

**KOMUNIKASI VISUAL AKUN INSTAGRAM
@DAILYMUSLIMAHINDONESIA DALAM MENYIARKAN
AJARAN ISLAM**



SKRIPSI

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

Oleh:

KHUSNI NUR ALIFAH
NIM. 214110102223

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO
2026**

PERNYATAAN KEASLIAN

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Khusni Nur Alifah
NIM : 214110102223
Jenjang : S1
Fakultas : Dakwah
Jurusan : Manajemen dan Komunikasi Islam
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul : Komunikasi Visual Akun Instagram
@dailymuslimahindonesia Dalam Menyiarkan Ajaran Islam

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

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

Purwokerto, 12 April 2026

Saya yang menyatakan,



Khusni Nur Alifah

NIM. 214110102223

LEMBAR PENGESAHAN



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

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

PENGESAHAN

Skripsi berjudul:

**KOMUNIKASI VISUAL AKUN INSTAGRAM
@DAILYMUSLIMAHINDONESIA DALAM MENYIARKAN AJARAN
ISLAM**

Disusun oleh:

Nama : Khusni Nur Alifah
NIM : 214110102223
Jenjang : Sarjana Strata Satu
Fakultas : Dakwah
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Telah diujikan pada tanggal 15 April 2026 pada sidang Dewan Penguji Skripsi dan dinyatakan diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos).

Purwokerto, 21 April 2026

Ketua Sidang / Pembimbing,

Nurul Khotimah, M.Sos.
NIP. 199408152023212 041

Sekretaris Sidang / Penguji,

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

Penguji Utama,

Dr. Alief Budiyo, S.Psi., M.Pd.
NIP. 19790217 200912 1 003

Mengetahui,
Dekan

Dr. Muskinul 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 DAN SAINTEK
Alamat : Jalan MT. Haryono, Kelurahan Karangsentul, Kecamatan Padamara, Kabupaten
Purbalingga, Jawa Tengah 53372

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

di - Purwokerto

Assalamu'alaikum. Wr. Wb

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

Nama : Khusni Nur Alifah
NIM : 214110102223
Jenjang : S-1
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah
Judul : Dakwah Feminin Akun Instagram @dailypathmuslimah Dalam Menyiarakan Ajaran Islam

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

Wassalamu'alaikum. Wr. Wb

Purwokerto, 09 April 2026
Pembimbing

Nurul Khotimah, M.Sos
NIP. 2015089401

**KOMUNIKASI VISUAL AKUN INSTAGRAM
@DAYLYMUSLIMAHINDONESIA DALAM MENYIARKAN AJARAN
ISLAM**

Khusni Nur Alifah
NIM. 214110102223
Email: khusninuralifah@gmail.com

Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis komunikasi visual yang digunakan dalam akun Instagram @dailymuslimahindonesia dalam menyiarkan ajaran Islam. Instagram sebagai media sosial visual menjadi sarana yang efektif dalam menyampaikan pesan dakwah kepada masyarakat, khususnya generasi muda. Oleh karena itu, kajian ini penting untuk mengetahui bagaimana elemen-elemen visual dimanfaatkan dalam menyampaikan pesan keislaman secara menarik dan mudah dipahami.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis semiotika Roland Barthes. Data diperoleh melalui observasi dan dokumentasi berupa unggahan konten pada akun Instagram @dailymuslimahindonesia. Analisis dilakukan dengan mengkaji makna denotasi, konotasi, dan mitos yang terdapat dalam elemen komunikasi visual seperti tipografi, ilustrasi, bentuk (*shape*), dan warna (*colour*) yang digunakan dalam setiap unggahan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi visual pada akun Instagram @dailymuslimahindonesia disusun secara sederhana, menarik, dan komunikatif sehingga mampu menyampaikan pesan dakwah secara efektif. Pada tingkat denotasi, konten mudah dipahami secara langsung. Pada tingkat konotasi, visual menggambarkan nilai-nilai keislaman seperti kesabaran, keikhlasan, dan tawakal. Sedangkan pada tingkat mitos, konten mempresentasikan ajaran Islam sebagai pedoman hidup yang damai, menenangkan, dan relevan dengan kehidupan sehari-hari.

Kata Kunci: Komunikasi Visual, Instagram, Siar Ajaran Islam, Semiotika Roland Barthes

**VISUAL COMMUNICATION ON INSTAGRAM ACCOUNTS
@DAILYMUSLIMAHINDONESIA IN BROADCASTING THE TEACHINGS
OF ISLAM**

Khusni Nur Alifah
NIM. 214110102223
Email: khusninuralifah@gmail.com

*Islamic Communication and Broadcasting Study Program
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto*

ABSTRACT

This study aims to analyze the visual communication used by the Instagram account @dailymuslimahindonesia to disseminate Islamic teachings. As a visual social media platform, Instagram is an effective means of conveying Islamic messages to the public, especially the younger generation. Therefore, this study is crucial to understand how visual elements are utilized to convey Islamic messages in an engaging and easily understood manner.

This study uses a qualitative approach with Roland Barthes' semiotic analysis method. Data were obtained through observation and documentation of content uploaded to the Instagram account @dailymuslimahindonesia. The analysis was conducted by examining the denotative, connotative, and mythical meanings contained in visual communication elements such as typography, illustrations, shapes, and colors used in each upload.

The results of this study indicate that the visual communication on the Instagram account @dailymuslimahindonesia is structured in a simple, engaging, and communicative manner, effectively conveying the message of da'wah (Islamic preaching). At the denotative level, the content is easily understood. At the connotative level, the visuals depict Islamic values such as patience, sincerity, and trust in God. Meanwhile, at the mythical level, the content presents Islamic teachings as a guide to life that is peaceful, calming, and relevant to everyday life.

Keywords: *Visual Communication, Instagram, broadcast of Islamic Teachings, Roland Barthes' Semiotics*

MOTTO

“Allah tidak menuntut hasilmu sempurna, tapi Allah melihat seberapa tulus kamu berusaha dan bersandar kepada-Nya”

(Ustadz Hanan Attaki)



PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil'alamin, dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT, yang senantiasa memberikan nikmat serta keberkahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik. Skripsi ini penulis persembahkan sebagai ungkapan rasa terima kasih yang mendalam untuk almamater tercinta, Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah menjadi tempat penulis menimba ilmu, bertumbuh, dan belajar memahami arti perjuangan. Semoga ilmu yang diperoleh dapat bermanfaat dan menjadi bekal untuk mengabdikan kepada masyarakat, agama, dan bangsa.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah begitu banyak melimpahkan nikmat, rahmat, karunia, dan pertolongan-Nya, sehingga skripsi yang berjudul **“Komunikasi Visual Akun Instagram @dailymuslimahindonesia Dalam Menyiarkan Ajaran Islam”** ini dapat terselesaikan dengan baik.

Tak lupa sholawat serta salam senantiasa tercurah kepada Baginda Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat, serta seluruh umat beliau, sebagai teladan agung dalam perjalanan ilmu dan kehidupan.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, bimbingan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan ketulusan, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag., Rektor Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Dr. Muskinul Fuad, M.Ag., Dekan Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Ibu Uus Uswatusolihah, M.Ag., Ketua Jurusan Manajemen dan Komunikasi Islam Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Bapak Dedy Riyadin Saputro, M.I.Kom., Koordinator Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Bapak Turhamun, M.S.I., Dosen Pembimbing Akademik, yang telah memberikan bimbingan selama penulis menempuh proses perkuliahan.
6. Ibu Nurul Khotimah, M.Sos., Dosen pembimbing skripsi yang telah dengan penuh kesabaran, ketelitian, dan keikhlasan dalam memberikan bimbingan, arahan, serta masukan selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas waktu, ilmu, dan perhatian yang telah diberikan, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Semoga Allah SWT senantiasa membalas segala kebaikan beliau dengan kesehatan, keberkahan, dan pahala yang berlipat ganda.

7. Segenap Civitas Akademika Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, khususnya para dosen yang telah mendidik, berbagi ilmu, pemahaman dan pengalaman yang berharga selama penulis menjalani perkuliahan.
8. Pemilik akun Instagram @dailymuslimahindonesia, kak Pratiwi. Terima kasih atas karya yang dihasilkan, sehingga penulis dapat menjadikannya sebagai objek penelitian dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Kedua orang tua tercinta, Bapak Rasiman dan Ibu Wasitah yang senantiasa menjadi sumber kekuatan dalam setiap langkah kehidupan penulis. Terima kasih atas segala cinta, kasih sayang, doa yang tak pernah putus, serta pengorbanan yang begitu tulus. Setiap tetes keringat, perjuangan dan keikhlasan yang diberikan menjadi alasan utama penulis untuk terus bertahan dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa tidak ada kata yang mampu membalas semua kebaikan dan kasih sayang yang telah diberikan. Dukungan, nasihat, serta keteguhan hati yang selalu Bapak dan Ibu tanamkan menjadi bekal berharga dalam menghadapi setiap proses dan tantangan. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan kesehatan, kebahagiaan, dan keberkahan dalam setiap langkah, serta membalas segala kebaikan dengan pahala yang berlipat ganda.
10. Kaka-kaka tercinta, Muslimin, Khoerul Arifin, Amanatuh Rohanah, serta kaka ipar Riska Amalia yang selalu memberikan semangat, motivasi, dan dukungan selama proses penyusunan skripsi ini. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan kesehatan, keberkahan, dan kebahagiaan kalian.
11. Kepada teman-teman seperjuangan KPI F angkatan 2021 yang telah menjadi bagian penting dalam perjalanan selama masa perkuliahan. Terima kasih atas kebersamaan, canda tawa, dukungan, serta semangat yang selalu diberikan, baik dalam suka maupun duka. Setiap momen yang telah dilalui bersama menjadi kenangan berharga yang tidak akan terlupakan. Semoga Allah SWT senantiasa memudahkan langkah kita semua dalam meraih cita-cita, serta melimpahkan kesuksesan dan keberkahan dimasa depan.

