan logika. Konsep “tanda” juga dipengaruhi oleh kedokteran kuno yang berfokus pada gejala dan cara mendiagnosis penyakit. Pada saat itu “tanda” diartikan sebagai sesuatu yang menunjukkan adanya sesuatu yang lain, seperti asap yang menunjukkan bahwa ada api.⁶⁸

Semiotika ialah studi tentang tanda-tanda dan maknanya. Istilah semiotika atau *semiotik* diperkenalkan oleh filsuf Amerika, Charles Sanders Peirce pada akhir abad ke-19. Peirce berpendapat bahwa segala sesuatu di dunia, termasuk bahasa dan cara manusia berkomunikasi terdiri dari tanda-tanda. Tanda-tanda tersebut penting untuk membantu manusia menjalin hubungan dengan realitas di sekitarnya. Sehingga dapat dipahami bahwa semiotika sebagai ilmu atau metode untuk menganalisis tanda. Tanda-tanda tersebut sebagai alat bagi manusia untuk berinteraksi dengan sesama dan membangun hubungan sosial.⁶⁹

Menurut Zoest semiotik adalah studi tentang tanda dan segala sesuatu yang berkaitan dengan tanda, cara berfungsinya tanda, hubungan dengan tanda lain, dan pengirim serta penerima. Tingkat semiotik terbagi menjadi tiga level, yakni pada tingkat sintaksis (struktur dan kombinasi tanda),

⁶⁸ Fatimah, *Semiotika Dalam Kajian Iklan Layanan Masyarakat (ILM)* (Gowa: TallasaMedia, 2020), hal. 23.

⁶⁹ *Semiotika Komunikasi*,...hal. 11.

tingkat semantik (makna sebuah tanda atau teks), dan tingkat pragmatik (penerimaan dan efek tanda dalam masyarakat).⁷⁰

Kemudian semantik berasal dari bahasa Yunani “*sema*” yaitu tanda atau lambang (*sign*). Sementara semantik adalah bentuk verbal dari “*semaino*” mempunyai makna melambangkan atau menandai. Selanjutnya pengertian tanda dalam *semantik* ialah *tanda linguistik*. Semantik adalah istilah yang digunakan dalam linguistik untuk mempelajari hubungan antara tanda-tanda linguistik dan objek atau konsep yang mewakili. Pada dasarnya, *semantik* berfokus pada makna yang terkandung dalam satu-satuan bahasa. Oleh karena itu, *semantik* dapat dipahami sebagai ilmu yang meneliti mengenai makna. Selain *semantik*, ada juga studi lain tentang makna yang dikenal sebagai *semiotika*, yang juga sering disebut *semiologi* atau *semasiologi*. Perbedaan utama antara keduanya adalah bahwa *semantik* berfokus pada makna dalam bahasa, sementara *semiotika* mencakup makna dalam semua sistem lambang dan tanda. Dengan demikian, objek kajian *semiotika* lebih luas dibandingkan dengan *semantik*. Sebab *semiotika* mencakup semua lambang dan tanda, *semantik* sebagai bagian kajian dari semiotika berdasarkan bahasa yang merupakan salah satu lambang.⁷¹

2. Kerangka Analisis Teori Semiotika Charles Sanders Peirce

Charles Sanders Peirce dikenal sebagai seorang pemikir argumentatif Peirce dan filsuf Amerika yang mempunyai pemikiran yang sangat rasional dan multidimensional. Peirce lahir pada tahun 1839 dalam keluarga intelektual. Ayahnya bernama Benjamin seorang profesor matematika di Universitas Harvard. Peirce menunjukkan perkembangan yang pesat dalam pendidikan di Harvard dimana dia meraih gelar BA pada tahun 1859, kemudian diikuti gelar M.A. DAN B.Sc. pada tahun 1862 dan 1863.⁷²

⁷⁰ Firdaus Azwar Ersyad and Dinda Sophiea Arifin, *Semiotika Teori Dan Aplikasi Pada Desain Logo* (Yogyakarta: CV Bintang Semesta Media, 2023), hal. 6.

⁷¹ Fitri Amilia and Astri Widyatuli Anggraeni, *Semantik Konsep Dan Contoh Analisis* (Malang: Madani, 2017).

⁷² Seto Wahyu Wibowo, *Semiotika* (Jakarta: Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Prof.DR. Moestopo, 2009), hal. 14.

Teori semiotika Peirce mengklasifikasikan tanda menjadi tiga jenis ikon (*icon*), indeks (*index*), dan simbol (*symbol*). Peirce juga mengembangkan konsep semiotika yang lebih luas mencakup tanda-tanda dalam konteks sains, matematika, dan agama. Teori ini mempunyai urgensi dalam ilmu desain, sebab desain merupakan bentuk komunikasi visual yang mempergunakan berbagai elemen untuk menyampaikan pesan kepada audiens.⁷³

a. Ikon (*Icon*)

Ikon ialah tanda yang memiliki kemiripan visual sehingga mudah dikenali oleh penggunanya. Dalam ikon erat hubungannya dengan *representamen* dan objek terwujud melalui kesamaan dalam beberapa aspek. Sebagian rambu lalu lintas ialah contoh karena menggambarkan bentuk yang mirip dengan objek aslinya.

b. Indeks (*Index*)

Indeks adalah tanda yang memiliki hubungan fenomenal antara *representamen* dan objek. Dalam indeks, hubungan ini bersifat jelas dan nyata biasanya melalui urutan sebab-akibat. Misalnya jejak telapak kaki di tanah menunjukkan bahwa seseorang atau hewan telah melewati tempat tersebut.

c. Simbol (*Symbol*)

Simbol adalah jenis tanda yang mempunyai sifat tidak tetap dan bergantung pada kesepakatan dalam suatu kelompok.

Teori Peirce dikenal dengan sebutan "*grand theory*" dikarenakan teori yang digagas oleh dia mempunyai sifat yang menyeluruh, menjelaskan secara sistematis dari semua sistem tanda. Dalam hal ini Peirce berusaha mengidentifikasi elemen dasar dari tanda dan memadukannya dalam satu kesatuan yang utuh. Teori ini mengkategorikan analisis semiotika meliputi tanda (*sign*), objek (*object*), dan *interpretant* (*penafsir*). Kategori tersebut biasanya disebut relasi trikotomi dalam semiotik. Relasi ini dikenal

⁷³ Fivin Bagus Septia Pambudi, *Buku Ajar Semiotika* (Jepara: UNISNU Press, 2023), hal. 86.

dengan nama relasi *semiosis*, yaitu suatu proses pemaknaan terhadap sebuah tanda yang diawali dari tanda dasar (*representamen*), kemudian merujuk pada suatu objek dan berakhir dengan terjadinya proses *interpretant*. Berikut penjelasan berkaitan dengan tanda, objek dan *interpretant*.⁷⁴

a. Tanda (*Sign*)

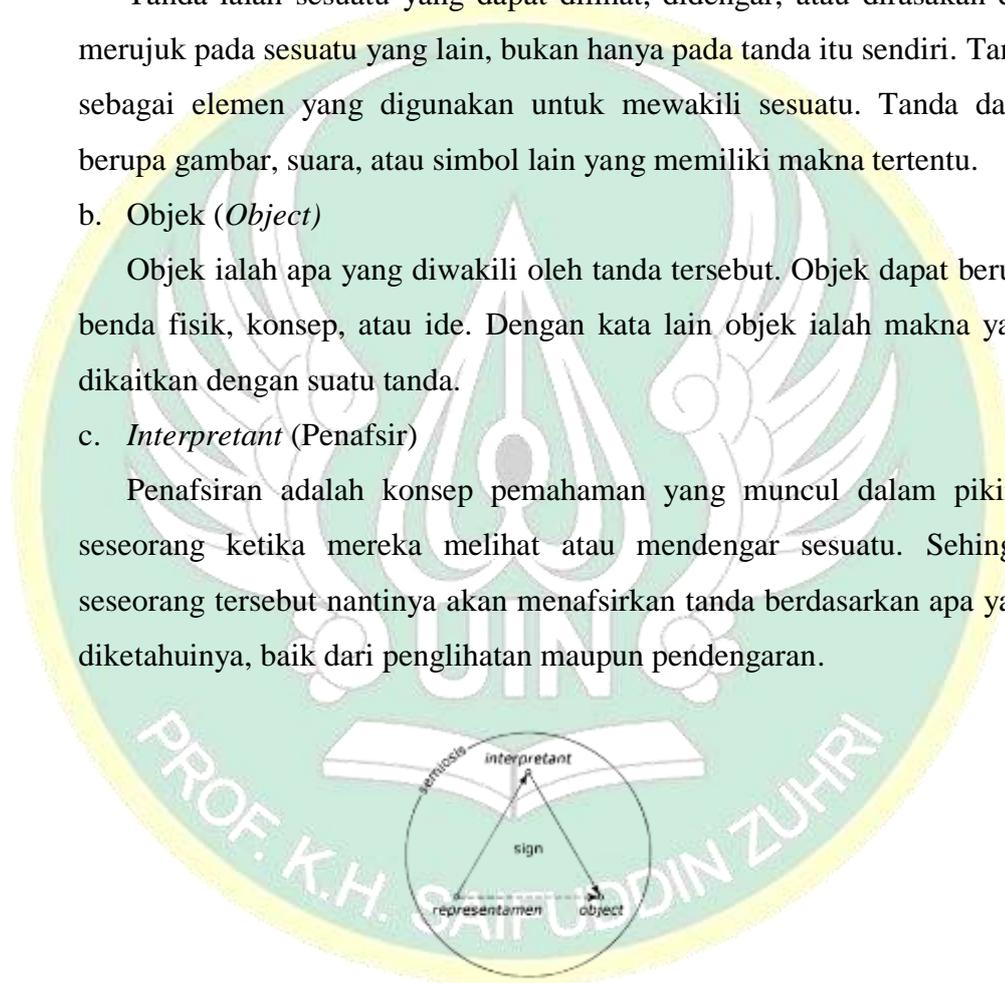
Tanda ialah sesuatu yang dapat dilihat, didengar, atau dirasakan dan merujuk pada sesuatu yang lain, bukan hanya pada tanda itu sendiri. Tanda sebagai elemen yang digunakan untuk mewakili sesuatu. Tanda dapat berupa gambar, suara, atau simbol lain yang memiliki makna tertentu.

b. Objek (*Object*)

Objek ialah apa yang diwakili oleh tanda tersebut. Objek dapat berupa benda fisik, konsep, atau ide. Dengan kata lain objek ialah makna yang dikaitkan dengan suatu tanda.

c. *Interpretant* (Penafsir)

Penafsiran adalah konsep pemahaman yang muncul dalam pikiran seseorang ketika mereka melihat atau mendengar sesuatu. Sehingga seseorang tersebut nantinya akan menafsirkan tanda berdasarkan apa yang diketahuinya, baik dari penglihatan maupun pendengaran.



Gambar 2: Relasi Trikotmi

(Sumber: Firdauz Azwar and other, "*Semiotika Teori Dan Aplikasi Pada Desain Logo*")

⁷⁴ Saleha & Mia Rahmawati Yuwita, "Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce Pada Simbol Rambu Lalu Lintas Dead End," *Jurnal Bahasa Sastra Dan Budaya* 3, no.1 (2023): hal. 66–67.

Kemudian Peirce juga membuat klasifikasi dan pembeda yang sering disebut dengan trikotomis. Peirce mengembangkan keseluruhan klasifikasinya berdasarkan tiga klasifikasi sebagai berikut.⁷⁵

a. *Qualisign*, *Sinsign*, dan *Legisign*

Qualisign merupakan kualitas dari suatu tanda, contohnya adalah kata-kata lembut, kasar, lemah, lembut dan lainnya. Bukan hanya kata-kata yang menentukan kualitas tanda, akan tetapi juga dilihat dari warna. Kemudian *sinsign* ialah eksistensi dan keaktualan dari sebuah benda maupun peristiwa pada tanda. Contohnya mengenali orang dari cara dehemnya, tertawanya, dan langkah kakinya. Sementara *legisign* ialah aturan atau hukum yang terkandung dalam tanda, seperti rambu-rambu lalu lintas silang P berarti dilarang parkir di tempat tersebut.

b. Ikon, Indeks, Simbol

Ikon adalah tanda yang mengandung kemiripan rupa atau tanda yang memiliki kemiripan serupa dengan objek yang tertentu. Contoh ikon seperti peta negara Indonesia adalah ikon dari wilayah kenegaraan Indonesia. Indeks yaitu tanda yang memiliki hubungan alamiah tanda dan penandanya, contoh asap adalah indeks dari api. Jika simbol diartikan sebagai suatu tanda yang disepakati bersama dan tidak bersifat global.

c. Rema, Disen, dan Argumen

Rema merupakan suatu tanda yang bersifat kualitatif, yakni tanda bukan persoalan salah atau benar. Rema seringkali dianggap sebagai tanda yang tidak bisa dinyatakan benar atau salah, seperti orang yang matanyamerah bisa disebabkan karena sakit mata atau baru menangis. Jika disen ialah tanda yang mempunyai dasar sesuai dengan kenyataannya. Sementara argumen adalah tanda yang dapat memberikan alasan dan membuktikan kebenaran.