12. Teman-teman PPL, terima kasih atas kesempatan berproses bersama Dalam pengalaman praktik yang turut memberikan pemahaman dan keterampilan yang bermanfaat bagi penulis.
13. Teman-teman KKN, penulis mengucapkan terima kasih atas kebersamaan, kerja sama, dan dukungan yang telah diberikan selama pelaksanaan kegiatan.
14. Untuk diri sendiri Khusni Nur Alifah, terima kasih telah bertahan sejauh ini. Terima kasih sudah kuat melewati berbagai proses, rasa lelah, ragu, dan jatuh bangun selama perjalanan menyelesaikan skripsi ini. Tidak semua berjalan mudah, tetapi kamu tetap memilih untuk terus melangkah dan tidak menyerah. Terima kasih sudah belajar untuk sabar, ikhlas, dan terus percaya bahwa setiap proses memiliki makna. Semoga langkah selalu dipenuhi dengan kemudahan, keberanian, dan keberkahan. Tetaplah menjadi pribadi yang kuat dan rendah hati, serta jangan lupa untuk selalu libatkan Allah dalam setiap berproses.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih serta memohon maaf atas segala kekurangan yang ada. Penulis juga sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari para pembaca, serta berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semuanya.

Purwokerto, 05 April 2026
Penulis,



Khusni Nur Alifah
NIM. 214110102223

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN	ii
LEMBAR 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
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Penegasan Istilah.....	9
C. Rumusan Masalah	12
D. Tujuan Penelitian.....	12
E. Manfaat Penelitian.....	12
F. Kajian Pustaka.....	13
G. Sistematika Pembahasan	19
BAB II KAJIAN TEORI	20
A. Komunikasi Visual	20
1. Pengertian Komunikasi Visual	20
2. Elemen-Elemen Komunikasi Visual	22
B. Media Sosial Instagram.....	29
1. Deskripsi Media Sosial Instagram.....	29
2. Fitur-Fitur Media Sosial Instagram	30
C. Siar Ajaran Islam.....	31
1. Pengertian Siar Ajaran Islam.....	31
2. Tujuan Dakwah Dalam Ajaran Islam	34
3. Unsur Dakwah Dalam Ajaran Islam.....	34

4. Aspek Nilai-Nilai Ajaran Islam.....	36
D. Analisis Semiotika Roland Barthes.....	37
1. Pengertian Semiotika.....	37
2. Tahapan Petanda Menurut Roland Barthes	37
BAB III METODE PENELITIAN	45
A. Jenis Penelitian dan Pendekatan Penelitian.....	45
B. Waktu Penelitian.....	46
C. Subjek dan Objek Penelitian	46
D. Sumber Data Penelitian.....	46
E. Metode pengumpulan Data	47
F. Teknik Analisis Data	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	50
A. Gambaran Umum Akun Instagram @dailymuslimahindonesia.....	50
B. Analisis Komunikasi Visual Akun Instagram @dailymuslimahindonesia Berdasarkan Analisis Semiotika Roland Barthes	51
C. Analisis Semiotika Roland Barthes Akun Instagram @dailymuslimahindonesia Dalam Menyiarkan Ajaran Islam.....	82
BAB V PENUTUP	85
A. Kesimpulan.....	85
B. Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Profil Instagram @daiymuslimahindonesia	7
Gambar 1. 2 Postingan @dailymuslimahindonesia tentang bersyukur.....	8
Gambar 1. 3 Contoh huruf Serif “Book Antiqua”.....	23
Gambar 1. 4 Contoh huruf Sans Serif “Arial”	23
Gambar 1. 5 Contoh huruf Blok “Impact”	23
Gambar 1. 6 Contoh huruf Script “Brush Script”	24
Gambar 1. 7 Contoh huruf Black Latteer “Centaurus”	24
Gambar 1. 8 Skema proses pemaknaan dua tataran Roland Barthes	48
Gambar 1. 9 Gambar Penghapus Dosa	51
Gambar 1. 10 Gambar Jangan Lupa Bersyukur	54
Gambar 1. 11 Gambar Jangan Terlalu Dikejar.....	57
Gambar 1. 12 Gambar Sebelum Mengeluh Lihat Sekelilingmu.....	60
Gambar 1. 13 Gambar Benahi Diri Sebelum Ramadhan	63
Gambar 1. 14 Gambar Tenanglah Allah Selalu Mempermudah	66
Gambar 1. 15 Gambar Pada Akhirnya Bahagia	69
Gambar 1. 16 Gambar Ya Allah Berilah Yang Terbaik	72
Gambar 1. 17 Gambar Jangan Tergesa-Gesa	75
Gambar 1. 18 Gambar Keberkahan di Dalam Sahur.....	77

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Pada Gambar “Penghapus Dosa”	53
Tabel 2. 2 Penelitian Pada Gambar “Jangan Lupa Bersyukur”	56
Tabel 2. 3 Penelitian Pada Gambar “Jangan Terlalu Dikejar”	59
Tabel 2. 4 Penelitian Pada Gambar “Sebelum Mengeluh Lihat Sekelilingmu”	62
Tabel 2. 5 Penelitian Pada Gambar “Benahi Diri Sebelum Ramadhan”	64
Tabel 2. 6 Penelitian Pada Gambar “Tenanglah Allah Selalu Mempermudah”	68
Tabel 2. 7 Penelitian Pada Gambar “Pada Akhirnya Bahagia”	70
Tabel 2. 8 Penelitian Pada Gambar “Ya Allah Berilah Yang Terbaik”	73
Tabel 2. 9 Penelitian Pada Gambar “Jangan Tergesa-gesa”	76
Tabel 2. 10 Penelitian Pada Gambar “Keberkahan di Dalam Sahur”	79



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi terus mengalami perubahan dari waktu ke waktu, mulai dari bidang pertanian, industri, informasi, hingga komunikasi. Kemajuan tersebut memberikan dampak positif bagi kehidupan sosial masyarakat, sehingga banyak orang tertarik memanfaatkan setiap tahap perkembangannya, meskipun pada masa Nabi Muhammad SAW, teknologi modern seperti sekarang belum dikenal. Dalam perkembangan dakwah, perhatian terhadap kemajuan teknologi sangat diperlukan agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh umat. Dengan kemajuan teknologi, dakwah kini dapat dilakukan melalui berbagai cara, termasuk melalui platform media dengan pendekatan yang beragam. Di era saat ini, dakwah tidak lagi terbatas pada waktu-waktu tertentu seperti saat hari besar Islam atau pengajian, dan tidak hanya dilakukan di masjid atau tempat ibadah lainnya. Perkembangan media modern memungkinkan dakwah disampaikan kapan saja dan di mana saja.¹

Sebelum hadirnya media dan teknologi informasi, penyampaian dakwah dilakukan secara langsung melalui interaksi tatap muka antara khatib dan jamaah, atau yang dikenal sebagai dakwah secara langsung, sebagaimana telah dipraktikkan oleh Nabi Muhammad SAW sejak awal kemunculan Islam. Di era digital saat ini, para pendakwah memiliki kesempatan yang lebih luas untuk menyampaikan pesan kebaikan secara lebih efektif melalui berbagai platform media sosial yang mampu menjangkau audiens global. Beragam alat digital dan jaringan sosial kini menyediakan banyak peluang baru. Media sosial pun telah mengalami perkembangan dan dimanfaatkan masyarakat sebagai sarana komunikasi serta pertukaran informasi. Fenomena ini tampak jelas pada generasi milenial dan generasi penerus yang memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi, inovasi, serta jaringan sosial yang mudah diakses

¹ Afifah Nur Zahra, "Strategi Dakwah Desain Visual grafis Pada Media Sosial Instagram" *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, tahun 2021 hlm. 101-102

melalui internet. Perkembangan media yang tidak dibatasi ruang dan waktu menjadikan aktivitas dakwah dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja. Di Indonesia, evolusi media dakwah telah berlangsung selama bertahun-tahun. Beragamnya jenis media yang tersedia saat ini semakin mempermudah penyebaran dakwah kepada masyarakat luas, dan bentuk media yang digunakan pun telah banyak berubah. Salah satu media dakwah yang kini banyak diminati adalah jejering sosial. Beragam manfaat yang ditawarkan oleh platform tersebut membuatnya memiliki posisi penting bagi para penggunanya. Kecepatan dalam menyampaikan informasi serta kemudahan akses pada jejering sosial mendorong para pendakwah untuk memanfaatkannya sebagai sarana dakwah.²

Kehadiran internet pada dasarnya bertujuan memenuhi beragam kebutuhan manusia, termasuk kebutuhan akan informasi. Setiap individu membutuhkan informasi sebagai bagian dari tuntunan kehidupan sehari-hari dan sebagai penunjang berbagai aktivitas. Dalam konteks tersebut, internet menjadi sarana penting dalam menyediakan informasi, termasuk informasi keislaman yang disampaikan melalui media visual pada Instagram.³

Kehadiran internet membawa pengaruh besar terhadap aspek religiusitas, termasuk bagi masyarakat muslim yang kini mengalami transformasi dalam berbagai bidang, terutama dakwah. Aktivitas dakwah tidak lagi terbatas pada penyampaian lisan melalui ceramah di mimbar atau majelis taklim. Pada era digital, pesan keislaman perlu disampaikan melalui berbagai media agar dapat memenuhi kebutuhan informasi masyarakat mengenai nilai-nilai Islam.

Kemunculan internet turut menghadirkan berbagai platform media sosial seperti Facebook, Twitter, YouTube, dan Instagram. Media sosial memiliki peran yang sangat relevan dalam meningkatkan efektivitas serta efisiensi penyebaran dakwah pada era digital saat ini. Instagram, khususnya menjadi ruang yang tepat untuk menyampaikan ajaran Islam karena pesan

² Zida Zakiyatul Husna dan Abdul muhid, 'Perkembangan Dakwah Melalui Media Sosial Instagram', *Ath-Thariq*, 05.02 (2021), 197–208.

³ Alayusi Shifeti, *Media Sosial Interaksi* (Prenada Media Group: 2016), hal. 1

dakwah dapat disampaikan dengan lebih fleksibel dibandingkan metode dakwah konvensional.⁴ Penyampaian dakwah melalui media sosial memungkinkan audiens menerima pesan tanpa adanya rasa keterpaksaan, sebab mereka mengakses konten keagamaan secara mandiri sesuai kebutuhan dan minatnya. Dalam konteks ini Instagram memanfaatkan karakteristik tersebut untuk menyiarkan ajaran Islam melalui komunikasi visual yang menarik dan mudah diterima.