⁷⁵ Siddik Firmansyah, "Pemikiran Filsafat Semiotika Dalam Pemahaman Charles," *Jurnal Ilmu Alquran Dan Tafsir* 3, no.2 (2022): hal, 81–91.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan bentuk penelitian kualitatif, yaitu berfokus pada keadaan objek alamiah dimana peneliti sebagai elemen kunci. Metode ini bersifat mendasar dan tidak dilakukan di laboratorium melainkan di lingkungan nyata sehingga sering disebut sebagai studi lapangan. Menurut Bogdan dan Taylor penelitian kualitatif ialah penelitian yang menghasilkan data deskriptif yang berupa kata-kata baik tertulis maupun lisan dari perilaku orang-orang.⁷⁶

Penelitian ini menggunakan analisis semiotika menurut Charles Sanders Peirce untuk mengkaji pesan dakwah dalam akun Instagram @dawuhguru. Melalui analisis semiotika makna yang terkandung dalam setiap tanda dapat diungkap. Penelitian ini mengikuti struktur semiotika yang diperkenalkan oleh Peirce dengan meneliti hubungan antara *sign* (tanda), *object* (objek), dan *interpretant* (penafsir). Dalam hal ini tanda-tanda yang dianalisis dibedakan berdasarkan *icon*, *index*, dan *symbol*.

B. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini memfokuskan pada postingan akun Instagram @dawuhguru berupa gambar yang mengandung pesan dakwah pada Juli 2024.

C. Sumber Data

1. Data Primer

Sumber data primer adalah data yang diperoleh langsung dari objek penelitian. Dalam penelitian ini sumber datanya berasal dari postingan gambar yang memuat pesan dakwah dalam akun Instagram @dawuhguru selama periode Juli 2024.

⁷⁶ Zuchri Abdussamad, *Metode Penelitian Kualitatif* (Makassar: CV Syakir Media Press, 2021), hal. 30.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data tambahan dan pelengkap dalam penelitian (sumber tidak langsung). Data ini dapat berasal dari studi literatur melalui jurnal, artikel, dan internet. Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh melalui wawancara virtual via WhatsApp dan google formulir dengan pengelola akun Instagram @dawuhguru yang membahas beberapa aspek terkait penelitian.

D. Subjek dan Objek Penelitian

Dalam penelitian ini subjek yang diteliti ialah akun Instagram @dawuhguru. Sementara objeknya ialah postingan gambar dari akun tersebut pada bulan Juli 2024. Objek penelitian ini dikaji dan diambil berdasarkan bentuk kontennya. Akun Instagram @dawuhguru pada dasarnya memposting konten berupa gambar dan video yang memuat berbagai informasi seperti motivasi, kisah inspiratif, dan pesan dakwah. Namun, fokus penelitian ini ialah pada postingan gambar yang mengandung pesan dakwah dan dipilih berdasarkan *like* juga *share* terbanyak.

E. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Studi Pustaka

Studi pustaka ialah suatu teknik pengumpulan data yang penelitiannya mengumpulkan data, membaca, kemudian dicarikan beberapa literatur seperti jurnal, buku, atau penelitian terdahulu yang berhubungan dengan masalah dalam penelitian. Sehingga peneliti dapat mengembangkan hasil *research*.

2. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan pemberian sejumlah pertanyaan terkait penelitian kepada narasumber yang telah ditentukan. Wawancara juga dilakukan dalam rangka memperoleh

informasi tertentu secara mendalam.⁷⁷ Penelitian ini memilih jenis wawancara yang tidak terstruktur, yaitu peneliti berinteraksi dengan subjek penelitian secara bebas tanpa menggunakan pedoman tetap. Namun, hanya menggunakan pedoman garis besar masalah yang sedang diteliti. Dalam hal ini peneliti melakukan wawancara dengan *founder* akun Instagram @dawuhguru yaitu Ahmad Ali Adhim secara daring melalui WhatsApp dan google formulir. Studi pustaka merupakan teknik pengumpulan data yang peneliti mengumpulkan data, membaca, kemudian dicarikan beberapa literatur seperti buku, jurnal, atau penelitian terdahulu yang berhubungan dengan masalah dalam penelitian, sehingga skripsi bisa dapat mengembangkan hasil *research*.

3. Dokumentasi

Dokumentasi ialah teknik mengumpulkan data dalam bentuk dokumen yang terekam dengan cara menghimpun dan menganalisis dokumen, baik dokumen tertulis, gambar, maupun hal yang berkaitan dengan elektronik. Sehingga kemudian, penelitian ini mengumpulkan data-data berupa gambar pada akun Instagram @dawuhguru tentang pesan dakwah yang disampaikan.

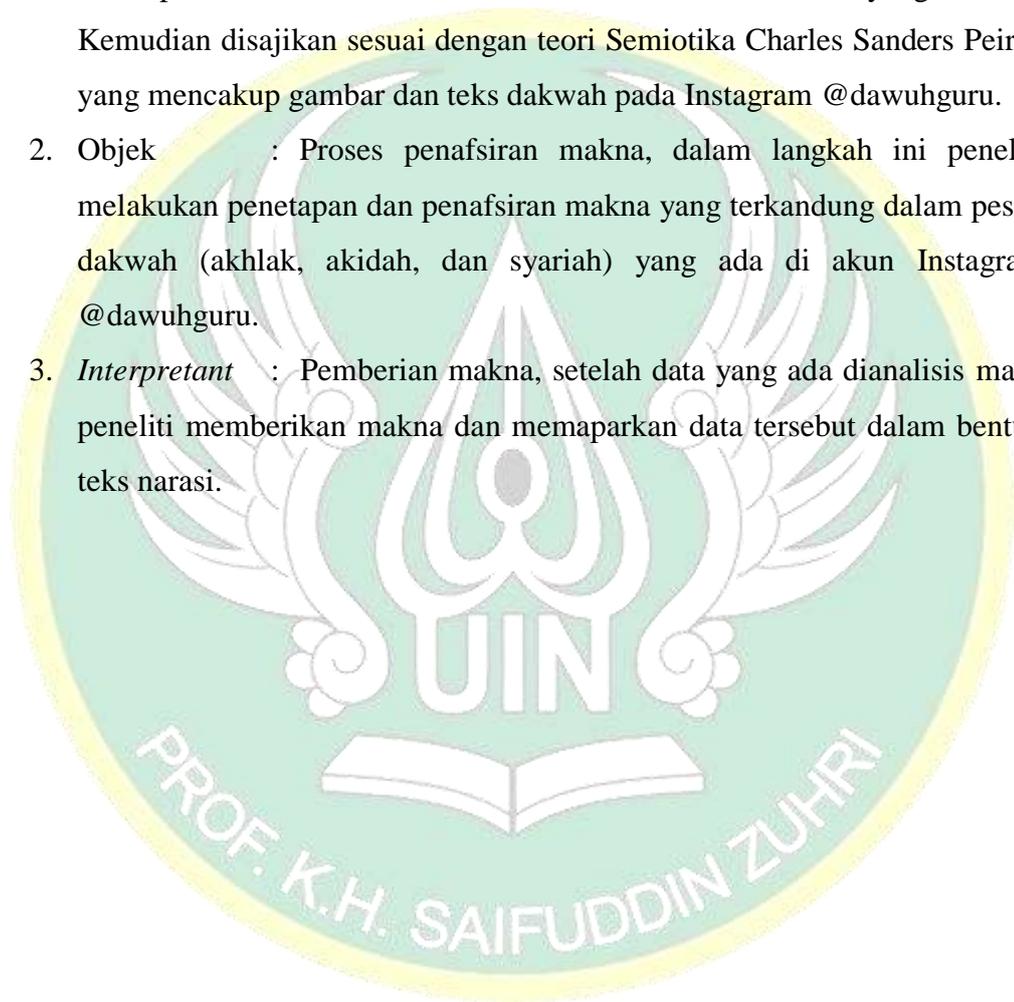
Dalam penelitian ini, peneliti akan menganalisis postingan gambar yang menganadung pesan dakwah dalam akun Instagram @dawuhguru yang memiliki total kurang lebih 3.134 postingan. Peneliti memilih 5 postingan gambar yang diunggah pada bulan Juli 2024. Dari kelima postingan gambar tersebut akan dipilih berdasarkan kriteria tertentu, seperti keberadaan logo dawuh guru, kandungan pesan dakwah, serta jumlah *like* yang dan *share* terbanyak. Peneliti memilih postingan gambar dengan jumlah *like* tertinggi dan *share* terbanyak, karena berasumsi bahwa postingan gambar yang mendapat banyak *like* dan *share* (bagikan ulang) menunjukkan penerimaan yang positif dari para *followers*. Sebagai berikut postingan gambar pada akun Instagram @dawuhguru yang akan dikaji oleh peneliti.

⁷⁷ Muh. & Luthfiyah Fitrah, *Metodologi Penelitian* (Sukabumi: CV Jejak, 2018), hal. 50.

F. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis semiotika dengan menerapkan teori semiotika Charles Sanders Peirce yang melibatkan tiga unsur yaitu tanda, objek, dan *interpretant*. Berikut adalah langkah-langkah dalam menganalisis data:

1. Tanda : Mengklasifikasikan tanda, yaitu data yang ada dikumpulkan dan diklasifikasikan berdasarkan tanda-tanda yang relevan. Kemudian disajikan sesuai dengan teori Semiotika Charles Sanders Peirce yang mencakup gambar dan teks dakwah pada Instagram @dawuhguru.
2. Objek : Proses penafsiran makna, dalam langkah ini peneliti melakukan penetapan dan penafsiran makna yang terkandung dalam pesan dakwah (akhlak, akidah, dan syariah) yang ada di akun Instagram @dawuhguru.
3. *Interpretant* : Pemberian makna, setelah data yang ada dianalisis maka peneliti memberikan makna dan memaparkan data tersebut dalam bentuk teks narasi.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Instagram @dawuhguru

1. Profil Akun Instagram @dawuhguru

Akun Instagram dengan nama @dawuhguru merupakan salah satu contoh yang menarik dalam memanfaatkan desain grafis sebagai konten utama. Instagram @dawuhguru tidak hanya fokus pada keindahan visual, akan tetapi akun ini juga menyampaikan pesan dakwah Islam dengan cara yang inovatif. Melalui postingan gambar yang berisi kutipan-kutipan di akun ini berhasil menarik para pengguna Instagram. Dengan pendekatan yang kreatif @dawuhguru menjadikan dakwah lebih mudah diterima oleh kalangan masyarakat terutama pengguna media sosial yang aktif.

Akun Instagram @dawuhguru didirikan pada 27 November 2017 dan hingga kini masih aktif memposting konten dakwah Islam. Latar belakang adanya akun ini, berasal dari pengalaman *founder* yang mendengarkan dawuh Gus Mus (K.H. Mustofa Bisri) pada tahun 2017. Dalam acara tersebut, Gus Mus menyampaikan bahwa media sosial banyak dipenuhi oleh akun-akun Islam ekstrem yang menyebarkan informasi provokatif. Beliau mengajak para santri untuk meramaikan dunia maya dengan konten yang berasal dari pengalaman di pondok pesantren atau ajaran para ulama.⁷⁸

Dengan mengacu pada pesan Gus Mus, lahirlah Instagram @dawuhguru sebagai platform yang bertujuan menyebarluaskan ajaran dari para ulama, kiai pesantren, dan tokoh agama lainnya. Akun Instagram @dawuhguru ini berkomitmen melakukan dakwah secara luas dengan menghadirkan konten Islami yang moderat guna mencegah adanya berita *hoaks* di dunia maya.⁷⁹

⁷⁸ Dawuh Guru Media, "Dawuh Guru," 2023 <<https://dawuhguru.co.id/tentang-dawuh-guru/>>. Diakses Pada Sabtu, 5 Oktober 2024 Pukul 13.00 WIB.

⁷⁹ Mukhammad Khaqqul Yaqin, "Analisis Wacana Norman Fairclough Tentang Dakwah Islam Akun Instagram Dawuh Guru", Skripsi (Insitut Agama Islam Negeri Jember, 2021).

Akun ini mempunyai *tagline* yaitu “*Merawat Tradisi, Membangun Peradaban.*”. Menurut *founder tagline* ini menggambarkan pentingnya santri untuk menjaga tradisi-tradisi dalam kehidupan modern. Selain itu, juga untuk melestarikan tradisi baca tulis yang telah ada di pesantren dan mengembangkannya di era digital dengan sentuhan visual.⁸⁰Akun Instagram @dawuhguru ini secara konsisten menyajikan konten-konten dalam rangka mencerminkan pesan keislaman di era modern ini dengan kreatif. Akun Instagram @dawuhguru mempunyai struktur tim redaksi yang terorganisir sebagai berikut.⁸¹

Tabel 2: Struktur Redaksi Dawuh Guru

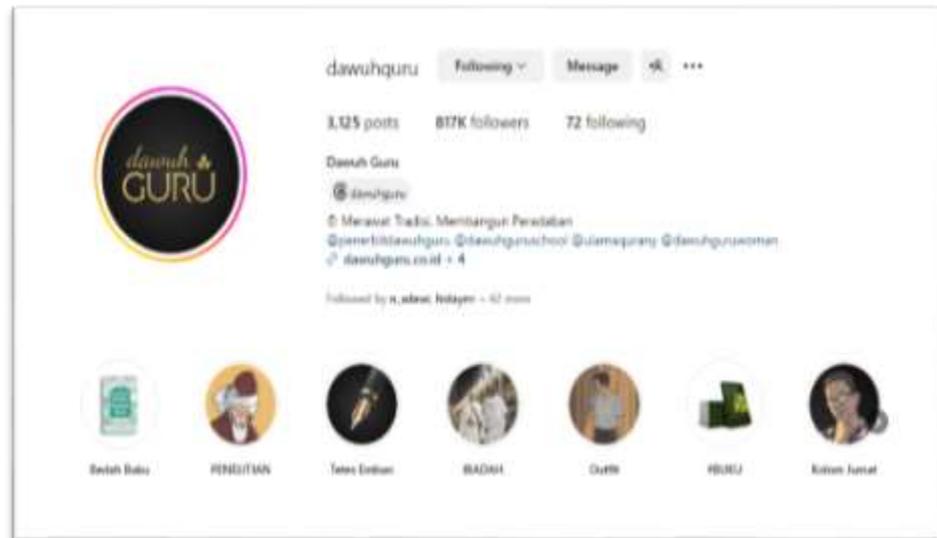
Penasihat	Dr. K.H. Aguk Irwan M.A., Kiai Mujahid Nur, Lc., M.Si, Damhuri Muhammad, Diaz Nawaksara, Muhammad Muhibbudin, Imam Nawawi.
<i>Founder</i> (Admin)	Ahmad Ali Adhim
Redaksi	Nimaul Qohar, Helmi Nabil, MS Ulil Abshor, Eko David SR, Septianah Wulandari, Iifin Nadhir Alamsyah, dkk.
Editor	Anas S Malo.
Konten Kreator	Helmi Nabil, Faisal, Ridho, dkk.
Koordinator Regional	Helmi Nabil Afifudin
Manager Keuangan	Hingga Gadis Kenanga
IT	Weri Ekananta, Gilang Ady
Konsultasi Hukum	Mohammad Saddam Jamaluddin Ishaq M.H.