Diantara berbagai platform media sosial yang ada, Instagram menjadi salah satu media yang sangat mendukung aktivitas dakwah secara fleksibel. Melalui beragam fitur yang disediakan, Instagram berfungsi sebagai sarana yang efektif untuk menyampaikan ajaran-ajaran Islam kepada audiens secara luas. Salah satu bentuk dakwah yang semakin populer adalah menyiarkan ajaran Islam melalui komunikasi visual, yaitu bentuk komunikasi yang memanfaatkan elemen-elemen visual seperti gambar, foto, ilustrasi, warna, dan tipografi untuk menyampaikan ajaran Islam secara lebih menarik dan mampu menarik perhatian pengguna.⁵

Perkembangan internet yang semakin canggih telah melahirkan berbagai jenis media sosial, seperti Facebook, Twitter, Instagram, Path, Line, YouTube, dan lainnya. Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) menyebutkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 63 juta orang. Dari jumlah tersebut, sekitar 95% menggunakan internet untuk mengakses media sosial.⁶ Di antara berbagai platform tersebut, Instagram menjadi salah satu aplikasi yang paling banyak digunakan oleh anak muda di Indonesia. Hal ini didukung oleh penelitian dari lembaga riset Taylor Nelson Sofres (TNS) Indonesia, yang menunjukkan bahwa pengguna Instagram didominasi oleh usia 18–24 tahun dengan persentase sebesar 59%.

⁴ Zahra, Ulfa Fauzia, Ahmad Sarbini, and Asep Shodiqin. "Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah" Tabligh: *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*. Vol. 1 No. 2 2016. Hal. 66

⁵ Kursianto, A. "Pengantar Desain Komunikasi Visual" (Cv: Andi Offset, 2009). Hal. 10

⁶ Rmg, "Kominfo: Pengguna Internet di Indonesia 63 Juta Orang", https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo%3A%2FPengguna%2FInternet%2Fdi%2FIndonesia%2F63%2FJuta%2FOrang%2F0/erita_satker, diakses tanggal 31 Juli 2017.

Di posisi berikutnya adalah pengguna berusia 25–34 tahun, dan yang paling sedikit berasal dari kelompok usia 34–44 tahun.⁷ Instagram sendiri merupakan aplikasi untuk berbagi foto dan video. Pengguna dapat mengambil gambar atau video, menambahkan filter digital, lalu membagikannya ke berbagai media sosial. Awalnya, Instagram hanya bisa diakses melalui smartphone berbasis iOS, namun sekarang juga sudah tersedia untuk pengguna Android.

Instagram memiliki hubungan yang sangat erat dengan komunikasi visual karena platform ini memang dirancang untuk berbagi foto dan video. Melalui fitur seperti unggahan gambar, video, story, dan IGTV, pengguna dapat menyampaikan pesan secara visual. Instagram juga menyediakan berbagai fitur yang mendukung penyajian pesan dakwah secara kreatif, seperti penggunaan gambar, ilustrasi, video, teks dengan desain menarik, serta berbagai filter dan efek visual. Saat ini, Instagram menjadi salah satu media utama yang dimanfaatkan para pendakwah untuk mendigitalisasi dakwah. Artinya, ajaran Islam dan pesan keagamaan disajikan dalam format digital yang sesuai dengan tren dan kebutuhan zaman, sehingga lebih relevan, mudah diakses, dan menarik bagi mad'u, khususnya generasi muda yang aktif di media sosial. Melalui penggunaan elemen visual yang menarik dan konten yang mengikuti perkembangan zaman, para penggerak dakwah dapat menghasilkan konten yang lebih efektif dan sesuai dengan kebutuhan audiens.⁸

Dalam hal ini dakwah juga sudah menjurus ke dalam berbagai konteks yang lebih kontemporer, salah satunya memanfaatkan media desain komunikasi visual untuk berdakwah. Desain komunikasi visual bisa diartikan sebagai seni komunikasi melalui media dalam bentuk desain untuk menyampaikan informasi, mengubah, dan mempengaruhi audiens sesuai dengan tujuan yang diinginkan. Aspek penting yang sering dipertimbangkan dalam desain adalah aspek fungsional dan estetika desain. Pertimbangan ini biasanya didapatkan

⁷ Yenny Yusra, "Riset TNS: Generasi Terpelajar Dominasi Pengguna Instagram di Indonesia", <https://dailysocial.id/post/riset-tns-generasi-terpelajar-dominasi-pengguna-instagram-di-indonesia>, diakses tanggal 31 Juli 2017.

⁸ Raaf Ikhtsar Ismail and Nina Yuliana, 'Peranan Aplikasi Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran (Studi Deskripsi Kualitatif Pada Akun Instagram @Disko_51 Di Kota Serang)', *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 3.3 (2023), 874–86.

melalui riset, refleksi, brainstorming, atau dari konsep desain yang telah dibuat sebelumnya.⁹ Desain komunikasi visual mencakup berbagai macam media, mulai dari poster, spanduk, dan gambar media sosial hingga media campuran seperti video, film, dan animasi.

Komunikasi visual dapat menyebarkan ajaran Islam. Dalam hal ini, umat Islam dapat dengan mudah berdakwah melalui komunikasi visual atau desain komunikasi visual. Dakwah komunikasi visual adalah kegiatan positif yang menggunakan media komunikasi visual untuk mengajak masyarakat umat melakukan *Amar Ma'ruf nahi Munkar* sesuai dengan kaidah Al-Qur'an dan Sunnah.¹⁰ Menurut Sumbo Tinarbuko, komunikasi visual dapat dipandang sebagai upaya untuk menyelesaikan masalah dalam komunikasi atau sebagai komunikasi visual yang dapat menghasilkan desain yang baru.¹¹ Oleh karena itu, pemanfaatan dalam media sosial pada desain komunikasi visual yang unik dan menarik dalam dakwah bisa menjadikan Islam terus berkembang sesuai dengan eranya.

Dengan menghadirkan dakwah yang bisa diserap masyarakat mulai dari kalangan anak muda khususnya sampai orang dewasa. Hal ini dapat memberikan dampak yang positif, sebagaimana bisa menunjukkan bagaimana hubungannya dengan komunikasi visual yang saling bertaut. Berkaitan dengan fenomena ini, peneliti memilih objek berupa dakwah Islam yang aktif dalam menyebarkan pesan melalui akun media sosial Instagram @dailymuslimahindonesia sebagai subjek penelitian. Dalam akun Instagram @dailymuslimahindonesia menyampaikan bahwa dakwah melalui berbagai konten berfokus pada ajaran Islam, terutama dalam aspek komunikasi visual. Akun Instagram ini cukup berhati-hati dalam menampilkan karakter pada desain grafisnya yaitu tidak menggunakan ekspresi ataupun tampilan mata, mulut maupun telinga. Akun tersebut berdiri sejak tahun 2021, akun ini telah

⁹ Lia Anggraini S, dan Kirana Nathalia, *Desain Komunikasi Visual: Dasar-Dasar Panduan Untuk Pemula* (Bandung: Nuansa Cendikia, 2013) hal. 15

¹⁰ Nilna Ni'mah, 'Dakwah Komunikasi Visual', *Islamic Communication Journal*, 1.1 (2016), 104–20 <<https://doi.org/10.21580/icj.2016.1.1.1241>>.

¹¹ Sumbo Tinarbuko, 'DEKAVE, Desain Komunikasi Visual Penanda Zaman Masyarakat Global', *Journal of Chemical Information and Modeling*, 8.9 (2015), 1–58.

berperan dalam menyebarkan pesan dakwah melalui platform media sosial Instagramnya dan aktivitas desainnya juga sudah tidak diragukan lagi.

Instagram merupakan salah satu media sosial yang banyak dimanfaatkan oleh remaja maupun orang dewasa. Untuk menjadikannya sebagai konsep dakwah yang lebih menarik, konten perlu disajikan secara informatif, mudah dipahami, dan jelas. Penyampaian pesan dakwah secara sederhana dapat membantu audiens mengenali, memahami, dan menemukan solusi atas berbagai persoalan. Melalui Instagram, dakwah dapat disajikan dalam format yang lebih menarik serta mudah menjangkau berbagai kalangan. Salah satu bentuknya adalah dengan memanfaatkan desain grafis yang efektif. Perkembangan moderen juga memberikan pengaruh besar terhadap cara masyarakat berkomunikasi. Akun @dailymuslimahindonesia menggambarkan berbagai aspek komunikasi yang berada dalam media digital.¹²

Penyampaian dakwah yang dilakukan oleh Instagram @dailymuslimahindonesia sangat menarik karena menggunakan komunikasi visual berupa ilustrasi yang dibuat langsung oleh pemilik akun. Topik yang diangkat pun bersifat umum seperti motivasi, akhlak, ibadah, adab, serta identitas perempuan muslimah. Setiap unggahan tidak hanya menampilkan nash keagamaan, tetapi juga menggunakan elemen visual tertentu yang berfungsi memperkuat pesan dakwah, seperti penggunaan warna pastel yang lembut, ilustrasi perempuan berhijab, simbol-simbol islami, serta gaya tipografi tertentu yang memengaruhi persepsi audiens. Selain itu, unggahan komunikasi visual pada akun @dailymuslimahindonesia memiliki ciri khas tersendiri. Komunikasi visual yang dibuat biasanya disertai dengan kutipan ayat Al-Qur'an, hadits dan terjemahannya. Akun ini mulai aktif sejak 2021 dan kini memiliki lebih dari 114 ribu pengikut serta total 772 unggahan. Akun ini secara khusus menargetkan kaum milenial atau anak muda, sehingga strategi komunikasi visual yang digunakan dirancang untuk sesuai dengan preferensi visual generasi muda.

¹² Alvia Putri Laili Ramadani, 'Penggunaan Instagram Sebagai Media Dakwah (Strategi Dakwah Akun@ Littleleakwat. Id)', 2024, hlm. 3.