(Sumber: Dawuh Guru Media, <https://dawuhguru.co.id/redaksi>)

Hingga saat ini akun Instagram @dawuhguru telah mempunyai follower sekitar 818 ribu dengan jumlah postingan sekitar 3.134 konten. Salah satu ciri khas dari akun Instagram @dawuhguru ialah desain yang sederhana dan elegan. Pesan yang disampaikan bersifat mendasar dan mudah dipahami bagi berbagai lapisan masyarakat yang membutuhkan penyegaran dakwah melalui media sosial.

⁸⁰ Ahmad Ali Adhim, "Wawancara." Pada 21 September 2024.

⁸¹ Dawuh Guru Media, "Struktur Tim Dawuh Guru" <<https://dawuhguru.co.id/redaksi/>>. Diakses Pada 5 Oktober 2024 Pukul 13.00 WIB.



Gambar 3: Profil @dawuhguru
(Sumber: Instagram @dawuhguru)

2. Logo Akun Instagram @dawuhguru

Logo bukan hanya sebuah gambar atau simbol, akan tetapi merepresentasikan citra dan identitas dari sebuah entitas. Menurut Anggoro logo adalah elemen penting dari identitas perusahaan yang berfungsi sebagai simbol untuk membedakan diri dari perusahaan yang lain. Logo mencerminkan nilai-nilai dan tujuan perusahaan, serta berperan penting dalam membentuk persepsi konsumen tentang merek. Selain itu, logo membantu khalayak mengingat perusahaan tersebut.⁸²

Dalam dunia digital saat ini logo menjadi elemen penting bagi setiap akun media sosial, termasuk akun Instagram @dawuhguru. Logo sebagai wajah dan simbol yang mewakili akun Instagram @dawuhguru sehingga dapat mudah dikenali oleh pengguna media sosial. Logo juga berfungsi sebagai alat pengingat, jadi jika setiap pengguna melihatnya maka mereka akan diingatkan akan konten pesan dakwah yang dihadirkan oleh akun Instagram @dawuhguru.

⁸² Adi Hidyat, "Teori Desa Dan Perancangan Logo," *Nusantara Journal Of Multidisciplinary Scienc 2*, no.2 (2023): hal. 2.

Logo pada akun Instagram @dawuhguru memiliki ciri khas yang mencolok yaitu penggunaan warna hitam, emas (*gold*), serta elemen daun. Warna hitam dalam logo ini melambangkan disiplin dan fokus. Warna ini memberikan kesan profesional dan serius, mencerminkan dedikasi akun Instagram @dawuhguru dalam menyajikan konten. Kemudian warna emas (*gold*) sendiri melambangkan tujuan mulia. Terdapat pula elemen daun dalam logo tersebut bermakna senantiasa bertumbuh, akun Instagram @dawuhguru berupaya membantu para pengikutnya tumbuh dalam pengetahuan khususnya tentang Islam.



Gambar 4: Logo @dawuhguru
(Sumber: dawuhguru.co.id)

Instagram @dawuhguru memiliki banyak konten yang disajikan dimana masing-masing berfokus pada tema-tema tertentu. Supaya tema yang dikemas mudah diingat oleh pengikutnya maka dalam akun Instagram @dawuhguru selain memberikan logo utama, juga memberikan logo jenis konten pada beberapa konten sesuai dengan temanya. Logo utama mencerminkan identitas dari @dawuhguru itu sendiri, sementara logo jenis konten dibuat untuk membantu audiens mengetahui fokus dan tema konten yang diposting pada akun Instagram @dawuhguru.

Tabel 3: Logo Jenis Konten Pada Akun Instagram @dawuhguru

No	Logo Jenis Konten	Keterangan
1		Digunakan untuk konten yang bertema Ulama Qurani yaitu tema Al-Quran.
2		Digunakan untuk konten Fiqih Perempuan yaitu tema fiqih wanita.
3		Digunakan untuk konten Punakawan Reborn yaitu tema yang memiliki arti filosofi agar manusia segera bertaubat kepada Allah SWT.

(Sumber: website dawuhguru.co.id)

B. Penyajian Data

Dalam penelitian ini, fokus akan diarahkan pada analisis postingan dari akun Instagram @dawuhguru berupa gambar yang di dalamnya terkandung pesan dakwah. Terdapat 5 postingan gambar sebagai fokus penelitian ini yang bersumber dari akun instagram @dawuhguru periode Juli 2024. Dimana nantinya 5 postingan gambar tersebut, selanjutnya akan disajikan dengan menggunakan teori analisis semiotika Charles Sanders Pierce untuk menguraikan struktur pembangunnya, yakni *representament*, *object*, dan *interpretan*. Dengan memperhatikan acuan tanda berupa ikon, indeks, dan simbl. Sehingga nantinya dapat diketahui jenis pesan dakwah yang terkandung di dalamnya. Kemudian secara umum postingan gambar akun Instagram @dawuhguru pada bulan Juli 2024 dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4: Postingan Akun Instagram @dawuhguru Juli 2024

Tanggal	Tema	Materi Dakwah	Like	Share	Jumlah
01/07/2024	Mengenal Penulis Tafsir As Siroj: Prof. Dr. (HC) K.H. Masruchan Bisri	Inspiratif	1.326	81	1
02/07/2024	Jadikan Al-Quran sebagai teman di dunia, insya Allah di Akhirat juga menyertai kita	Akidah	11.113	240	3
	Terkadang pikiran kita yang terlalu khawatir perihal masa depan, justru akan membuat kita meragukan skenario yang telah Allah siapkan	Akidah	13.811	898	
	Al-Quran adalah kitab suci yang mengajarkan kedamaian, bukan kekerasan	Inspiratif	1.383	9	
03/07/2024	Doa itu pasti dikabulkan. Tetapi, kadang-kadang dikabulkannya ketika (kita) lupa	Akidah	10.714	535	2
	Jangan jadikan anakmu sama dengan engkau, karena dia mempunyai kecenderungan yang berbeda	Akhlak	7.329	132	
04/07/2024	Nilai sebuah ibadah yaitu ketundukan seorang hamba kepada Allah dengan segala apa yang menjadi aturannya	Akidah	5.570	77	2
	Tanda-tanda orang sholeh itu katanya halus dan santun	Akhlak	11.030	236	
05/07/2024	Tidak punya kemauan termasuk hal yang	Akhlak	11.088	328	3

	membahayakan. Jadi orang harus punya kemauan untuk membawa manusia ini maju, bukan langkah menuju kemunduran dengan dalih lillahi ta'ala				
	Jangan judi online. Jauhilah (perbuatan-perbuatan) itu agar kamu beruntung	Syariah	2.170	20	
	Ibadah tanpa menghadirkan Allah di dalam hati sama halnya dengan debu yang bertebaran tidak ada manfaatnya dan tidak ada ganjarannya	Akidah	6.058	137	
06/07/2024	Awal maksiat itu karena di mulai tidak senang, tidak senang lalu mencari kesenangan yang pilihannya maksiat, oba kalua kesenangan itu ada pada ketaatan, itu luar biasa	Akhlak	8.422	188	2
	Berpakaianlah yang rapi dan baik. Biar saja kamu disangka orang kaya. Siapa tahu anggapan itu merupakan doa bagimu	Akhlak	15.370	442	
07/07/2024	Perginya seseorang dalam hidupmu itu terkadang sebuah anugerah Tuhan-Mu yang akan kau rasakan dengan berlalunya waktu	Akidah	12.280	505	1
08/07/2024	Akhlak iku paling utomo. Wong pintere koyo opo nek gak nduwe akhlak ora ono regane	Akhlak	36.156	1938	2
	Ketika kamu lakukan ibadah salat tahajud,	Akidah	17.454	492	

	perkara-perkara yang membuat pagimu malas, menjadi orang lemah, akan di hancurkan oleh Allah				
09/07/2024	Kematian adalah nasihat bagi kita agar tidak mencintai dunia yang kelak akan meninggalkan kita	Akidah	6.203	149	2
	Bilamana Allah memudahkan untuk mengerjakan shalat malam, maka jangan engkau memandang rendah orang yang tertidur	Akhlak	15.131	277	
10/07/2024	Orang yang senang mengaji rejekinya bakal datang sendiri. Yang penting ngaji dan dimanapun tetaplah mengaji	Akidah	53.669	1.556	4
	Kekhawatiran berlebihan seseorang terhadap apa yang akan terjadi di masa depannya, tak lain merupakan sikap buruk sangkanya terhadap Allah Ta'ala	Akidah	10.552	663	
	Biar ringan isi kepalamu, jangan isi dengan hal-hal yang tidak penting	Akhlak	3.737	195	
	Jika musibah membuat anda semakin dekat dengan Allah, maka itu nikmat. Tetapi, jika nikmat membuat anda semakin jauh dari Allah, maka itulah musibah	Akhlak	15.316	762	
11/07/2024	Wong kapan apal Al-Quran senajan muk hafal tok, senajan Alhamdulillah biso gelem belajar arti Al-Quran , luwih-luwih	Akidah	9.195	456	1

	dadi wong kang Alim. Semuanya tidak usah kuwatir, dijamin pasti biso melbu suargo				
12/07/2024	Kita masi di momentum tahu baru hijriah. Perayaan terbaik satu tahun baru adalah mengambil nilai-nilai historis dari peristiwa hijrah Nabi, yaitu perjalanan ke arah yang lebih baik dengan visi, misi, strategi, planning, road map dan aksi yang nyata	Akidah	9.868	252	3
	Anger wong kok eling sisi nikmate Allah, innsyallah la'allakum tuflihun. Mesti bejo	Akhlak	2.459	29	
	Menjaga perasaan orang lain adalah bagian dari karomah yang dilimpahkan oleh Allah SWT kepada hamba-Nya yang beriman	Akidah	16.159	606	
13/07/2024	Nek kepengen lunak hatimu, kabul hajtmu, sayangi anak-anak yatim	Akhlak	14.958	585	3
	Nek rogo kroso kesel, tapi ati kroso marem lan seneng. Itutanda berada di jalur perjuangan yang benar	Akhlak	8.328	119	
	Hidup itu seperti anggapan kita. Bila kita anggap sulit, sulitlah hidup ini. Bila kita anggap menyenangkan	Akhlak	9.252	397	
14/07/2024	Supaya disayangi para auliya' Allah yaitu sering-sering	Akhlak	15.667	1.1166	2

	kirim Fatimah kepada mereka				
	Sabar itu nggak ada batasnya, kalau ada batasnya berarti nggak sabar	Akidah	11.719	192	
15/07/2024	Jadikan sholawat kepada Rasulullah senantiasa berada di antara dirimu dan munajatmu	Akhlak	22.103	1.162	1
16/07/2024	Ajari hatimu untuk menerima kekecewaan bahkan dari orang yang kamu cintai	Akidah	7.395	220	2
	Awakmu nak nduwe hajat gedhe dilanggengne moco sholawat nariyah kaping 4444 lan diistiqomahake sholat dhuha, terus bar sholat dhuha moco nariyah kaping 11 terus ndunga hajate	Akhlak	20.816	1.427	
17/07/2024	Jangan meniru sikap orang lain yang sudah sukses, bisa merugi nantinya, tapi tirulah proses bagaimana orang bisa sukses	Akidah	26.345	1.306	1
20/07/2024	Bersikaplah baik bukan menghalalkan segala cara	Akhlak	13.687	617	1
21/07/2024	Besok jika sudah berumah tangga, setiap masuk rumah jangan lupa membaca surah Al-Ikhlas walaupun hanya sekali	Akidah	47.588	3.3784	1
22/07/2024	Ojo ngandalno pintermu, ojo ngandalno sugihmu, ojo ngandolna gantengmu, ojo ngandolna ayumu, kabeh kuwi	Akidah	12.002	517	2