Gambar 1. 1 Profil Instagram @daiymuslimahindonesia

Terdapat banyak akun Instagram yang juga menjadikan platform ini sebagai media untuk berdakwah. Jika dibandingkan dengan akun lainnya terdapat perbedaan pendekatan komunikasi visual dan gaya dakwah. Contohnya yaitu akun Instagram @ummu.hanzolah lebih menonjolkan dakwah berbasis teks naratif yang kuat dan argumentatif dengan topik yang disampaikan bersifat umum mulai dari hal yang berkaitan dengan berumah tangga, ibadah sholat, cara berpakaian bagi wanita muslimah, media sosial, dan dikaitkan dengan nilai keislaman serta efek perbuatan dosa-dosa yang dilakukan, selain itu unggahan desain grafis pada akun @ummu.hanzolah ini juga memiliki ciri khas tersendiri. Saat ini jumlah pengikutnya sebanyak 60,1 ribu pengikut. Terakhir ada akun @tarbiyah.generation yang dimana akun ini memiliki karakter visual yang lebih dinamis dan ekspresif dengan sasaran utama generasi muda. Konten @tarbiyah.generation sering menggunakan ilustrasi penuh, warna kontras, serta pesan yang disampaikan bersifat motivasional dan kolektif, seperti ajakan perubahan sosial dan semangat keislaman generasi. Saat ini jumlah pengikutnya sebanyak 50,2 ribu pengikut.

Dalam konteks komunikasi visual dan media sosial, tanda milenial muncul melalui penggunaan simbol, gaya bahasa, dan estetika visual yang mencerminkan kedekatan generasi ini dengan teknologi digital. Elemen seperti desain minimalis, ilustrasi sederhana, warna lembut atau cerah, tipografi modern, serta penggunaan emoji dan bahasa santai menjadi tanda yang secara

tidak langsung mengkomunikasikan identitas milenial sebagai generasi yang dinamis, ekspresif, dan adaptif terhadap perubahan zaman. Seperti pada contoh unggahan gambar akun Instagram tersebut:



Gambar 1. 2 Postingan @dailymuslimahindonesia tentang bersyukur

Dari gambar tersebut dapat dijelaskan bahwa isi dakwah pada gambar yaitu mengajak audiens untuk bersyukur atas nikmat yang telah dimiliki. Pesan disampaikan secara lembut dan reflektif, tanpa kesan menggurui, sehingga mendorong audiens untuk merenung dan menerima keadaan dengan hati yang tenang. Sedangkan dari sisi warna, kuning dan oranye melambangkan kehangatan kehidupan dan ketenangan, dan warna putih melambangkan keikhlasan. Kombinasi warna ini memperkuat pesan dakwah agar terasa positif, menenangkan, dan mudah diterima.

Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti akun Instagram @dailymuslimahindonesia karena memiliki keunikan yang terletak pada penyampaian pesan dakwah yang bersifat reminder, tidak menggurui, dan tidak tegas. Pesan-pesan keislaman disampaikan melalui kalimat singkat yang persuasif dan mendalam, sehingga mendorong audiens untuk merenung dan melakukan introspeksi diri. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi visual yang digunakan tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai sarana pembentukan makna dan kesadaran religius.

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang komprehensif tentang bagaimana komunikasi visual pada akun Instagram @dailymuslimahindonesia berperan dalam menyiarkan ajaran Islam, khususnya dalam membentuk persepsi dan pemaknaan audiens terhadap nilai-nilai keislaman. Selain itu, penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian komunikasi dakwah digital dan memperkaya literatur mengenai peran media sosial dalam penyebaran ajaran Islam pada era modern.

Dengan demikian, penelitian mengenai **“Komunikasi Visual Akun Instagram @dailymuslimahindonesia Dalam Menyiarkan Ajaran Islam”** melalui perspektif semiotika Roland Barthes menjadi penting untuk dilakukan guna memahami lebih dalam konstruksi makna visual dalam dakwah digital, serta bagaimana makna-makna tersebut diterima dan diinternalisasi oleh audiens muslim, khususnya kalangan muslimah.

B. Penegasan Istilah

Supaya terhindar dari kesalahan dalam memahami istilah yang menjadi fokus penelitian ini, harus diberikan keterangan lebih detail mengenai istilah-istilah tersebut. Berikut adalah penegasan istilah yang dimaksud:

1. Komunikasi Visual

Komunikasi visual ialah sebuah rangkaian proses penyampaian informasi atau pesan kepada pihak lain dengan menggunakan media penggambaran yang hanya dapat dibaca oleh indera penglihatan. Komunikasi visual terdiri dari kombinasi seni, lambang, gambar, desain grafis, ilustrasi, dan warna dalam penyampaiannya. Sejarah komunikasi visual dapat kita pahami dengan cara dua pendekatan, yaitu pendekatan historis dan mekanis. Jika ditinjau dari pendekatan historis, maka proses pemaknaan objek visual sudah dilakukan sejak adanya interaksi antar manusia dan lingkungannya. Sedangkan pendekatan mekanis lebih pada upaya melihat sejarah komunikasi visual dari kemunculan instrumen, alat, ataupun perangkat yang berkaitan dengan komunikasi visual.

Komunikasi visual juga dapat dilihat sebagai aktivitas linguistik, artinya dalam hal ini komunikasi visual ditempatkan sebagai proses produksi

dan interpretasi makna melalui bahasa. Dalam bahasa, unsur utama yang diperhatikan ialah tanda. Dalam hal ini adalah unsur grafis dasar seperti tulisan, gambar, warna, garis, dan lainnya. Komunikasi visual sebagai proses linguistik menekankan pada penyusunan produk visual yang memuat makna tertentu. Interpretasi makna dalam aktivitas linguistik sangat beragam, kaya, dan memiliki muatan nilai tertentu. Meninjau dari betapa beragamnya hal tersebut, maka interpretasi makna tidak bisa diserahkan begitu saja pada penerima pesan, melainkan harus ada upaya dari pengirim pesan untuk menyusun produk atau karya visual yang relevan. Mengarahkan interpretasi makna penerima pesan sesuai dengan kehendak pengirim pesan melalui lambang, simbol, warna, teks, dan unsur grafis lainnya yang sesuai.¹³

Dalam penelitian ini, komunikasi visual didefinisikan sebagai seluruh unsur visual yang digunakan dalam konten unggahan akun Instagram @dailymuslimahindonesia untuk menyampaikan pesan keislaman. Unsur-unsur komunikasi visual tersebut meliputi, ilustrasi atau gambar yang ditampilkan, pemilihan dan makna warna, penggunaan tipografi, simbol atau ikon visual, serta tata letak (layout) desain secara keseluruhan. Komunikasi visual dianalisis untuk melihat bagaimana elemen-elemen komunikasi visual seperti tipografi, ilustrasi, bentuk (*shape*), dan warna (*colour*) yang digunakan dalam menyusun serta memperkuat penyampaian pesan dakwah. Analisis ini dilakukan pada konten visual tertentu yang dipilih sebagai unit analisis dalam penelitian.

2. Instagram @dailymuslimahindonesia

Akun Instagram @dailymuslimahindonesia merupakan akun yang digunakan untuk menyampaikan ajaran Islam yang di dalamnya berupa kutipan-kutipan dari Al-Qur'an, hadist, nasihat agama, dan lain sebagainya. Dengan jumlah pengikut yang mencapai 114 ribu dan ada 772 postingan, akun ini memiliki pengaruh yang cukup besar dalam mempengaruhi remaja-

¹³ dan Alfaro Mohammad recoba Nur Maghfirah Aesthetika, Poppy Febriana, M. Andi fikri, *Buku Ajar Komunikasi Visual*, 2023.

remaja di media sosial untuk berhijrah, yaitu mendekatkan diri kepada Allah dan menjalani kehidupan sesuai dengan ajaran Islam.

Dalam penelitian ini akun Instagram @dailymuslimahindonesia didefinisikan sebagai objek penelitian sekaligus sumber data utama. Akun ini menjadi fokus penelitian karena secara konsisten memproduksi konten visual bermuatan ajaran Islam. Akun ini dibatasi pada unggahan berupa poster atau gambar yang mengandung pesan keislaman dan dipublikasikan dalam kurun waktu tertentu sesuai dengan batasan penelitian. Konten yang dianalisis tidak mencakup komentar pengikut atau pesan pribadi, melainkan hanya pada visual unggahan dan teks pendukung yang melekat pada konten tersebut.

3. Siar Ajaran Islam

Siar (syiar) ajaran Islam merupakan segala bentuk aktivitas penyampaian, penyebaran, dan pengkomunikasian nilai-nilai Islam kepada masyarakat secara terencana, terarah, dan berkesinambungan. Dengan literatur dakwah, siar dipahami sebagai bagian dari proses dakwah yang bertujuan memperluas pengetahuan keislaman, meneguhkan identitas keagamaan, serta membentuk perilaku masyarakat yang sesuai dengan tuntunan syariat. Menurut Mulia dalam buku syiar Islam, siar tidak hanya menyampaikan pesan agama secara lisan, tetapi juga melalui simbol, media, tindakan sosial, dan representasi visual yang mampu membangun kesadaran keislaman.

Selain itu, siar ajaran Islam merupakan aktivitas menyampaikan nilai-nilai dan ajaran Islam melalui berbagai media dengan tujuan memberi pemahaman dan inspirasi kepada khalayak untuk mengamalkan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari. Dalam konteks penelitian ini, yang dimaksud adalah pesan-pesan keislaman yang disampaikan melalui komunikasi visual akun Instagram @dailymuslimahindonesia.¹⁴

¹⁴ Sutarto Wijono Giovanny Permata Putri, 'Tujuan Dan Prinsip-Prinsip Ilmu Dakwah Dalam Perspektif Islam', *Jurnal Psikologi*, 40.2 (2018), 169–80 <<https://jurnal.ugm.ac.id/jpsi/article/view/6975/9440>>.

Dalam penelitian ini, siar ajaran Islam didefinisikan sebagai proses penyampaian nilai-nilai Islam yang terkandung dalam konten visual Instagram @dailymuslimahindonesia. Penyiaran ajaran Islam tersebut dioperasionalkan dalam bentuk pesan dakwah yang mencakup empat aspek utama yaitu, ibadah, akidah, akhlak, dan syariah.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang ada, penelitian ini akan fokus terhadap pembahasan masalah yaitu bagaimana komunikasi visual akun Instagram @dailymuslimahindonesia dalam menyiarkan ajaran Islam berdasarkan analisis semiotika Roland Barthes?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana komunikasi visual akun Instagram @dailymuslimahindonesia dalam menyiarkan ajaran Islam berdasarkan analisis semiotika Roland Barthes.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat wawasan di era digital terutama di jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam agar dapat menggunakan platform Instagram sebagai media baru untuk menyebarkan ajaran Islam serta melahirkan konten kreator dakwah yang dapat membuat konten-konten bermanfaat dan menarik bagi khalayak luas.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan arah serta acuan dalam pembuatan konten dakwah interaktif yang dapat sesuai oleh masyarakat luas dari berbagai kalangan umur. Selain itu konten yang dibalut secara inovatif dan kreatif tentunya bisa memberikan motivasi agar mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam untuk dapat menyampaikan ajaran Islam dalam bentuk komunikasi visual di platform Instagram.

F. Kajian Pustaka

Penelitian ini terkait dengan sejumlah studi yang telah dilakukan oleh para peneliti sebelumnya. Dalam menyusun penelitian ini, peneliti merujuk pada beberapa karya ilmiah terdahulu seperti skripsi yang relevan, guna mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif terkait topik yang dibahas yaitu:

Pertama, jurnal penelitian yang ditulis oleh Nur Rizky Toybab tahun 2016 yang berjudul “*Dakwah Komunikasi Visual Melalui Akun Instagram @haditsku*”.¹⁵ Dalam jurnal ini menggunakan metode analisis isi kualitatif dan mengklasifikasikan gambar dakwah komunikasi visual terhadap materi dakwah yang mengandung pesan akhlak, akidah, syariah maupun yang memenuhi unsur komunikasi visual dan prinsip keseimbangan. Persamaannya dengan penelitian ini berfokus pada kajian komunikasi visual. Perbedaan penelitian jurnal diatas yaitu Instagram akun @haditsku sedangkan penelitian penulis yaitu menggunakan akun Instagram @dailymuslimahindonesia dalam menyiarkan ajaran Islam.

Kedua, skripsi yang ditulis oleh Irgi Achmad fachrezi tahun 2024 dengan judul “*Analisis Desain Komunikasi Visual Pada Akun Instagram @tarbiyah.generation*”.¹⁶ Hasil penelitian ini adalah setiap tanda visual (ilustrasi, warna, dan garis) dan tanda (teks) yang dimunculkan memiliki makna sesuai dengan konteks yang melatarbelakangi pesan yang disampaikan. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui makna yang terkandung dalam elemen desain komunikasi visual pada akun Instagram @tarbiyah.generation. Kedua penelitian ini memiliki kesamaan yaitu sama-sama berfokus pada komunikasi visual. Untuk perbedaanya terletak pada teori; penelitian Irgi menggunakan teori Ferdinand De Saussure, sedangkan penelitian penulis menggunakan teori analisis semiotika Roland Barthes.

¹⁵ Nur Rizky Toybab, ‘Dakwah Komunikasi Visual Melalui Instagram Akun @haditsku’, *Journal Ilmu Dan Teknik Dakwah*, 04.07 (2016).

¹⁶ Irgi Achmad fachrezi, ‘Analisis Desain Komunkasi Visual Pada Akun Instagram @tarbiyah.Generation’, 2024.

Ketiga, skripsi yang ditulis oleh Warsandi tahun 2016 dengan judul *“Pesan Komunikasi Dakwah Melalui Komunikasi Visual Dalam Fanpage Facebook Naidu Clothing”*.¹⁷ Penelitian ini menggunakan analisis semiotik Roland Barthes yang mengkaji aktivitas komunikasi dakwah menggunakan desain komunikasi visual dalam fanpage facebook Naidu Clothing dan teori perspektif CMC untuk membahas respon pengunjung fanpage facebook Naidu Clothing. Hasil dari penelitian ini menghasilkan kesimpulan yang menunjukkan bahwa prinsip desain komunikasi visual seperti prinsip penekanan (emphasis) dan prinsip kesatuan (unity) telah diaplikasikan dalam tipografi, ilustrasi dan warna disetiap karyanya untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah. Persamaan dengan penelitian ini sama-sama mengkaji desain komunikasi visual, sedangkan perbedaannya terletak pada subjek dan metode analisis penelitian. Pada penelitian Warsandi menggunakan semiotika Roland Barthes untuk membahas bagaimana desain komunikasi visual pada fanpage facebook Naidu Clothing sebagai komunikasi dakwah. Sedangkan penelitian penulis yaitu meneliti komunikasi visual akun Instagram @dailymuslimahindonesia dalam menyiarkan ajaran Islam.

Keempat, skripsi yang ditulis oleh Dwi Askinta tahun 2021 yang berjudul *“Analisis Semiotika Charles Sanders pierce (Komunikasi Visual Dakwah Persuasif Pada Akun Instagram @xkwavers)”*.¹⁸ Penelitian tersebut membahas mengenai makna dakwah dan elemen komunikasi visual pada akun Instagram @xkwavers yang diuraikan menggunakan analisis semiotika milik Charles Sanders Pierce. Persamaan kedua penelitian tersebut terletak pada objek penelitian yaitu Instagram. Perbedaan penelitian tersebut dengan yang dilakukan penulis terletak pada teori yang dimana penelitian Dwi Askinta menggunakan analisis semiotika Charles Sanders Pierce sedangkan penelitian penulis yaitu analisis semiotika Roland Barthes.

¹⁷ Warsandi, ‘Pesan Komunikasi Dakwah Melalui Komunikasi Visual Dalam Fanpage Facebook Naidu Clothing’, 2016.

¹⁸ Dwi Askinita, ‘Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce (Komunikasi Visual Dakwah Persuasif Pada Kartun Instagram @xkwavers’, 2021.

Kelima, Skripsi yang ditulis oleh Fauzan Akbar tahun 2022 dengan judul "*Dakwah Komunikasi Visual Akun Instagram @senimansunnah*".¹⁹ Tujuan penelitian ini untuk menyebarkan konten dakwah dalam bentuk desain visual, sehingga komunikasi yang terjadi menciptakan sebuah artefak budaya yang baru dengan sebutan dakwah komunikasi visual. Penelitian ini memiliki kesimpulan beberapa level analisis media siber terhadap akun @senimansunnah, diantaranya ialah level ruang media, level dokumen media, level objek media, dan level pengalaman media. Persamaan kedua penelitian yaitu sama-sama menggunakan media sosial Instagram. Perbedaannya yaitu terletak pada metode dan teori yang digunakan.

Keenam, Skripsi yang ditulis oleh Ariska Mustafidah tahun 2025 yang berjudul "*Pesan Dakwah Melalui Desain Komunikasi Visual Pada Akun Instagram @dakwahvisual.id*".²⁰ Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengkaji tentang isi pesan dakwah yang terkandung pada konten di akun @dakwahvisual.id. Persamaan penelitian tersebut dengan penulis yaitu sama-sama menggunakan objek penelitian Instagram. Perbedaannya yaitu fokus kajian; penelitian Ariska berfokus pada isi pesan dakwah yang terkandung, sedangkan penelitian penulis berfokus pada komunikasi visual dalam menyiarkan ajaran Islam.

Ketujuh, Skripsi yang ditulis oleh Muhammad Abdurrauf Nasrullah tahun 2023 yang berjudul "*Pesan Dakwah Dalam Desain Komunikasi Visual Akun Instagram @islamposcom*".²¹ Penelitian ini akan mengulas secara mendalam mengenai makna gambar yang berkaitan dengan pesan dakwah dalam poster menggunakan teori analisis semiotika Charles Sanders Peirce serta menggunakan jenis penelitian kualitatif interpretatif dengan dibantu studi pustaka. Persamaan kedua penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan metode

¹⁹ Fauzan Akbar, *Dakwah Komunikasi Visual Akun Instagram @senimansunnah*, 2022.

²⁰ Ariska Mustafidah, 'Pesan Dakwah Melalui Desain Komunikasi Visual Pada Akun Instagram @dakwahvisual.Id', 2025.

²¹ Muhammad aabdurrauf Nasrullah, 'Pesan Dakwah Dalam Desain Komunikasi Viusal Akun Instagram @islamposcom', 2023.

kualitatif. Perbedaan penelitian terkait dengan penelitian penulis yaitu ada pada teori yang digunakan.

Kedelapan, penelitian yang dilakukan oleh Tedy Firmansyah Susanto tahun 2021 yang berjudul “*Desain Visual Dakwah pada Akun Instagram @kata_nabi*”.²² Hasil penelitian menunjukkan bahwa elemen desain berupa ilustrasi, warna, dan tipologi dirancang untuk mendukung penyampaian pesan dakwah dan meneladani hadis Nabi. Elemen-elemen tersebut menciptakan karakter desain yang sederhana, ramah, dan bersahabat. Persamaannya terletak pada fokus penelitian yaitu fokus menganalisis elemen-elemen komunikasi visual. Salah satu hal yang membedakan yakni Tedy menggunakan teori semiotika Charles Sanders Peirce, sedangkan penulis menggunakan teori analisis semiotika Roland Barthes.

Kesembilan, jurnal penelitian yang ditulis oleh Lithfi Hidayah tahun 2023 yang berjudul “*Analisis Desain Komunikasi Visual Dakwah Pada Akun Instagram @nuonlinejatim Sebagai Media Dakwah Di Era Digital*”.²³ Penelitian tersebut mengungkap bahwa desain komunikasi visual mulai banyak diterapkan untuk mempercantik tampilan sehingga memudahkan pembaca dalam memahami isi dari informasi. Di masa serba digital seperti sekarang ini dakwah tidak lagi hanya sebatas ceramah di atas mimbar, tetapi karena adanya perkembangan media komunikasi, cara penyampaian dakwah meluas ke cara-cara yang lebih modern salah satunya melalui desain komunikasi visual. Persamaan kedua penelitian terletak pada metode penelitian. Perbedaan keduanya terletak pada fokus kajian, penelitian Luthfi fokus pada makna pesan dakwah yang disampaikan di media sosial Instagram dengan desain komunikasi visual, sedangkan penelitian penulis berpusat pada makna komunikasi visual dalam menyiarkan ajaran Islam dengan analisis semiotika Roland Barthes.