	kanugerahane Allah SWT				
	Jangan sampai sering-sering mengakhirkan salat, hali itu akan menyebabkan Su'ul Khotimah	Syariah	8.383	331	
23/07/2024	Membiasakan diri legowo dalam banyak hal bisa membuat hidup terasa lebih tentram, ayem atine, berkah uripe	Akhlak	19.022	1.546	3
	Masalah boleh datang dalam kehidupan kita tapi pandanglah selalu kebaikan Allah. Walau hidup susah, di bibir harus terucap alhamdulillah	Akidah	5.226	163	
	Sosok ulama di belakang kiai Shal Mahfudh, kiai Baha Nursalim, Kiai Qoyyum Mashur, kiai Abdullah Zein Salam, dan ulama besar lainnya.	Inspiratif	13.432	437	
24/07/2024	Seorang santri yang merasa diriya lebih baik daripada yang buka santri, maka ngajinya perlu diulang	Akhlak	29.563	894	3
	Kekalahan pertama seorang santri adalah manakala ia mulai kehilangan wadzifah (aktivitasnya)	Akidah	46.094	961	
	Kalau hidupmu tergantung kepada kepemilikan, maka hidupmu akan diwarnai oleh rasa takut kehilangan	Akidah	7.132	266	
25/07/2024	Semakin kurang taat, semakin gelap hati, semakin gelap hati, semakin mudah	Akidah	5.965	109	4

	tergelincir melakukan maksiat				
	Wawasan sempit itu sangat berbahaya, ia seperti orang yang melihat langit dari dalam sumur, dikiranya langit itu sesempit pandangannya, sehingga ia sulit menerima perbedaan dan gemar menyalahkan	Akhlak	13.983	859	
	Jadilah wanita yang tak hanya pandai mempercantik fisiknya. Tapi juga pandai mempercantik akhlak dan intelektualnya	Akhlak	11.686	464	
	Laki-laki yang mempunyai ilmu agama akan menjadi penerang dan juga penyelamat keluarga dan orang tua	Akidah	11.424	147	
26/07/2024	Agar rezeki gampang, jangan lupa doakan orang tua	Akidah	13.252	353	2
	Sesungguhnya seseorang yang hatinya mati tak akan bermanfaat baginya suatu peringatan. Dan orang yang hatinya mati ia tak akan menang di dunia maupun akhirat	Akidah	6.469	160	
27/07/2024	Kunci melahirkan anak yang pintar adalah suami harus setia sepenuhnya kepada istri	Akhlak	25.438	3.3886	1
28/07/2024	Hidup itu sudah ada yang ngatur, tidak usah muluk-muluk, jangan buru-buru kaya, jangan buru-buru alim. Yang	Akidah	13.909	753	2

	penting itu punya ilmu sedikit, sedikit tapi barokah dan bermanfaat				
	Kesetiaan berarti ketulusan untuk menyimpan suatu hati di dalam hati, dan berjanji untuk tidak akan meghianati	Akhlak	9.019	426	
29/07/2024	Islam harus pakai ilmu, mendapatkan waris nabawi yang paling hebat, yakni ilmu, karena baginda nabi tidak mewariskan dirham dan dinar, akan tetapi mewariskan ilmu	Akidah	4.980	71	2
	Setiap cobaan dalam kehidupan ada sebuah hikmah yang baik karena setiap cobaan adalah cara Allah SWT agar mahluk tidak pernah jauh dari-Nya	Akidah	6.724	344	
30/07/2024	Kenikmatan bukan tergantung banyaknya yang kita miliki. Tetapi tergantung berapa bayak yang kita syukuri	Akidah	11.928	568	1
31/07/2024	Jika ada kata-kata yang melukai hati menunduklah da biarlah ia melewati hatimu, jangan masukkan hati agar hatimu tidak lelah	Akhlak	9.595	607	3
	Kualitas seseorang terletak sejauh mana hubungannya dengan sang pencipta	Akidah	10.786	238	
	Ketika akal manusia rusak maka rusaklah manuisa itu	Akidah	4.077	86	
Total Postingan Gambar					60

(Sumber: Instagram @dawuhguru)

Berdasarkan tabel di atas bahwa dari 60 postingan gambar selama bulan Juli 2024 ditemukan 24 postingan gambar yang memuat pesan akidah, 44 postingan gambar tema pesan akhlak, 2 postingan pesan syariah, dan 2 postingan gambar tentang kisah inspiratif. Kemudian tabel berikut ini adalah penyajian data dari gambar yang diposting dalam akun Instagram @dawuhguru dimana peneliti memilih 5 postingan gambar untuk dianalisis menggunakan struktur semiotika milik Charles Sanders Peirce.

Tabel 5: Postingan Gambar Akun Instagram @dawuhguru yang Dianalisis

No	Gambar	Keterangan
1		<p>Tanggal posting : 10/07/24 Jumlah <i>like</i> sebanyak 53.669 orang.</p>
2		<p>Tanggal posting: 21/07/24 Jumlah <i>share</i> sebanyak 3.784 orang.</p>

3		<p>Tanggal posting: 08/07/24 Jumlah <i>like</i> sebanyak 36.156 orang.</p>
4		<p>Tanggal posting: 27/07/24 Jumlah <i>share</i> sebanyak 3.886 orang.</p>
5		<p>Tanggal posting: 22/07/24 Jumlah <i>like</i> sebanyak 8.838 orang</p>

C. Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce Terhadap Pesan Dakwah Dalam Akun Instagram @dawuhguru

Instagram sebagai salah satu platform media sosial yang populer di kalangan masyarakat menawarkan berbagai bentuk konten yang dapat diunggah oleh para penggunanya. Dengan platform ini memungkinkan pengguna untuk saling berbagi konten gambar, video ataupun lainnya. Konten pada Instagram sangat beragam mencakup banyak tema, termasuk tema dakwah yang bertujuan untuk menyebarkan ajaran Islam. Dalam hal ini, setiap postingan gambar yang diunggah tidak hanya sekedar menampilkan visual, akan tetapi mempunyai makna tertentu. Salah satu pendekatan yang bisa digunakan untuk menganalisis gambar tersebut ialah melalui semiotika yang dikembangkan oleh Charles Sanders Peirce. Pendekatan tersebut juga akan diterapkan oleh penulis dalam penelitian pada akun Instagram @dawuhguru.

Dalam penelitian ini penulis menerapkan metode semiotika Peirce yang mencakup tiga langkah untuk menjabarkan struktur penyusunan gambar yaitu tanda, objek, dan *interpretant*. Penulis berhasil mengumpulkan data melalui observasi dan dokumentasi dari akun Instagram @dawuhguru.

1. Pesan Dakwah Akidah

a. Postingan gambar @dawuhguru yang diunggah pada 08/07/24

1) Tanda (*Representament*)



Gambar 5: Postingan Tema Keutamaan Mengaji

2) Objek

Pada gambar di atas terdapat objek yang saling terkait dalam membentuk sebuah pesan dakwah. Melalui analisis semiotika, objek tersebut akan dijabarkan dengan menggunakan acuan tanda sebagai berikut.

a) Ikon

Pada gambar di atas dijumpai beberapa ikon diantaranya ikon qurani, ikon K.H. Nurul Huda Djazuli, ikon pakaian khas seorang ulama seperti sorban dan kopiah, serta ikon lonjong. Semua ikon tersebut sebagai visualisasi penyampaian pesan dakwah yang memiliki fokus tema orang mengaji rezekinya akan datang sendiri.

b) Indeks

Dari gambar di atas ditemukan dua, yang pertama terdapat pada kalimat “orang yang senang mengaji rezekinya bakal datang sendiri. Yang penting ngaji dan dimanapun tetaplah mengaji” dengan warna putih. Kedua tulisan K.H. Nurul Huda Djazuli dengan warna emas.

c) Simbol

Pada gambar di atas ditemukan beberapa simbol, pertama ekspresi senyum dari sosok ulama K.H. Nurul Huda Djazuli dengan disertai mengepalkan tangan simbol semangat. Kedua *username* Youtube, Twitter, Instagram, Facebook tertulis ulamaqurany ditambah dengan logo berbentuk lengkung warna emas dan putih ini sebagai simbol representasi dari pemilik Instagram @dawuhguru yang menyajikan konten berupa gambar dan kutipan tersebut disampaikan oleh sosok yang mempunyai background seorang ulama qurani. Dengan menampilkan *username* tersebut meskipun bukan *username* @dawuhguru, akan tetapi dapat memberikan pengertian kepada para audiens bahwa gambar kutipan tersebut dibuat dan diposting oleh Instagram @dawuhguru dengan kategori jenis konten yang disampaikan atau bersumber dari ulama qurani.

3) *Interpretant* (Interpretasi Pesan Dakwah)

Gambar di atas tersebut mengandung pesan dakwah akidah, berupa dorongan kepada setiap individu untuk senang dan serius dalam belajar dan mengajarkan ilmu agama Islam. Dengan belajar ilmu agama dapat mendekatkan individu kepada Allah SWT hingga mendatangkan rezeki. Mengaji sebagai komitmen yang harus dilakukan dimanapun. Pesan ini tentunya berkaitan dengan iman kepada Allah SWT, bilamana seorang tersebut menuntut ilmu maka Allah SWT akan memberika kepadanya rezeki.

Pada gambar tersebut tersirat makna pentingnya mengaji (belajar agama) sebagai sarana untuk mendapatkan rezeki dan keberkahan dalam menjalani kehidupan. Pesan ini menekankan bahwa setiap individu yang senang mengaji akan mendapatkan rezeki yang datang dengan sendirinya. Dalam Islam mewajibkan kepada para umatnya untuk menuntut ilmu.⁸³ Dengan mempunyai ilmu dapat menjadi sumber keberkahan dan membuat manusia lebih mulia. Pesan ini juga mencerminkan keyakinan kepada Allah SWT akan memberikan rezeki kepada mereka yang menjadikan ilmu agama sebagai prioritas. Sebagaimana firman Allah SWT dalam Q.S Al-Mujadalah Ayat 11.⁸⁴

يَأْتِيهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا قِيلَ لَكُمْ تَفَسَّحُوا فِي الْمَجَالِسِ فَافْسَحُوا يَفْسَحَ اللَّهُ لَكُمْ
وَإِذَا قِيلَ انشُرُوا فَانشُرُوا يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ
وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ ﴿١١﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman apabila dikatakan kepadamu: Berlapang-lapanglah dalam majlis, maka lapangkanlah niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. Dan apabila dikatakan: Berdirilah kamu, maka berdirilah, niscaya Allah meninggikan orang-orang yang beriman diantaramu dan orang-orang yang diberi pengetahuan beberapa derajat. Dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.”

⁸³ Anang Susilo, "Keutamaan Menuntut Ilmu Dalam Islam," *Jurnal Galeri Dakwah*, (2022): hal. 1.

⁸⁴ "Via Al-Qur'an Indonesia". Diakses Pada Kamis, 10 Oktober 2024 Pukul 15.00 WIB.

Ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah SWT akan mengangkat derajat orang-orang yang menuntut ilmu jauh lebih tinggi dibanding dengan mereka yang tidak menuntut ilmu, terutama ilmu agama. Dalam suatu hadis yang dari Zaid bin Haritsah Nabi Muhammad SAW bersabda:⁸⁵

مَنْ طَلَبَ الْعِلْمَ تَكَفَّلَ اللَّهُ بِرِزْقِهِ

Artinya :”Sesungguhnya Allah SWT menjamin penuntut ilmu akan rezekinya.”

Hadis tersebut mengandung makna bahwa Allah SWT akan menjamin rezeki bagi setiap orang yang tekun menuntut ilmu. Namun, perlu diingat bahwa makna hadis ialah Allah SWT memberikan kemudahan bagi penuntut ilmu dalam memperoleh rezeki, meskipun Allah SWT menjamin rezeki seorang penuntut ilmu, akan tetapi penuntut ilmu tetap harus berusaha dan berdoa agar Allah SWT melimpahkan rezeki-Nya. Dari situlah Allah SWT akan memudahkan usaha para penuntut ilmu dalam memperoleh rezeki.