²² Teddy Firmansyah, *Desain Visual Dakwah Pada Akun Instagram @kata_nabi*, 2021.

²³ Luthfi Hidayah, ‘Analisis Desain Komunikasi Visual Dakwah Pada Akun Instagram @nuonlinejatim Sebagai Media Dakwah Di Era Digital’, *AN-NASHIHA Journal of Broadcasting and Islamic Communication Studies*, 3.1 (2023), 24–37 <<https://doi.org/10.55352/an-nashiha.v3i1.302>>.

Kesepuluh, skripsi dari Farradiba Masysarah tahun 2023 dengan judul *“Dakwah Komunikasi Visual Akun Instagram @rumayshocom”*.²⁴ Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji penggunaan teori dasar desain komunikasi visual terhadap akun Instagram @rumayshocom dalam proses penyampaian pesan dakwah. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif yang menghasilkan data deskriptif dan teori yang digunakan ialah teori dasar desain komunikasi visual. Persamaan keduanya yaitu teori yang digunakan ialah dasar desain komunikasi visual. Perbedaannya terletak pada subjek penelitian; penelitian Farradiba yaitu dakwah komunikasi visual, sedangkan penelitian penulis yaitu komunikasi visual dalam menyiaran ajaran Islam.

Kesebelas, skripsi yang ditulis oleh Nuki Puspitasari tahun 2025 yang berjudul *“Analisis Semiotika Desain Komunikasi Visual Pada Akun Instagram @nuonline_id Sebagai Media Penyebaran Islam”*.²⁵ Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam pembuatan desain konten, NU Online menerapkan prinsip keseimbangan asimetris dan kesatuan (*unity*) pada poster-poster yang dihasilkan, yaitu keselarasan antara tema, tipografi, warna, bentuk, dan elemen lainnya. Persamaan kedua penelitian ini terletak pada metode penelitian yaitu kualitatif. Perbedaan kedua penelitian ini terletak pada teori yang digunakan; penelitian Nuki menggunakan teori analisis semiotika Charles Sanders Peirce, sedangkan penelitian penulis yaitu menggunakan teori analisis semiotika Roland Barthes.

Keduabelas, skripsi yang ditulis oleh Lutfi Rohmawati tahun 2024 dengan judul *“Makna Desain Komunikasi Visual Dalam Akun Instagram @jaringangusdurian (Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure)”*.²⁶ Hasil dari penelitian ini adalah dalam postingan yang diambil, terdapat makna desain komunikasi visual pada akun Instagram @jaringangusdurian melalui elemen-elemen seperti tipologi, ilustrasi atau fotografi, simbol, dan warna dalam setiap

²⁴ Farradiba Maysarah, ‘Dakwah Komunikasi Visual Akun Instagram @rumayshocom’, 2023.

²⁵ Nuki Puspitasari, ‘Analisis Semiotika Desain KOMunikasi Visual Pada Akun Instagram @nuonline_id Sebagai Media Penyebaran Islam’, 2025.

²⁶ Lutfi Rohmawati, ‘Makna Desain Komunikasi Visual Dalam Akun Instagram @Jaringangusdurian (Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure)’, 2024.

sample. Visualisasi dalam postingan tersebut umumnya berupa potret tokoh Gus Dur yang mengandung makna sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan dalam tulisan. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang sedang ditulis oleh peneliti, yaitu sama-sama komunikasi visual namun bedanya pada teori yang digunakan dalam penelitian.

Ketigabelas, skripsi yang ditulis oleh Saiful Effendi tahun 2021 yang berjudul *“Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure Dalam Pesan Dakwah Komunikasi Visual Di Masjid An-Nuur Metro Regensi”*.²⁷ Hasil dari penelitian ini adalah hal yang dilakukan pengelola masjid dalam menggunakan media komunikasi visual sebagai strategi komunikasi dapat meningkatkan ilmu bagi orang banyak yang datang ke masjid an-nuur. Berdasarkan analisis penanda yang dapat disimpulkan bahwa tanda signifier dan tanda signified cukup jelas pemanaannya baik dari sisi pesan visual atau pesan verbal yang disampaikan. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang sedang ditulis oleh peneliti, yaitu sama-sama meneliti tentang komunikasi visual namun perbedaannya tidak menggunakan Instagram dan teori yang digunakan.

Keempatbelas, jurnal penelitian yang ditulis oleh Aqilla Padya Hayya, Dwi Anggrayni, dan Muhammad Fahri tahun 2022 dengan judul *“Komunikasi Visual dakwah Persuasif Pada Akun Instagram @hijabalila Dengan Hastag Freedom99persen Dari Perspektif Semiotika Charles Sanders Peirce”*.²⁸ Hasil penelitian ini adalah sebagian besar unggahan poster freedom99persen dalam akun @hijabalila memadukan unsur ikon, indeks, dan simbol, namun kebanyakan menggunakan unsur ikon dan indeks yang digunakan untuk menginterpretasikan suatu makna dakwah. Penelitian ini memiliki kesamaan yaitu sama-sama berkaitan dengan komunikasi visual namun perbedaannya pada teori yang digunakan penelitian.

²⁷ Saiful Effendi, ‘Analisis Semiotika Ferdinand de Saussure Dakwah Pesan Komunikasi Visual Di Masjid An-Nuur Metro Regensi’, 03.02 (2021).

²⁸ Aqilla Padya Hayya Dkk, ‘Komunikasi Visual Dakwah Persuasif Pada Akun Instagram @hijabalila Dengan Hashtag #Freedom99persen Dari Perspektif Semiotika Charles Sanders Peirce’, *KOLONI: Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 1.3 (2022).

Kelimabelas, skripsi yang ditulis oleh Moeristo Al Ghifany tahun 2024 yang berjudul “*Desain Komunikasi Visual Sebagai Media Dakwah (Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Akun Instagram @otoycohuy)*”.²⁹ Hasil dari penelitian ini adalah terdapat makna dari desain komunikasi visual pada akun tersebut, dan memiliki penanda serta petanda yang mempunyai makna yang berbeda pada setiap elemen desain komunikasi visual, baik itu tipografi, ilustrasi, serta warna namun tujuan sepenuhnya merujuk pada isi pesan dakwahnya yang didalam poster. Penelitian ini memiliki kesamaan yaitu berkaitan dengan desain grafis namun perbedaanya terletak pada makna dari setiap postingan.

G. Sistematika Pembahasan

BAB I menjelaskan tentang pendahuluan yang meliputi latar belakang masalah, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka dan sistematika pembahasan.

BAB II, menjelaskan kerangka teori yang digunakan untuk mendukung penelitian meliputi pengertian komunikasi visual, elemen-elemen komunikasi visual, pengertian media sosial Instagram, fitur-fitur Instagram, pengertian siar ajaran Islam serta aspek nilai-nilai ajaran Islam, dan analisis semiotika Roland Barthes yang meliputi (denotasi, konotasi, dan mitos).

BAB III, menjelaskan metode penelitian yang berisi jenis dan pendekatan penelitian, subjek dan objek penelitian, metode pengumpulan data, dan teknik analisis data, serta teknik analisis data.

BAB IV, menyajikan hasil penelitian analisis konten dari akun Instagram @dailymuslimahindonesia. Kemudian dilakukan pembahasan dengan mengaitkan hasil temuan dengan teori yang telah dijelaskan sebelumnya, khususnya komunikasi visual dalam menyiarkan ajaran Islam berdasarkan analisis semiotika Roland Barthes.

BAB V, berisi kesimpulan dan saran berdasarkan hasil analisis dari penelitian.

²⁹ Moersito Ghifany, ‘Desain Komunikasi Visual Sebagai Media Dakwah (Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Akun Instagram @OtoyCihuy)’, *Skripsi*, 2024, hal. 37-39.

BAB II KAJIAN TEORI

A. Komunikasi Visual

1. Pengertian Komunikasi Visual

Kata atau istilah komunikasi berasal dari bahasa latin, *communication* yang terjemaham berbagi atau menjadi milik bersama. Menurut kamus bahasa, komunikasi mengacu pada suatu upaya yang bertujuan untuk mencapai kebersamaan.³⁰

Secara terminologis, komunikasi berarti proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain. Menurut Harold Lasswel, komunikasi pada dasarnya adalah proses yang menjelaskan siapa, mengatakan apa, melalui saluran apa, kepada siapa, dan dengan akibat apa.³¹ Jadi, komunikasi adalah proses penyampaian pesan (komunikator) kepada penerima pesan (komunikan) melalui media tertentu dan menimbulkan efek atau dampak.

Edwin Emery menyampaikan bahwa komunikasi adalah seni menyampaikan pesan dari satu orang kepada orang lain. Sementara, Carl I. Hovland menyatakan bahwa komunikasi adalah suatu proses dimana seseorang (komunikator) menyampaikan stimulasi (biasanya dalam bentuk kata-kata) bertujuan untuk merubah tingkah laku orang lain. Dari beberapa pengertian tersebut, secara garis besar tujuan komunikasi adalah untuk merubah sikap, pendapat, dan tingkah laku (kognisi, afeksi, dan konasi) penerima pesan, sehingga komunikasn melakukan seperti yang diharapkan oleh komunikator.³²

Komunikasi visual (komunikasi melalui penglihatan) adalah sebuah rangkaian proses penyampaian informasi atau pesan kepada pihak lain dengan penggunaan media penggambaran yang hanya terbaca oleh indera

³⁰ MA dr.Mohd. Rafiq, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, 2018.

³¹ Onong Uchyana effendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: Renaja Rosdakarya, 1993)

³² Didik Hariyanto, *Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi*, 2021.

penglihatan (media visual).³³ Media visual mengkombinasikan seni, lambang, tipografi, gambar, desain grafis, ilustrasi, dan warna dalam penyampaian.

Media visual berfungsi untuk menyalurkan pesan dari sumber ke penerima pesan. Pesan yang akan disampaikan dituangkan ke dalam simbol-simbol visual. Selain itu, fungsi media visual adalah untuk menarik perhatian, memperjelas sajian ide, menggambarkan atau menghiasi fakta yang mungkin akan cepat dilupakan jika tidak divisualkan.

Menurut Kusrianto yang dikutip oleh Nyoman Sriwitari dan I Gusti Nyoman Widnyana dalam buku yang berjudul “Desain Komunikasi Visual”, bahwa desain komunikasi visual adalah suatu disiplin ilmu yang bertujuan mempelajari konsep-konsep komunikasi serta ungkapan kreatif melalui berbagai media untuk menyampaikan pesan dan gagasan secara visual dengan mengelola elemen-elemen grafis yang berupa bentuk dan gambar, tatanan huruf, serta komposisi warna dan *layout* (tata letak/perwajahan). Dengan demikian gagasan bisa diterima oleh orang atau kelompok yang menjadi sasaran penerima pesan.³⁴

Adi Kusrianto mengemukakan istilah-istilah yang berhubungan dengan visual, yaitu:³⁵

- a. *Visual Language*, yakni ilmu yang mempelajari bahasa visual. Visualisasi, yakni kegiatan menerjemahkan atau mewujudkan informasi dalam bentuk visual.
- b. *Visualiser*, yaitu orang yang pekerjaannya menangani masalah visual atau mewujudkan suatu ide kedalam bentuk visual dalam satu proyekdesain.
- c. *Visual Effect*, yakni membuat efek-efek kutipan seolah-olah terjadi suatu keadaan atau kejadian yang sulit dilakukan manusia. Misalnya, munculnya seekor dinosaurus atau monster lain yang luar biasa besarnya,

³³ Ni'mah.

³⁴ Nyoman Sriwitari & I Gusti Nyoman Widnyana, 'Desain Komunikasi Visual', 2014.

³⁵ Adi Kusrianto, 'Pengantar Desain Komunikasi Visual', 2009.

efek seolah-olah manusia sedang mendarat di sebuah planet asing, dan sebagainya.

- d. *Visual Information*, adalah informasi melalui penglihatan, misalnya lambaian tangan, senyuman, baju baru, mobil baru, dan lain-lain.
- e. *Visual Litteracy*, yaitu kumpulan atau daftar karya visual.

2. Elemen-Elemen Komunikasi Visual

Menurut Lia Anggaraini S dan Kirana Nathalia unsur komunikasi visual atau desain komunikasi visual adalah sebagai berikut:³⁶

a. Tipografi

Tipografi merupakan bagian dari desain grafis yang mempelajari berbagai unsur huruf atau font. Huruf-huruf tersebut dibagi ke dalam beberapa kategori yang menggambarkan jenis serta karakteristik masing-masing, sehingga dapat digunakan untuk mendukung tema suatu desain publikasi. Secara umum, tipografi terbagi menjadi dua kelompok berdasarkan penggunaannya, yaitu *text types* dan *display types*. Untuk *text types*, ukuran huruf yang ideal berkisar antara 8 hingga 12 pt (point) dan biasanya dipakai sebagai teks utama (body teks/copy). Sementara itu, *display types* memakai ukuran huruf mulai dari 14 pt (point) ke atas. Adapun beberapa kategori tipografi dapat dikelompokkan sebagai berikut:

1) *Sertif*

Sertif adalah jenis huruf yang memiliki garis kecil pada ujung setiap betuk huruf yang dikenal sebagai counterstroke. Garis-garis ini umumnya berbentuk horizontal dan melekat pada struktur huruf. Keberadaan *sertif* membuat jenis huruf ini dianggap lebih mudah dibaca karena membantu mata mengikuti alur teks. Beberapa contoh font *serif* antara lain *Times new Roman*, *Garamond*, *Book Antiqua*, *Bitstream Vera Serif*, *Palatino linotype*,

³⁶ Lia Anggaraini & Kirana Nathalia, 'Desain Komunikasi Visual; Dasar-Dasar Panduan Untuk Pemula', 2018, pp. 32–40.

Bookman Old Style, Calisto MT, Dutch, Euro Roman, Georgia, Pan Roman, Romantic, Souvenir, Super French dan lainnya.

G a r a m o n d

Gambar 1. 3 Contoh huruf Sertif “Book Antiqua”

2) Sans Sertif

Sans Sertif adalah jenis huruf yang tidak memiliki garis kecil tambahan pada ujung huruf atau yang biasa disebut counterstroke. Ciri khas huruf ini memberikan kesan sederhana, efisien, serta tampil dengan gaya modern dan kontemporer. Beberapa contoh font sans sertif antara lain *Arial, Futura, Avant Garde, Bitstream Vera Sans, Century Gothic*, dan sebagainya.

A r i a l

Gambar 1. 4 Contoh huruf Sans Sertif “Arial”

3) Blok

Huruf *Blok* memiliki bentuk yang tebal serta tampak menonjol. Dengan karakter yang besar dan berat, jenis huruf ini biasanya digunakan untuk menarik perhatian pada judul berita (headline) atau slogan dalam iklan. Contoh font yang termasuk dalam kategori ini antara lain *Haettenschweiler, Futura XBlk BT, Impact, Freshet*, dan lainnya.


I m p a c t

Gambar 1. 5 Contoh huruf Blok “Impact”

4) Script

Huruf *Script* merupakan jenis font yang meniru gaya tulisan tangan, sehingga menghadirkan kesan alami dan personal.


Beberapa contoh huruf ini antara lain *Freeport*, *Freehand575*, *English Vivace*, *Brush Script*, dan lainnya.



Gambar 1. 6 Contoh huruf Script “Brush Script”

5) *Black Letter*

Jenis huruf ini memiliki ciri khas yang kuat dengan tampilan klasik yang membedakannya dari tipe huruf lain, meskipun kini telah muncul banyak variasi baru. Secara umum, masyarakat mengenalnya sebagai huruf bergaya Jerman. Contoh font dalam kategori ini antara lain *Centaurus*, *Antlia*, *Aquarus*, dan lainnya.



Gambar 1. 7 Contoh huruf Black Latteer “Centaurus”

b. Ilustrasi

Ilustrasi berasal dengan istilah latin yaitu *illustrare* yang berarti menerangi atau memperjelas. Menurut *The American Heritage Dictionary of the English Language*, kata *illustrate* dimaknai sebagai upaya memberi pemahaman yang lebih jelas melalui contoh, analogi, atau perbandingan, sekaligus berfungsi sebagai unsur hiasan atau dekorasi. Ilustrasi dapat dipahami sebagai gambar yang diciptakan untuk membantu menyampaikan informasi agar lebih mudah dipahami melalui bentuk visual. Esensi utama dari ilustrasi terletak pada gagasan, pemikiran, dan konsep yang menjadi dasar pesan yang ingin disampaikan lewat gambar tersebut. Ilustrasi juga memiliki beberapa fungsi atau peran tertentu diantaranya yaitu:³⁷

³⁷ Joneta, Witabora. 2012, Oktober. Peran dan Perkembangan Ilustrasi Vol.3 No.2: 660 from *Humaniora Journal Binus University*.

1) Ilustrasi sebagai media informasi

Ilustrasi dapat digunakan sebagai sarana penyampaian informasi karena gambar mampu memberikan penjelasan yang jelas dan efektif. Informasi yang disajikan dalam bentuk visual cenderung lebih mudah dipahami dibandingkan penjelasan dalam bentuk teks saja.

2) Ilustrasi sebagai sarana opini

Dalam dunia editorial, ilustrasi memiliki peranan penting dalam mendukung isi tulisan. Ilustrasi digunakan untuk menyalurkan berbagai gagasan, khususnya pandangan atau opini penulis, sehingga pesan yang ingin disampaikan dapat diterima dengan jelas oleh pembaca.

3) Ilustrasi sebagai sarana bercerita

Ilustrasi berperan besar sebagai media penceritaan, terutama untuk membantu anak-anak yang belum mampu membaca dalam memahami suatu objek atau cerita. Oleh karena itu, ilustrasi menjadi alat yang efektif dalam menyampaikan pesan agar sesuai dan mudah diterima oleh sasaran yang dituju.

4) Ilustrasi sebagai sarana persuasi

Ilustrasi memiliki peran besar dalam memengaruhi audiens, khususnya dalam bidang periklanan. Gambar ilustratif sering digunakan dalam promosi produk untuk menarik perhatian, memperkuat citra merek, serta meningkatkan pengenalan terhadap sebuah perusahaan.

5) Ilustrasi sebagai sarana identitas

Ilustrasi dapat digunakan sebagai media untuk memperkenalkan dan membangun identitas suatu produk atau perusahaan. Melalui ilustrasi, nilai-nilai seperti visi, misi, dan budaya perusahaan dapat ditampilkan secara visual agar mudah dikenali oleh masyarakat.

6) Ilustrasi sebagai sarana desain

Ilustrasi menjadi salah satu unsur penting dalam proses perancangan desain. Sebagai alat komunikasi visual, ilustrasi memiliki hubungan yang erat dengan desain karena keduanya bertujuan menyampaikan pesan dan konsep secara visual dengan cara yang efektif.

c. Bentuk (*Shape*)

Bentuk adalah segala sesuatu yang memiliki diameter, tinggi dan lebar. Bentuk-bentuk dasar yang pada umumnya dikenal adalah bentuk kotak (*rectangle*), lingkaran (*circle*), segitiga (*triangle*), oval (*elips*), dan lain-lain.

Pada desain komunikasi visual, akan mempelajari bentuk dasar dan bentuk turunan. Sementara pada kategori sifat, bentuk dapat dikategorikan menjadi tiga:

1) Bentuk Geometrik

Bentuk geometrik diantaranya ada yang berbentuk kotak berupa kubus, lingkaran memanjang berupa silinder, segitiga berupa limas atau kombinasi antara lingkaran dan segitiga berupa kerucut. Bentuk-bentuk tersebutlah yang sering kita sebut bentuk geometrik, bentuk yang segala sesuatunya dapat diukur.