Kesimpulan makna dari postingan gambar dakwah tersebut ialah pentingnya mengaji (belajar agama) dan menuntut ilmu sebagai kunci untuk mendapatkan rezeki yang berkah. Dengan mengaji dan menuntut ilmu dapat membangun hubungan yang lebih baik dengan Allah SWT dan memperkuat keyakinan dalam hidup. Meskipun demikian usaha dan doa tetaplah harus dilakukan. Mengaji dan menuntut ilmu juga bukan sekedar aktivitas, melainkan sebuah komitmen yang harus dilakukan dimanapun

Kemudian postingan gambar dengan tema “orang mengaji rezekinya datang sendiri” mengandung unsur desain berupa ruang, warna, bentuk, tipografi, dan ilustrasi. Pada penggunaan ruang bahwa pemilihan latar belakang hitam dikolaborasikan dengan

⁸⁵ Supriyadi, "Rezeki Penuntut Ilmu Dijamin Allah SWT, " *Pesantren Mambaul Ulum Bata-Bata*, 2021 <<https://bata-bata.net/>>. Diakses Pada Rabu, 20 November 2024 Pukul 11.55 WIB.

bentuk abstrak yang tidak begitu jelas dan lebih menekankan pada *figure* dan keberadaan gambar potret K.H. Nurul Huda Djazuli. Penempatan kutipan di sebelah kanan juga menciptakan keseimbangan visual sehingga memberikan ruang yang cukup untuk menarik perhatian para pembaca. Kemudian dalam postingan ini, warna yang digunakan dominan hitam dan putih dengan sedikit aksent emas pada logo di bagian atas dan nama. Kombinasi ini menciptakan kontras yang kuat, memudahkan pembaca agar fokus pada teks dan gambar. Warna hitam melambangkan kekuatan dan kedalaman, sedangkan warna putih memberikan kesan kesucian dan ketulusan selaras dengan tema pesan dakwah yang diusung. Bentuk dalam desain ini yaitu bentuk natural berupa manusia. Ilustrasi pada postingan tersebut adalah potret sosok K.H. Nurul Huda Djazuli Pengasuh Pondok Pesantren Al-Falah Ploso. Adapun teknik ilustrasi yang diterapkan yaitu ilustrasi fotografi. Sementara itu, tipografi yang digunakan dalam postingan tersebut yaitu jenis *font serif*. Secara umum, unsur desain dalam postingan @dawuhguru ini sesuai dengan teori.

b. Postingan gambar @dawuhguru yang diunggah pada 27/07/24

1) Tanda (*Representament*)



Gambar 6: Postingan Tema Membaca Al-Ikhlâs

2) Objek

Gambar di atas mempunyai serangkaian objek yang saling berkaitan satu sama lain dalam memvisualkan suatu pesan dakwah. Serangkaian objek tersebut dapat diuraikan dengan tanda sebagai berikut.

a) Ikon

Pada gambar di atas terdapat beberapa ikon diantaranya adalah ikon K.H Maimoen Zubair Pengasuh dan ikon peci. Ikon tersebut menggambarkan tema pesan dakwah yang disampaikan.

b) Indeks

Ikon dalam postingan gambar ini terlihat pada potret alm. K.H. Maimoen Zubair Pengasuh Pondok Pesantren Al-Anwar Sarang yang mana beliau mengenakan peci putih dengan wajah berkeriput tapi tenang, mata sayu, dan tersenyum tipis sebagai indeks dari sosok ulama yang sudah berumur. Kemudian terdapat indeks kutipan “Besok jika sudah berumah tangga, setiap masuk rumah jangan lupa membaca Surah Al-Ikhlâs walaupun hanya sekali.” Kutipan tersebut sebagai indeks karena menampilkan hubungan langsung antara tindakan membaca Surah Al-Ikhlâs dan kehidupan sehari-hari, khususnya ketika sudah berumah tangga. Pesan ini menekankan bahwa pentingnya menerapkan nilai dalam kehidupan berupa kebiasaan membaca doa dan ayat Al-Quran lainnya sebagai pengingat kepada Allah SWT dan spiritualitas dalam rutinitas sehari-hari.

c) Simbol

Simbol dalam gambar ini terletak pada penggunaan Surah Al-Ikhlâs itu sendiri. Surah ini sesungguhnya melambangkan keesaan Tuhan dan nilai-nilai dasar dalam agama Islam. Menggunakan nama surah dalam Al-Quran sebagai bagian dari nasihat spiritual menunjukkan bahwa ada makna yang lebih dari sekedar membaca ayat tersebut, ini tentunya mencerminkan kepercayaan dan

pengamalan ajaran agama. Selain itu, ada logo “Dawuh Guru” di bagian atas dan *username* di bagian bawah berfungsi sebagai simbol yang menggambarkan identitas, fokus akun media sosial serta menjadi petunjuk bagi para audiens untuk memperoleh konten tersebut di jenis media sosial yang lain.

3) *Interpretant* (Interpretasi Pesan Dakwah)

Gambar di atas tersebut mengandung pesan dakwah akidah, menunjukkan adanya pengingat bagi umat manusia terutama bagi yang sudah berumah tangga agar membaca salah satu surah dalam Al-Quran yaitu surah Al-Ikhlâs. Surah Al-Ikhlâs sebagai salah satu surah pendek dalam Al-Quran yang menegaskan keesaan dan keagungan Allah SWT. Pembacaan secara rutin surah tersebut sebagai upaya menguatkan akidah tauhid, yakni keyakinan hanya kepada Allah SWT.

Pesan dakwah yang disampaikan oleh K.H. Maimoen Zubair dalam postingan tersebut mempunyai landasan yang kuat dalam ajaran Islam, yaitu bersumber dari sabda Nabi Muhammad SAW yang artinya sebagai berikut.

Sahal bin Sa'ad Radhiyallahu'anhu berkata: "Seorang laki-laki datang kepada Nabi Muhammad SAW dan mengadakan kefakiran yang menyimpannya. Lalu Rasulullah SAW bersabda: "Apabila kamu masuk ke rumahmu, ucapkanlah salam jika ada seseorang di dalamnya. Dan jika tidak ada orang di dalamnya, ucapkanlah salam untuk dirimu sendiri, dan bacalah Qul Huwallahu Ahad (Al-Ikhlâs) satu kali." Lalu laki-laki tersebut melakukannya. Maka Allah SWT melimpahkan rezeki kepada orang tersebut, sehingga mengalir kepada tetangga-tangganya.⁸⁶

Berdasarkan hadis tersebut bahwa dengan mengamalkan membaca surah Al-Ikhlâs saat memasuki rumah dapat

⁸⁶ Tulus, "Pesan Wirid Mbah Maimoen Agar Murah Rezeki, " *SorabanSantri.Com*, 2024 <<https://sorbansantri.com>>. Diakses Pada Selasa, 10 September 2024 Pukul 15.00 WIB.

mendatangkan rezeki atas izin Allah SWT bukan hanya untuk diri sendiri melainkan kepada tetangganya.

Surat Al-Ikhlâs sendiri termasuk dalam golongan surat Makkiyah, surah ini menempati urutan ke-112 dalam Al-Quran. Al-Ikhlâs terdiri dari 4 ayat sebagai berikut ini.

قُلْ هُوَ اللَّهُ أَحَدٌ ﴿١﴾ اللَّهُ الصَّمَدُ ﴿٢﴾ لَمْ يَلِدْ وَلَمْ يُولَدْ ﴿٣﴾ وَلَمْ يَكُنْ لَهُ كُفُوًا أَحَدٌ ﴿٤﴾

Artinya: “Katakanlah (Nabi Muhammad), Dialah Yang Maha Esa. Allah tempat meminta segala sesuatu. (Allah) tidak beranak dan tidak pula diperanakkan. Serta tidak ada sesuatu pun yang setara dengan Dia.”⁸⁷

Kesimpulan makna dalam postingan gambar tersebut ialah menegaskan keutamaan membaca surah Al-Ikhlâs ketika akan masuk rumah, terlebih bagi mereka yang sudah berumah tangga. Surah Al-Ikhlâs mencerminkan keesaan Allah SWT maka ketika seseorang memahami dan mengamalkannya maka dapat meneguhkan keimanan mereka kepada Allah SWT serta sebagai fondasi spiritual seorang muslim dalam menjalani hidup.

Kemudian postingan gambar dengan tema “Membaca surah Al-Ikhlâs” mengandung unsur desain berupa ruang, warna, bentuk, tipografi, dan ilustrasi. Penggunaan ruang pada postingan tersebut menggunakan latar belakang hitam dengan diikuti bentuk abstrak yang semu menggambarkan kesan elegan dan mendalam. Ruang disekitar potret K.H. Maimoen Zubair serta teks kutipan menciptakan fokus yang jelas. Warna yang dominan dalam gambar tersebut adalah hitam, putih, dan sedikit aksent emas pada logo “Dawuh Guru”. Hal tersebut menampilkan warna ciri khas dari @dawuhguru yang bermakna keseriusan, kedalaman, dan suci. Aksent emas menambah daya tarik visual sebagai harapan baru. Dalam gambar tersebut terdapat bentuk natural, potret almarhum

⁸⁷ "NU Online" <<https://quran.nu.or.id/>>. Diakses Pada Rabu, 20 November 2024 Pukul 15.00 WIB.

K.H. Maimoen Zubair terkesan sederhana, ramah, dan bijaksana. Dalam postingan tersebut tipografi terdiri dari dua jenis *font*, yaitu *font serif* pada logo “Dawuh GURU” dan *sans serif* pada teks ungkapan dari K.H Maimoen Zubair. Sementara ilustrasi berupa potret almarhum K.H. Maimoen Zubair Pendiri Pondok Pesantren Al-Anwar Sarang sebagai fokus utama. Pemilihan foto yang sesuai memperlihatkan ekspresi wajah beliau yang tenang dan sederhana mendukung narasi pesan yang disampaikan. Kemudian teknik ilustrasi yang diterapkan dalam postingan tersebut ialah mempergunakan teknik ilustrasi fotografi.

2. Pesan Dakwah Akhlak

a. Postingan gambar @dawuhguru yang diunggah pada 08/07/24

1) Tanda (*Representament*)



Gambar 7: Postingan Tema Keutamaan Akhlak

2) Objek

Pada gambar di atas terdapat objek yang saling berhubungan dalam memvisualkan suatu pesan dakwah. Objek tersebut akan dijabarkan sebagai berikut ini.

a) Ikon

Ikon dalam gambar di atas ini berupa ikon K.H. M. Anwar Mansur, ikon yang dijadikan sebagai latar tulisan berupa ikon persegi panjang, ikon peci, ikon sorban, dan ikon mic clip on.

Kumpulan ikon tersebut sebagai visualisasi penyampaian pesan tema keutamaan akhlak.

b) Indeks

Indeks dalam gambar ini dapat ditemukan terlihat dari potret K.H. M. Anwar Mansur yang sedang berdakwah (menyampaikan sesuatu). Kemudian tulisan “Ngaji Kemis Legi” merupakan sebab adanya potret K.H. M. Anwar Mansur yang terlihat sedang memegang *mic clip on*. Selanjutnya adanya kalimat “Akhlak iku paling utomo, wong pintere koyok opo nek gak nduwe akhlak ora ono regane.” Adalah indeks yang mengisyaratkan nilai-nilai moral dalam kehidupan yaitu keutamaan berakhlak.

c) Simbol

Simbol dalam postingan gambar ini terletak pada konsep akhlak itu sendiri. Akhlak melambangkan norma dan etika dalam tindakan manusia yang merupakan salah satu inti dari ajaran agama Islam. Kemudian logo “Dawuh Guru” di bagian atas sebagai simbol yang memperlihatkan tanda identitas dan bertanggung jawab atas postingan tersebut. Selain itu, juga di bagian bawah terdapat logo beberapa media sosial dengan *username @dawuhguru* sebagai simbol dari pembuat konten.

3) *Interpretant* (Interpretasi Pesan Dakwah)

Gambar postingan tersebut memuat pesan akhlak bahwa “*akhlak iku paling utama*” disampaikan oleh K.H. Muhammad Anwar Manshur Pendiri Pondok Pesantren Lirboyo, Kota Kediri, Jawa Timur. Dalam postingan tersebut seolah beliau tengah menjadi pembicara pada acara “Ngaji Kemis Legi” dilihat dari background *banner* yang agak blur dan *microphone* yang beliau pegang. Ungkapan beliau menegaskan bahwa akhlak itu paling utama dari pada orang sepintar apapun, akan tetapi tidak berakhlak “*Akhlak iku paling utama. Wong pintere koyo opo nek gak nduwe akhlak ora ana regane.*” Pada gambar ilustrasi sebagai pesan dakwah tentang

akhlak sebab pada postingan berisi bahwa berakhlak itu lebih utama dan berharga dibandingkan dengan mereka yang hanya memiliki kepintaran semata.

Ilustrasi di atas sosok ulama K.H. Muhammad Anwar Manshur pengasuh Pondok Pesantren Lirboyo menyampaikan bahwa *“Akhlak iku paling utomo, wong pintere koyo opo nek gak nduwe akhlak ora ono regane”*. Kata *“Akhlak iku paling utomo”* menegaskan bahwa akhlak atau moral merupakan hal yang paling utama. Sedangkan *“wong pintere koyo opo nek gak nduwe akhlak ora ono regane”* mengandung makna bahwa seseorang yang hanya mempunyai kepintaran atau kecerdasan semata, akan tetapi tidak diimbangi dengan akhlak yang baik maka mereka tidak akan mempunyai harga diri atau derajat yang tinggi.

Dalam Islam akhlak yang baik memiliki kedudukan yang sangat tinggi bahkan lebih utama dari kecerdasan seseorang. Secerdas apapun seseorang tanpa didasari akhlak yang baik tidak memiliki nilai yang sempurna. Kecerdasan tanpa akhlak dapat menyebabkan seseorang menyalahgunakan kecerdasannya dan dapat merugikan orang lain. Seseorang yang memiliki kecerdasan yang tidak menonjol, akan tetapi disertai dengan akhlak yang baik akan lebih dihargai oleh orang lain. Salah satu tujuan Allah SWT mengutus Rasulullah SAW ialah untuk menyempurnakan akhlak mulia yang tertera dalam hadis riwayat Abu Hurairah ra:

إِنَّمَا بُعِثْتُ لِأَتَمِّمَ مَكَارِمَ الْأَخْلَاقِ

Artinya: *“Sesungguhnya aku diutus hanya untuk menyempurnakan akhlak mulia.”*⁸⁸ Dari hadis tersebut dapat diketahui bahwa Nabi Muhammad SAW diutus di dunia bukan untuk menyempurnakan ilmu (kecerdasan) melainkan hanya untuk

⁸⁸ Al Fitri, "Makna Hadis: Sesungguhnya Aku Diutus Untuk Menyempurnakan Akhlak," *Mahkama Agung RI* (Bula, 2023): hal. 1.

menyempurnakan akhlak. Akhlak lebih utama dibandingkan dengan apapun itu.

Dalam ajaran Islam akhlak yang baik adalah landasan yang utama dalam membangun hubungan dengan orang lain. Nabi Muhammad SAW bersabda “*Sesungguhnya orang yang paling aku cintai dan yang paling dekat tempat duduknya di hari kiamat adalah orang-orang yang paling baik akhlaknya diantara kalian.*” (H.R Tirmidzi).⁸⁹ Hadis tersebut menegaskan bahwa akhlak yang baik akan memberikan kedudukan yang lebih tinggi di sisi Allah SWT dan di mata masyarakat.

Hal ini juga selaras dengan firman Allah SWT dalam Q.S Al-Qalam Ayat 4 sebagai berikut.⁹⁰

وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ ﴿٤﴾

Artinya: “Dan sesungguhnya engkau (Muhammad) benar-benar berbudi pekerti yang agung.”

Ayat tersebut di atas menegaskan bahwa *Rasulullah SAW* merupakan teladan sempurna bagi seluruh umat manusia. Dalam diri beliau mempunyai akhlak yang luhur dan sifat-sifat yang paling terpuji.

Kesimpulan makna postingan gambar tersebut ialah mengandung makna bahwa pentingnya mempunyai akhlak yang baik tidak hanya mengejar kecerdasan semata. Dalam sudut pandang Islam, akhlak yang mulia menjadi pondasi utama bagi seorang individu, bahkan melebihi kecerdasan intelektual. Adanya akhlak yang baik dalam diri seseorang akan membuat mereka dihargai oleh orang lain, tidak hanya karena kecerdasan yang dimiliki. Sebaliknya, kecerdasan tanpa akhlak yang baik dapat menghasilkan perilaku yang merugikan diri sendiri maupun lingkungan sekitar. Meski

⁸⁹ Syabuddin H Gede, *Menumbuhkan Pendidikan Akhlak Mulia Anak Usia Dini* (Aceh: PT Naskah Aceh Nusantara, 2019), hal.2.

⁹⁰ "NU Online". Diakses Pada Rabu, 20 November 2024 Pukul 15.50 WIB.

demikian bukan berarti kecerdasan intelektual tidak penting. Namun, hal tersebut harus disertai dengan adanya akhlak yang baik. Sehingga penting bagi setiap individu agar senantiasa memperkuat akhlak dan budi pekerti yang baik. Keselarasan antara kecerdasan dan akhlak luhur akan membawa seseorang lebih dihormati dan dihargai oleh orang lain.

Postingan dengan tema “Akhlak itu paling utomo” mempunyai desain visual berupa ruang, warna, bentuk, tipografi, dan ilustrasi. Ruang dalam postingan tersebut menggunakan latar belakang berupa *banner* dalam acara “Ngaji Kemis Legi” meskipun dengan efek sedikit blur, penempatan teks kutipan dan potret K.H. Anwar Mansur nampak fokus dan jelas. Warna dalam gambar ini identik dengan warna hitam, putih yang bermakna kedalaman dan kesucian. Bentuk pada postingan ini yakni, bentuk natural berupa potret seorang tokoh agama. Kemudian tipografi yang digunakan dalam postingan gambar pada logo “dawuh Guru” jenis hurufnya adalah *serif* ditandai dengan elemen menonjol di ujung huruf memberikan kesan tradisional, pada teks ungkapan K.H Muhammad Anwar Manshur jenis hurufnya adalah *sans serif*. Sementara, ilustrasi berupa potret K.H. Muhammad Anwar Manshur yang tengah berada pada suatu acara rutin, menyoroti sosok beliau yang sedang berdakwah sembari memegang *microphone* dan latar belakang kabur. Pemilihan foto beliau tersebut memberikan gambaran bahwa pesan yang dalam kutipan adalah benar bersumber dari beliau ketika beliau berdakwah. Dalam postingan gambar tersebut, teknik ilustrasi yang digunakan fotografi. Postingan ini secara keseluruhan telah memanfaatkan unsur desain dengan sangat baik.

b. Postingan gambar @dawuhguru yang diunggah pada 27/07/24

1) Tanda (*Representament*)



Gambar 8: Postingan Tema Akhlak Berumah Tangga

2) Objek

Postingan gambar tersebut menggunakan berbagai objek untuk menyampaikan pesan dakwah. Objek tersebut akan diuraikan melalui acuan tanda sebagai berikut.

a) Ikon

Pada gambar di atas ditemukan beberapa ikon, yaitu ikon potret K.H. Marzuki Mustamar, ikon tulisan arab “Nahdlatul Ulama”, dan ikon *icrophone*. Ketiga ikon tersebut merupakan representasi visual langsung dalam penyampaian pesan dakwah dari tokoh ulama bercorak “Nahdlatul Ulama” yang berbicara tentang kesetiaan dalam rumah tangga.

b) Indeks

Dari gambar tersebut di dalamnya terdapat beberapa indeks, yaitu terlihat dari potret ulama yang berpeci dengan raut wajah tersenyum sebagai indeks adanya perasaan bahagia dan senang dalam rumah tangga dengan adanya kesetiaan. Kemudian pada kalimat ”Kunci melahirkan anak yang pintar adalah suami harus setia sepenuhnya kepada istri.” mengisyartakan bahwa pentingnya

perilaku dan peran yang harus dijalankan oleh orang tua, khususnya seorang perilaku suami kepada istrinya.

c) Simbol

Dalam gambar ini ditemukan beberapa simbol. Pertama, raut wajah tersenyum menunjukkan tanda ekspresi senang atau bahagia. Kedua, logo “Dawuh Guru” sebagai simbol yang mewakili tanda identitas dari pembuat postingan tersebut adalah akun Instagram @dawuhguru. Sementara tulisan *username* pada bagian bawah sebagai simbol fokus media sosial yang digunakan untuk menyebarkan pesan tersebut.

3) *Interpretant* (Interpretasi Pesan Dakwah)

Gambar postingan tersebut memuat pesan akhlak berupa akhlak dalam berumah tangga. Suami yang baik adalah kunci dalam melahirkan anak-anak yang cerdas. Akhlak baik seorang suami dapat dilihat dari kesetiaan kepada istrinya.

Islam memandang pernikahan merupakan ikatan suci yang jauh lebih baik dari sekedar kontrak antara suami istri. Pernikahan adalah sebuah komitmen spiritual yang bertujuan memperoleh ridha Allah SWT. Melalui pernikahan sepasang suami istri tidak hanya terikat secara hukum, akan tetapi supaya mereka saling menjalankan peran dan tanggung jawab sesuai dengan ajaran agama Islam. Dalam bahasa Arab istilah yang digunakan untuk “suami” dan “istri” adalah “*zaujun*” dan “*zaujatun*” yang bermakna serupa pasangan suami istri. Ketika seseorang belum menikah, seseorang tersebut berada dalam kondisi “*fardiyah*” atau kesendirian. Namun, setelah menikah status tersebut berubah menjadi “*zaujun*” atau “*zaujaai*” yang menunjukkan bahwa pasangan saling melengkapi dan menutupi satu sama lain.⁹¹ Hal ini mengisyaratkan bahwa suami istri

⁹¹ Husain, "Tanggung Jawab Sumai Terhadap Istri Menurut Syekh Muhammad Bin Umar Nawawi (Studi Analisis Kitab Syarah 'Uqudu Al-Lujjaini)," *Jurnal Hukum Keluarga Islam* 2, no. 1 (2024): hal. 43.

haruslah saling menggenapkan dalam menjalani roda kehidupan rumah tangga. Sebagaimana firman Allah SWT dalam Q.S Ar Rum ayat 21:

وَمِنْ آيَاتِهِ أَنْ خَلَقَ لَكُمْ مِنْ أَنْفُسِكُمْ أَزْوَاجًا لِتَسْكُنُوا إِلَيْهَا وَجَعَلَ بَيْنَكُمْ

مَوَدَّةً وَرَحْمَةً إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ لِقَوْمٍ يَتَفَكَّرُونَ ﴿٢١﴾

Artinya: “Dan di antara tanda-tanda kebesaran-Nya ialah Dia menciptakan pasangan-pasangan untukmu dari jenismu, agar kamu cenderung dan merasa tenteram kepadanya, dan Dia menjadikan di antaramu rasa kasih dan sayang. Sungguh, pada yang demikian itu benar-benar terdapat tanda-tanda kebesaran Allah SWT bagi kaum yang berfikir.”⁹²

Dalam kehidupan rumah tangga kesetiaan merupakan komitmen yang harus dipegang teguh oleh pasangan suami istri. Kesetiaan adalah hasrat untuk tetap berpegang pada kesepakatan yang telah dibuat, bertahan dalam situasi apapun baik suka maupun duka, demi mewujudkan impian bersama keluarga. Kesetiaan dalam rumah tangga dapat dilakukan dengan menerima segala kekurangan dan kelebihan masing-masing pasangan, kejujuran, saling memahami, saling menjaga, dan tidak saling menjatuhkan. Suami istri yang setia kepada pasangannya sesungguhnya tidak hanya menjaga hubungan mereka, melainkan memperkokoh keimanan dan mendekatkan mereka kepada Allah SWT. Sudah sepatutnya dalam berumah tangga suami setia kepada istrinya sebagai salah satu cara untuk memuliakan seorang istri. Rasulullah SAW bersabda:

خَيْرُكُمْ خَيْرُكُمْ لِإِسَائِهِمْ

Artinya: “Sebaik-baiknya kalian adalah yang paling baik terhadap perempuannya (istrinya).” (H.R Tirmidzi No 1082)⁹³

⁹² "Via Al-Qur'an Indonesia." Diakses Pada Minggu, 19 Oktober 2024 Pukul 14.50 WIB.

⁹³ "Hadis Tirmidzi" <<https://ilmuislam.id/>>. Diakses Pada Rabu, 20 November 2024 Pukul 14.50 WIB.

Kesimpulan makna dalam postingan dakwah tersebut ialah bahwa kesetiaan suami kepada istri merupakan faktor kunci dalam melahirkan anak yang cerdas. Pesan ini menekankan pentingnya kesetiaan dalam pernikahan sebagai pondasi yang kokoh bagi sebuah keluarga. Kondisi keluarga yang harmonis akan memberikan dampak positif bagi perkembangan anak-anak, yakin menjadikan anak-anak sebagai individu yang cerdas secara intelektual dan emosional.

Postingan gambar tema “Kesetiaan suami” terdapat unsur desain seperti ruang, warna, bentuk, tipografi, dan ilustrasi. Pada penggunaan ruang dalam desain ini berupa latar belakang hitam memberikan ruang yang kuat pada potret K.H. Marzuki Mustamar. Bentuk pada desain ini ialah bentuk natural berupa manusia dan tumbuhan yang ukurannya bisa berubah yaitu potret K.H. Marzuki Mustamar. Tumbuhan berupa daun pada logo yang bermakna selalu bertumbuh. Kombinasi warna hitam putih memberikan nuansa mendalam dan kuat pada gambar tersebut serta memudahkan pembacaan. Aksen emas pada logo “Dawuh Guru” menambah elemen wibawa. Tipografi yang digunakan dalam kutipan pesan dan nama ulama menggunakan jenis huruf *san serif* sehingga pesan mudah dibaca dan dipahami. Sementara pada logo “dawuh Guru” jenis hurufnya adalah *serif*. Ilustrasi berupa potret K.H. Marzuki Mustamar menggunakan penutup kepala berlogo Arab “Nahdlatul Ulama” dengan ekspresi ceria tersebut diambil dengan teknik ilustrasi berupa fotografi. Secara keseluruhan, postingan ini menunjukkan penerapan unsur desain yang sesuai.

3. Pesan Dakwah Syariah

- a. Postingan gambar @dawuhguru yang diunggah pada 22/07/24

1) Tanda (*Representament*)



Gambar 9: Postingan Tema Ibadah

2) Objek

Dalam postingan ini terdapat rangkain objek yang saling berkaitan dalam membentuk pesan dakwah. Objek tersebut akan dipaparkan dengan tanda berikut.

a) Ikon

Pada gambar di atas ditemukan beberapa ikon seperti ikon buku, ikon meja, ikon persegi panjang sebagai latar belakang selanjutnya ikon berupa potret ustadz Miftahul Fatah yang raut wajahnya serius, ikon bulat dan ikon petik. Serangkain ikon tersebut digunakan sebagai gambaran visual otoritas dalam menyampaikan pesan dengan tema jangan sering mengakhirkan salat.

b) Indeks

Indeks sebagai tanda yang menunjukkan hubungan langsung dengan objek yang diwakili. Dalam konteks gambar ini, tulisan tentang salat dianggap sebagai indeks. Kalimat "Jangan sampai sering-sering mengakhirkan salat, hal itu akan menyebabkan su'ul khotimah" berkaitan dengan petunjuk praktik keagamaan yang penting dalam Islam yaitu salat. Indeks ini secara tidak langsung menekankan pentingnya kewajiban melaksanakan ibadah salat bagi umat Muslim sesuai waktunya.

c) Simbol

Simbol adalah representasi yang memiliki makna yang lebih mendalam tidak selalu berkaitan langsung dengan bentuk fisiknya. Dalam gambar ini ditemukan simbol antara lain, logo “Dawuh Guru” pada bagian kiri dan *username* di bagian bawah kutipan sebagai simbol yang mewakili @dawuhguru sebagai pembuat konten, identitas dan tujuan akun tersebut. Kemudian ada simbol jenis konten berwarna emas dengan tanda petik mengisyaratkan bahwa konten tersebut ialah jenis konten Punakawan Reborn yakni tema yang memiliki arti filosofi agar manusia segera bertaubat kepada Allah SWT.

3) *Interpretant* (Interpretasi Pesan Dakwah)

Gambar postingan ulama tersebut mengandung pesan dakwah syariah yaitu berkaitan dengan pelaksanaan salat. Diungkapkan oleh ustadz Miftahul Falah dalam postingan tersebut mengutip pesan beliau ketika tengah mengajar ataupun berdakwah di dalam sebuah ruangan terlihat dari *background* dinding yang ditampilkan, meja dan buku. Kutipan pesan berisi bahwa sebagai umat Muslim mempunyai kewajiban menunaikan ibadah salat lima secara tepat waktu. Salat juga dianggap sebagai tiang agama dan termasuk salah satu rukun Islam. Mengabaikan pelaksanaan salat dapat berdampak buruk bagi kehidupan umat Muslim, terutama pada akhir kehidupan (*su'ul khotimah*). Dalam Islam setiap pelaksanaan ibadah salat memiliki waktu dan batasannya. Sehingga setiap umat Muslim harus memperhatikan kapan waktu masuk salat wajib tersebut.

Secara bahasa salat berasal dari bahasa Arab yaitu *shola-yusholli-sholatan-tashliyyatan* yang berarti doa. Sedangkan secara istilah para ulama mendefinisikan salat secara beragam sesuai pandangan mereka. Terdapat dua kelompok ulama yang memberikan definisi salat yaitu ulama jumbuh (Imam Maliki, Imam

Syafi'i, dan Imam Hambali) dan Imam Hanafi.⁹⁴ Sebagai berikut penjelasannya.

Pertama ulama jumbuh (Imam Maliki, Imam Syafi'i dan Imam Hambali) memberikan pendapat mereka bahwa salat merupakan serangkain ucapan dan gerakan tertentu, yang dimulai dengan takbir, diakhiri dengan salam, dan diniatkan sebagai ibadah dengan syarat-syarat tertentu. Sedangkan menurut Imam Hanafi salat sebagai suatu aktivitas yang dimaklumi terdiri dari berdiri, ruku, dan sujud.

Salat merupakan salah satu rukun Islam, sehingga setiap Muslim diwajibkan untuk melaksanakannya sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh Allah SWT. Waktu pelaksanaan salat telah ditentukan dan tidak boleh dimajukan atau ditunda. Hal ini ditegaskan dalam firman Allah SWT surah An-Nisa ayat 103.

“Selanjutnya, apabila kamu telah menyelesaikan salatmu (mu), ingatlah Allah SWT ketika kamu berdiri, pada waktu duduk, dan ketika berbaring. Kemudian, apabila kamu telah merasa aman, maka laksanakanlah salat itu (sebagaimana biasanya). Sungguh, salat itu adalah kewajiban yang ditentukan waktunya atas orang-orang yang beriman.”⁹⁵

Ayat tersebut menegaskan bahwa salat diwajibkan pada waktu yang telah ditentukan sehingga tidak boleh dilaksanakan sebelum waktunya atau setelah habisnya, terkecuali ada halangan yang darurat. Sebagaimana hadis yang diriwayatkan oleh Imam Muslim No. 662 yang artinya: *“Jika suatu kaum senantiasa terlambat (salat), maka Allah SWT akan memperlambat diri memasukkannya ke surga atau melambatkan diri untuk mengentaskannya dari neraka.”*⁹⁶

Atas dasar tersebut maka dikhawatirkan ketika umat Muslim seringkali membiasakan diri terlambat dalam ibadah, maka Allah

⁹⁴ Isnan Ansory, *Ritual Shalat Rasulullah* (Serang: Penerbit A-Empat, 2024), hal. 1-2.

⁹⁵ "Via Al-Qur'an Indonesia." Diakses Pada Jumat, 18 Oktober 2024 Pukul 20.15 WIB.

⁹⁶ "Kumpulan Hadist-Hadist" <<https://www.hadits.id/>>. Diakses Pada Jumat, 18 Oktober 2024 Pukul 20.20 WIB.

SWT akan menguji mereka dengan mengakhirkan semua peluang kebaikan.

Kesimpulan makna dalam postingan gambar tersebut ialah menyampaikan pesan dakwah supaya umat Muslim menjaga pelaksanaan salat sebagai ibadah wajib yang dapat mendekatkan mereka kepada Allah SWT. Mengakhirkan waktu salat tanpa udzur yang darurat maka Allah SWT akan memberikan balasan akhir yang buruk pula. Dengan mengerjakan ibadah yang tepat akan meningkatkan ketaatan dan keimanan seorang individu kepada Sang Pencipta-Nya.

Postingan gambar tema “Jangan sering mengakhirkan salat” mengandung unsur desain seperti ruang, warna, bentuk, tipografi, dan ilustrasi. Penerapan ruang dalam gambar tersebut disajikan dengan teratur, menampilkan keseimbangan antara elemen visual dengan teks. Latar belakang nampak memperlihatkan bentuk geometri 3 dimensi berupa kubus yang berulang-ulang, lalu bentuk natural seperti tumbuhan berupa elemen daun pada logo “Dawuh Guru” yang bentuknya tidak teratur. Pemilihan warna dalam gambar terdiri dari palet yang harmonis. Latar belakang berwarna terang berguna membentuk kontras yang baik dengan elemen yang lainnya. Warna hitam pada teks kutipan dan potret menghadirkan kesan formal dan serius. Sementara aksent emas logo “Dawuh Guru” menambahkan elemen penerangan sehingga menarik audiens dan menekankan identitas konten. Postingan ini menggunakan jenis huruf yang bervariasi. Pada logo “dawuh Guru” ialah jenis *font serif* dan pada teks kutipan Ustadz Miftahul Falah jenis *font sans serif*. Ilustrasi berupa potret Ustadz Miftahul Falah diambil dengan teknik ilustrasi berupa fotografi. Seluruh elemen dalam postingan ini telah disusun dengan baik, mencerminkan penggunaan desain yang efektif.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh penulis terhadap 5 postingan gambar akun Instagram @dawuhguru periode Juli 2024 dengan menggunakan analisis semiotika Charles Sanders, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut.

Terdapat tiga struktur semiotika Charles Sanders Peirce yaitu penggunaan tanda, objek, dan *interpretant* dengan mengacu pada *icon*, *index*, dan *symbol*. Namun, kebanyakan dalam @dawuhguru menggunakan *icon* dan *index* yang diterapkan untuk menginterpretasikan pesan dakwah dalam akun Instagram @dawuhguru. Pada 5 postingan gambar Instagram @dawuhguru yang telah dikaji tersebut terdapat tiga jenis pesan dakwah yaitu:

- a. Akidah, merepresentasikan nilai Islam berkaitan tentang keyakinan dalam agama Islam yakni, pentingnya menuntut ilmu khususnya ilmu agama akan mendatangkan rezeki dan barang siapa yang membaca Al-Quran surah Al-Ikhlâs meski sekali terlebih bagi yang sudah berumah tangga. Hal ini tentu berkaitan dengan keyakinan umat manusia kepada Allah SWT diilustrasikan pada postingan gambar @dawuhguru yang telah dijelaskan.
- b. Akhlak, merepresentasikan nilai Islam berkaitan tentang etika dan moral. Pentingnya mempunyai akhlak yang baik dan menumbuhkan sikap saling setia suami istri. Hal ini diilustrasikan pada postingan gambar @dawuhguru yang telah dikaji.
- c. Syariah, merepresentasikan nilai Islam berkaitan tentang hukum (aturan) dalam Islam, seperti menyengaja mengakhirkan ibadah salat secara terus-menerus tanpa adanya udzur yang darurat diilustrasikan pada postingan gambar @dawuhguru dan telah diuraikan.

Dengan mengemas pesan dakwah dengan tampilan yang sederhana, akan tetapi berhasil mengintegrasikan unsur desain seperti ruang, bentuk, warna, tipografi dan ilustrasi dengan baik pada setiap postingannya. Adanya hal tersebut memperlihatkan bahwa akun Instagram @dawuhguru menimplementasikan desain visual untuk berdakwah melalui postingan gambar pada media sosial Instagram.

B. Saran

Berikut adalah beberapa saran dari penulis yang dapat dipertimbangkan terkait penelitian pesan dakwah pada akun Instagram @dawuhguru dengan menggunakan pendekatan analisis semiotika Charles Sanders Peirce.

1. Bagi pengelola akun Instagram @dawuhguru, harapannya dalam mengelola Instagram @dawuhguru sebagai media dakwah dapat mempertahankan keaktifannya untuk menyajikan pesan dakwah yang moderat dikemas dengan visual indah. Sehingga khalayak dan pengguna Instagram semakin tertarik dengan konten yang ada pada Instagram @dawuhguru.
2. Bagi peneliti, dengan adanya penelitian ini dapat menjadi ilmu dan pengalaman baru untuk mengembangkan metode dakwah yang lebih modern dan relevan.
3. Bagi peneliti lanjutan, penelitian ini dapat dijadikan referensi sesuai dengan bidang akademiknya, terutama yang berkaitan dengan analisis semiotika Charles Sanders Peirce.

C. Penutup

Penulis mengucapkan Alhamdulillah sebagai rasa syukur kepada Allah SWT atas segala kemudahan yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Pesan Dakwah Dalam Instagram @Dawuhguru Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce ini. Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna dan terbuka terhadap segala masukan dari para pembaca. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang komunikasi dan dakwah. Aamiin.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, *Ilmu Dakwah* (Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2019).
- Abdullah, Aminol Rosid, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Malang: CV Literasi Nusantara Abadi, 2023).
- Abdullah, Muhammad Qadaruddin, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Jawa Timur: CV Penerbit Qiara Media, 2019).
- Abdussamad, Zuchri, *Metode Penelitian Kualitatif* (Makassar: CV Syakir Media Press, 2021).
- Adhim, Ahmad Ali, "Wawancara."
- Aesthetika, Nur Maghfiroh, Poppy Febriana, Muhamad Andi Fikri, and Alfaro Mohammad Recoba, *Buku Ajar Komunikasi Visual* (Sidoarjo: UMSIDA Press, 2023).
- Agustin, Cindi, Ririn Risnawati, and Ahmad Yusron, "Analisis Semiotika Roland Barthes Pesan Moral Dalam Islam Pada Iklan Aqua :Sambut Keباikan Ramadhan Bersama Aqua Di Instagram Pada Tahun 2021," *Jurnal Komunikasi Pemberdayaan* 2, no.1 (2023): 30.
- Ahmad, Mubarak, "Dampak Perkembangan New Media Pada Pola Komunikasi," *Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 4, no.1 (2020): 34.
- Alfauzie, Risaldi, Wahyuni Husain, and Adilah Mahmud, "Humor and Wisdom (Content Analysis of Dakwah by Das ' Ad Latif on Instagram)," *Media and Islamic Communication* 4, no.1 (2023): 61.
- Amilia, Fitri, and Astri Widyatuli Anggraeni, *Semantik Konsep Dan Contoh Analisis* (Malang: Madani, 2017)
- Amin, Muliaty, *Metodologi Dakwah* (Makassar: Alauddin University Press, 2013).
- Amri, Almer Ragil., and dkk, "Pendidikan Akhlak Anak Kepada Orang Tua Dalam Perspektif Al-Quran Dan Hadits," *Jurnal Budi Pekerti Agama Islam* 2, no.3 (2024): 136.
- Andhita, Pundra Rengga, *Komunikasi Visual* (Purwokerto: CV ZT Corpora, 2021).
- Anggraini, Lia & Kirana Nathalia, *Desain Komunikasi Visual* (Bandung: Nuansa Cendekia, 2018).
- Anisa, Listiana, *Filsafat Dakwah* (Kudus, 2020).
- Annu, Cindy Mutia, "Jumlah Pengguna Instagram Indonesia Terbanyak Ke-4 Di Dunia", <<https://databooks.katadata.co.id/datapublish/>.
- Ansory, Isnan, *Ritual Shalat Rasulullah* (Serang: Penerbit A-Empat, 2024).
- Arifin, Anwar, *Dakwah Kntemporer Sebuah Studi Komunikasi* (Jakarta: Graha Ilmu, 2011).
- AS, Ambarini, and Nazla Maharani Umayu, *Semiotika Teori Dan Aplikasi Pada Karya Sastra* (Semarang: Inspirasi Semarag Press, 2010).
- Asbar, Andi Muhammad, and Agus Setiawan, "Nilai Akidah, Ibadah, Syariah, Dan Al-Dharuriyat Al-Sittah Sebagai Dasar Normatif Pendidikan Islam," *Journal Of Islamic Education* 1, no.1 (2022): 95.
- Aziz, Moh Ali, *Pengantar Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2017).
- Barokah, Siti, Mukhlis Aliyudin, and Ahamad Agus Sulthonie, "Kredibilitas Da'i Dengan Keseriusan Jama'ah Dalam Menyimak Ceramah," *Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 4, no.3 (2020): 285.

- Basit, Abdul, *Filsafat Dakwah* (Depok: Rajawali Pers, 2019).
- Basit, Abdul, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013).
- Basit, Abdul, *Wacana Dakwah Kontemporer*, Edisi Revisi (Banyumas: CV Amerta Media, 2020).
- Dawuh Guru Media, "Dawuh Guru" <<https://dawuhguru.co.id/t>>.
- Dawuh Guru, "Struktur Tim Dawuh Guru" <<https://dawuhguru.co.id/redaksi/>>.
- Diri, Suhardi, *Ilmu Dakwah* (Yogyakarta: CV Bintang Semesta Media, 2023).
- Ersyad, Firdaus Azwar, and Dinda Sophiea Arifin, *Semiotika Teori Dan Aplikasi Pada Desain Logo* (Yogyakarta: CV Bintang Semesta Media, 2023).
- Fahrurrozi, Faizah, and Kadri, *Ilmu Dakwah Edisi Pertama*, Prenamedia Group (Mataram: Prenamedia Group, 2019).
- Fatimah, *Semiotika Dalam Kajian Iklan Layanan Masyarakat (ILM)* (Gowa: TallasaMedia, 2020).
- Feroza, Cindie Sya'abania, and Desy Misnawati, "Penggunaan Media Sosial Instagram @Yhoopii_Official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan," *Jurnal Inovasi* 14, no.1 (2020): 32–41.
- Fidaraini, Nuha, "Agama Yang Termediasi Di Media Sosial: Analisis Semiotika Komik "Habib 'N Friends Episode Hoaks" Pada Instagram Husein Ja'Far Al Hadar," *Jurnal Dakwah: Media Komunikasi Dan Dakwah* 23, no.1 (2022): 18.
- Firmansyah, Siddik, "Pemikiran Filsafat Semiotika Dalam Pemahaman Charles," *Jurnal Ilmu Alquran Dan Tafsir* 3, no.2 (2022): 81–91.
- Fitrah, Muh. & Luthfiyah, *Metodologi Penelitian* (Sukabumi: CV Jejak, 2018).
- Fitri, Al, "Makna Hadis: "Sesungguhnya Aku Diutus Untuk Menyempurnakan Akhlak," *Mahkama Agung RI* (Bula, 2023).
- Fujiantie, Jerina, "Analisis Pesan Dakwah Dalam Postingan Akun Instagram @bagussuhar" (UIN Antasari Banjarmasin, 2021).
- Gede, Syabuddin H, *Menumbuhkan Pendidikan Akhlak Mulia Anak Usia Dini* (Aceh: PT Naskah Aceh Nusantara, 2019).
- Ghaezani, Aurel Claudia, "Analisis Isi Pesan Dakwah Di Akun Instagram @hawariyyun" (UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2023).
- "Hadis Tirmidzi" <<https://ilmuislam.id/>>.
- Hafiza, Gina, "Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Pada Akun @Hijabalila," *Jurnal Dakwah Dan Sosial* (2022): 2.
- Halim, Sahril Adawiyah, Baiq Asmiati Gafar, Abdul, "Pengaruh Teknologi Komunikasi Terhadap Perkembangan Dakwah," *Jurnal Manajemen Dakwah* 1, no.1 (2020): 69–81.
- Harahap, Nursapia, and Syahrul Abidil, "Analisis Pesan Dakwah Syafiq Riza Basalamah Di Media Sosial Instagram," *Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan* 2, no.4 (2023): 1327.
- Hasan, Mohammad, *Metodologi & Pengembangan Ilmu Dakwah* (Surabaya: CV Salsabila Putra Pratama, 2013).
- Hasanah, Uswatun, and dkk, *Pengantar Studi Islam* (Padang: PT Global Eksekutif Teknologi, 2022).
- Herdiyani, Sanksit, Cecep Safa'atul Berkah, Lina Auliana, and Iwan Sukoco, "Peranan Media Sosial Dalam Mengembangkan Suatu Bisnis Literatur Review," *Jurnal Adiministrasi Bisnis* 18, no.2 (2022): 108.

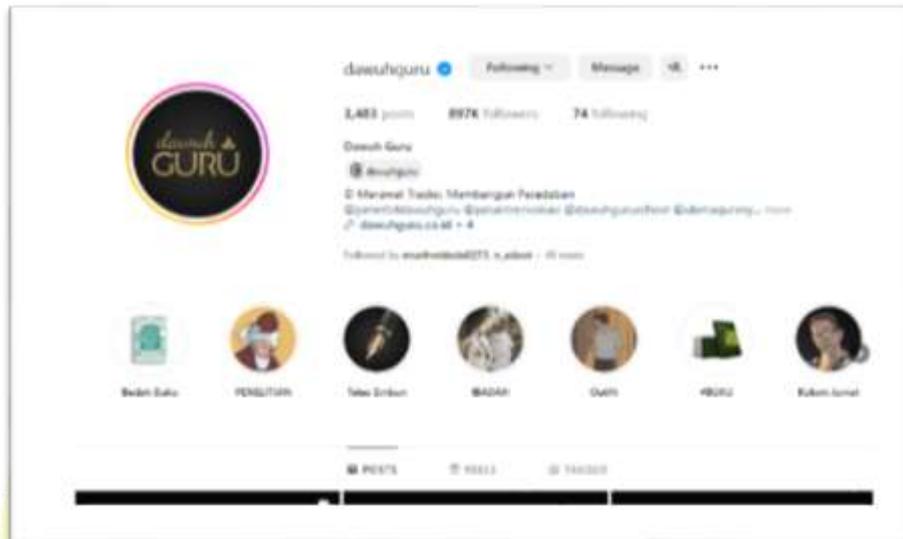
- Hidayat, Adi, "Teori Desa Dan Perancangan Logo," *Nusantara Journal Of Multidisciplinary Science* 2, no.2 (2023): 2.
- Husain, "Tanggung Jawab Sumai Terhadap Istri Menurut Syekh Muhammad Bin Umar Nawawi (Studi Analisis Kitab Syarah 'Uqudu Al-Lujjaini)," *Jurnal Hukum Keluarga Islam* 2, no.1 (2024): 43.
- Ibad, M Nashoihul, "Pesan Dakwah Islam Analisis Semiotika (Studi Kasus Instagram @Mahakaryaanakbangsa)," *Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 3, no.2 (2020): 158.
- Jatnika, Yusup Yanwar, and Nudin Qusyaeri, "Pesan-Pesan Dakwah Pada Media Sosial Instagram Fotografer Muslim (FM): Analisis Semiotika Roland Barthes," *Journal of Islamic Social Science and Communication* 1, no.1 (2022): 69.
- Kartini, Juwita Syahrini, Nisya Siregar, and Nurhasanah Harahap, "Penelitian Tentang Instagram," *Jurnal Perpustakaan Dan Informasi* (2022): 21.
- Ketut, Baskara, *Perancangan Media Visual Komunikasi Sebagai Sarana Kampanye Imunisasi Campak Di Denpasar Bali* (Bali: ISI Denpasar).
- Komputindo, PT. Elex Media, *Instagram Untuk Bisnis, Hobi, & Desain Grafis* (Jakarta: PT Gramedia, 2021).
- "Kumpulan Hadist-Hadist" <<https://www.hadits.id/>>.
- Masduki. Shabri Shaleh Anwar, *Filosofi Dakwah Kontemporer* (Riau: PT Indragiri Dot Com, 2018).
- Melia, Yunita Aris, "Pesan Dakwah Dalam Poster Akun Instagram @bukumojok (UIN Sunan Ampel Surabaya, 2020)>.
- Mujahid, Azmi Fadhilah, and Fauzi Arief, "Analisis Isi Pesan Dakwah Yang Terkandung Dalam Akun Instagram @Shiftmedia.Id," *Riset Komunikasi Penyiaran Islam* 2, no.2 (2022): 105.
- Munir. Wahyu Illahi, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006).
- Mustain, and Wahyu Budiantoro, "Dimensions Of Sufistic Da'wah KH. Mustai'n Ramly (1931-1985)," *Ilmu Dakwah: Academic Journal For Homiletic Studies* 16, no.1 (2023): 38.
- Nadzifah, Faizatun, "Pesan Dakwah Dosen STAIN Kudus Dalam Surat Kabar Harian Radar Kudus," *At-Tabsyir Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* (2022): 133.
- "NapoleonCat.com," <<https://napoleoncat.com/>>.
- "NU Online" <<https://quran.nu.or.id/>>.
- Pambudi, Fivin Bagus Septia, *Buku Ajar Semiotika* (Jepara: UNISNU Press, 2023).
- Rahman, Angga Nur, Dicky Nur Rahman, and Luluk Fikri Zuhriyah, "Pesan Dakwah Pada Akun Instagram @angger_sy Analisis: Semiotika Jhon Fiske," *Jurnal Of Islami Communication Studies* 1, no.1 (2023): 2.
- Ramadhan, Tangguh, and Mintaraga Eman Surya, "Nilai-Nilai Akidah Islam Dalam Kitab Ayyuhal Walad Karya Imam Al Ghazali," *Jurnal Pendidikan Dan Media Pembelajaran* 2, no.1 (2024): 43-44.
- Ramadhani, Nurul Faizah, "Pesan Dakwah Bil Qalam Ustadzah Halimah Alaydrus Melalui Akun Instagram @Halimahalaydrus," *Al-Jamahiria : Jurnal Komunikasi Dan Dakwah Islam* 1, no.1 (2023): 65.

- Razali, Geofakta at.al, *Ilmu Komunikasi Dan Informasi & Transaksi Elektronik*, (Bandung: Media Sains Indonesia, 2020).
- Rohidin, *Pendidikan Agama Islam Sebuah Pengantar* (Yogyakarta: FH UII Press, 2020).
- Saefullah, Aris, "Seni Pertunjukan Musik Populer Rebana Dan Thek-Thek Sebagai Media Dakwah Di Purwokerto," *Jurnal Manajemen Dakwah* 2, no.2 (2023): 226–137.
- Saleha & Mia Rahmawati Yuwita, "Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce Pada Simbol Rambu Lalu Lintas Dead End," *Jurnal Bahasa Sastra Dan Budaya* 3, no.1 (2023): 66–67.
- Sholeh, Akhmad, *Pengantar Studi Islam* (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2023)
- Sobur, Alex, *Semiotika Komunikasi* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016).
- Sucipto, Fenitrisari Desti, and dkk, *Pengantar Desain Komunikasi Visual* (Purbalingga: Eureka Media, 2022).
- Sukanda, Putri Nurbadri, "Pesan Dakwah Dalam Kemasan Kartun (Analisis Semiotik Model Charles Sanders Peirce Pada Halaman Instagram @ Ustadzabdulsomad _ Official)," *Jurnal Studi Keislaman* 2, no.1 (2023):12.
- Sunaryanto, and Ahmad Rofi Syamsuri, "Semiotika Dakwah Digital Dalam Meme Ajakan Salat Jumat," *Jurnal Media Komunikasi Dan Dakwah* 12, no.2 (2022): 103 <<https://doi.org/10.35905/komunida.v7i2.http>>.
- Supriyadi, "Rezeki Penuntut Ilmu Dijamin Allah SWT," *Pesantren Mambaul Ulum Bata-Bata*, 2021 <<https://bata-bata.net/>>.
- Susilo, Anang, "Keutamaan Menuntut Ilmu Dalam Islam," *Jurnal Galeri Dakwah*, (2022): 1.
- Suyuti, Hikamudin, "Value Mulia Menurut Perspektif Menurut Abu Nuaim Al Asfahani Dalam Kitab Hilyatul Aulia," *Jurnal Kajian Penelitian Pendidikan Dan Kebudayaan* 3, no.1 (2025):117–29.
- Syamsyudin, *Pengantar Sosiologi Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2016).
- Triyono, Agus, and Nifsya Khaira Marhuda, 'Studi Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Media Sosial Instagram @dakwah_tauhid', *Jurnal Ilmu Komunikasi*, no. 4 (2020), 50–67.
- Tulus, "Pesan Wirid Mbah Maimoen Agar Murah Rezeki," *SorabanSantri.Com*, 2024 <<https://sorbansantri.com>>.
- "Via Al-Qur'an Indonesia," 2024 <<http://quran-id.com>>.
- Wahid, Abdul, *Strategi Dakwah Di Tengah Keragaman Budaya Kajian Filsafat Dakwah Kontemporer* (Yogyakarta: Pustaka Diniyah, 2019).
- Wahyuningsih, Sri, *Desain Komunikasi Visual* (Madura: UTMPress, 2015).
- Wibowo, Indiwana Seto, and Seto Wahyu, *Semiotika Komunikasi* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2011).
- Wibowo, Seto Wahyu, *Semiotika* (Jakarta: Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Prof.DR. Moestopo, 2009).
- Witari, Ni Nyoman Sri & I Gusti Nyoman Widnyana, *Desain Komunikasi Visual* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014).
- Yaqin, Mukhammad Khaqul, "Analisis Wacana Norman Fairclough Tentang Dakwah Islam Akun Instagram Dawuh Guru" (Insitut Agama Islam Negeri Jember, 2021).



LAMPIRAN

Lampiran 1 *Screenshot* Profil Akun Instagram @dawuhguru



Lampiran 2 Wawancara dengan *founder* @dawuhguru



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Amelia
2. NIM : 214110102207
3. Tempat, Tanggal Lahir : Wonosobo, 01 Maret 2002
4. Alamat : Desa Wanarata 13/03, Kec. Bantarbolang
5. Email : ardalia99@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

1. SD N 1 Simbang
2. SMP N 1 Kalikajar
3. SMK N 1 Randudongkal
4. UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

C. Pengalaman Organisasi

1. Pradana Putri Pramuka SMK N 1 Randudongkal
2. Bidang Kegiatan PMR Wira SMK N 1 Randudongkal
3. Sekertaris Umum ADIKSI Periode 2023
4. Sekertaris Umum UKK Kopma KSM Purwokerto Periode 2023
5. Head Of Broadcasting Radio Star UIN SAIZU Periode 2024
6. Dewan Pengawas UKK Kopma KSM Purwokerto Periode 2024

Purwokerto, 17 April 2025

Penulis,



Amelia

NIM. 214110102207