2) Bentuk Natural

Segala bentuk tersebut dapat berubah dan bertumbuh secara ukuran, serta dapat berubah-ubah dan berkembang, itulah yang dimaksud sebagai bentuk natural, sebagai contoh yakni bunga dan pepohonan.

3) Bentuk abstrak

Bentuk abstrak merupakan bentuk sesuatu yang kasat mata, tidak jelas dan tidak berdefinisi. Apabila dalam bentuk seni, dapat berupa bentuk yang tidak sesuai dengan bentuk aslinya.³⁸

³⁸ Joneta Witabora, 'Peran Dan Perkembangan Ilustrasi', *Jurnal Humaniora*, 3.2 (2012), 664-666.

d. Warna (*Colour*)

Warna merupakan unsur penting dalam objek desain. Warna dapat menampilkan sebuah identitas atau citra yang ingin disampaikan. Warna merupakan salah satu elemen yang dapat menarik perhatian, meningkatkan *mood*, menggambarkan citra dan lainnya. Dalam penggunaan warna kita perlu memperhatikan kesan apa yang ingin kita sampaikan. Berikut makna-makna warna yang dapat dipahami sebagai berikut:³⁹

1) Merah

Merah mempunyai makna karakter yang sangat hati-hati, bersemangat, pedas, berani, cepat, energik, gairah, marah cinta dan bahaya.

2) Hijau

Diartikan sebagai kehidupan, ketenangan, kesegaran, harmoni, alami, sejuk, keabadian serta lingkungan.

3) Pink

Dimaknai dengan warna yang melambangkan cinta, keromantisan, dan eksentrik. Warna pink sering dipresepsikan sebagai warna perempuan atau feminim.

4) Orange

Warna orange melambangkan keceriaan, kehangatan, persahabatan, optimisme. Warna ini memiliki daya tarik yang kuat karena mampu merangsang pandangan mata.

5) Biru

Biru adalah warna langit atau laut yang melambangkan kesan luas pada ruangan, dingin, damai, kesejukan, keyakinan, kesetiaan, kepercayaan, kemurahan hati, dan menenangkan pikiran.

³⁹ Nova Purnama Lisa Armelia dafrina, Fidyati, Firda Abadi, 'Kajian Makna Ornamen Dan Makna Warna Ornamen Umah Pitu Ruang (Studi Kasus Umah Pitu Ruang Di Desa Kemili, Aceh Tengah)', *Jurnal Arsitekno*, 9.1 (2022), 3.

6) Kuning

Warna kuning memiliki makna yaitu kecerahan, kegembiraan, kemeriahan, terang, bersinar, dan ketegasan.

7) Abu-Abu

Warna abu-abu membuat kesan ketenangan, keteduhan, elegen, kebijaksanaan, dan kesederhanaan.

8) Ungu

Ungu adalah warna bangsawan, kekuasaan, keagungan, keindahan, kelembutan, kehangatan, dan keseimbangan.

9) Hitam

Warna yang mengandung kesan kegelapan, misteri, sunyi, penyesalan, dan duka cita.

10) Coklat

Diartikan sebagai warna yang memiliki kesan tua, sederhana, kaya, hangat, kesopanan, kearifan, kebijaksanaan serta kehormatan.

11) Emas

Warna emas memiliki makna keagungan, kemewahan, kemegahan, kemakmuran, dan aktif.

Warna memiliki variasi tone dan kontras yang berbeda-beda, yang dipengaruhi oleh tingkat kecerahan warna serta cara masyarakat mempersepsikan sebuah poster. Tingkat kecerahan warna ditentukan oleh tiga unsur utama, yaitu:

- 1) Hue (Sifat Warna) merujuk pada jenis atau nama warna yang berfungsi untuk memudahkan pengenalan dan pembedaan satu warna dengan warna lainnya.
- 2) Saturation (Intensitas Warna) menunjukkan tingkatan tingkat kekuatan atau kemurnian warna dalam sebuah desain. Warna dengan intensitas tinggi akan terlihat lebih cerah dan menonjol, sedangkan intensitas rendah membuat warna tampak lebih lembut, kusam, atau pudar.

- 3) Value (Nilai Warna) ialah berkaitan dengan tingkat terang dan gelap suatu warna dalam rentang antara putih dan hitam. Warna putih umumnya melambangkan kecerahan, sedangkan hitam menunjukkan kegelapan. Penerapan nilai warna ini dapat dilihat pada poster @dailymuslimahindonesia yang menggunakan warna-warna lembut sehingga menghasilkan tampilan yang nyaman dilihat.

B. Media Sosial Instagram

1. Deskripsi Media Sosial Instagram

Instagram adalah hasil penggabungan dua kata, yaitu *instan* dan *telegram*. *Instan* merujuk pada sesuatu yang bisa dilakukan dengan cepat, sedangkan *gram* berasal dari *telegram* sebuah alat komunikasi yang memungkinkan informasi dikirimkan dengan cepat. Instagram berfungsi sebagai platform media sosial yang memungkinkan penggunaannya untuk membagikan foto dan video.

Aplikasi ini pertama kali dikembangkan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger melalui perusahaan yang mereka bangun sendiri. Kemudahan penggunaan Instagram membuatnya menjadi media informasi yang banyak digunakan oleh pengguna untuk memenuhi kebutuhan mereka. Instagram dipandang sebagai media sosial yang memiliki dampak besar dan menjanjikan, terutama karena kemampuannya untuk menyampaikan informasi dengan efisien dan cepat kepada pengguna.⁴⁰

Instagram menawarkan berbagai fitur interaksi, seperti *comment*, *like*, dan *direct message*, yang menciptakan pengalaman sosial yang lebih personal dan interaktif. Fitur-fitur lain seperti *stories* dan *reels* memberi pengguna opsi untuk berbagi konten yang lebih spontan atau kreatif. Dengan tambahan *tag*, *location*, dan *hashtag*, konten juga bisa menjangkau audiens yang lebih luas, membantu akun-akun personal maupun bisnis untuk memperluas jangkauan dan *engagement* mereka. Instagram kini

⁴⁰ Alfiana Lufanza, 'Analisis Metode Lauh Dalam Menghafal Al-Qur'an Di Akun Instagram @menghafalmetodelauh', 2022.

bukan sekadar aplikasi berbagi foto, tetapi telah berkembang menjadi platform yang kaya dengan fitur-fitur komunikasi visual, tempat berinteraksi, dan membangun komunitas online.⁴¹

2. Fitur-Fitur Media Sosial Instagram

Instagram menyediakan berbagai fitur yang memudahkan penggunanya untuk berbagi informasi dan berinteraksi. Berikut adalah beberapa fitur utama Instagram:⁴²

- a. Profil (*profile*), adalah halaman utama yang berisi informasi pemilik akun, seperti foto profil, bio, dan tautan yang dapat disematkan.
- b. Pengikut (*followers*) dan mengikuti (*following*), adalah sistem Instagram memungkinkan akun lain dan memiliki pengikut. Interaksi antar akun menjadi lebih mudah melalui fitur ini.
- c. *Feed* adalah tempat dimana pengguna dapat mengunggah foto atau video. Pengikut bisa menyukai, mengomentari, menyimpan, dan membagikan postingan. Feed akan tetap ada kecuali dihapus atau diarsipkan.
- d. *Caption*, setiap unggahan dapat diberi keterangan (*caption*), lokasi, dan tanda untuk pengguna lain. Fitur ini membantu memberikan konteks pada konten.
- e. *Hashtag*, adalah tanda pagar (#) yang mempermudah pencarian konten berdasarkan kata kunci tertentu.
- f. Pemberitahuan otomatis, dengan mengaktifkan tanda lonceng, pengguna dapat menerima pemberitahuan tentang aktivitas terbaru dari akun yang diikuti.
- g. Instagram *Stories*, memungkinkan pengguna berbagi cerita berupa foto atau video yang otomatis hilang setelah 24 jam.

⁴¹ Junedi Agustian, 'Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Personal Branding Selebgram @Okvitaandini', 2022, 58–59.

⁴² Wuthia Rachmawati Pamungkas, 'Analisis Strategi Konten Kreatif Di Instagram @bapak2id', 2023, 25–28.

- h. Instagram *Insight*, fitur ini menyediakan data analitik tentang akun, seperti jumlah tampilan profil, jangkauan konten, klik pada tautan, hingga data demografi pengikut.
- i. *Like, Comment, Share*, fitur ini terdapat di setiap unggahan untuk meningkatkan interaksi. Aktivitas ini juga tercatat dalam Instagram *Insight* sebagai metrik engagement.
- j. Instagram *Reels* adalah fitur untuk mengunggah video pendek. Pengguna dapat menambahkan background, menggunakan alat editing, dan membagikan video langsung ke feed.
- k. Instagram *Live*, adalah fitur siaran langsung yang memungkinkan pengguna berinteraksi dengan audiens secara real-time. Penonton bisa memberikan komentar langsung.
- l. *Carousel*, fitur ini memungkinkan pengguna mengunggah beberapa foto atau video dalam satu postingan yang bisa digeser oleh pengikut.
- m. *Tag*, fitur untuk menandai akun lain dalam unggahan, seperti foto, video, reels, atau stories.
- n. *Mention (@)*, adalah fitur untuk menyebut akun lain di caption, komentar, atau stories.

C. Siar Ajaran Islam

1. Pengertian Siar Ajaran Islam

Siar Islam merupakan upaya untuk menyerukan atau menyebarkan ajaran-ajaran Islam yang berpegang pada kalam Allah SWT. Pedoman umat Islam dalam menjalankan hidup hendaknya harus berpegang teguh terhadap Al-Qur'an. Dalam ajaran Islam terdapat sumber pokok yang dijadikan pedoman yaitu Al-Qur'an dan sunnah (hadist). Al-Qur'an dan sunnah sebagai sumber hukum ajaran Islam telah dijadikan pedoman bagi umat Nabi Muhammad SAW dalam kehidupan sehari-hari.⁴³

⁴³ Imam Fathurrohman. *Siar Islam*. Muslim Obsession; Islami dan menginspirasi 2 Januari, 2018.

Dalam pengertian siar Islam yang merupakan upaya untuk menyerukan ajaran agama Islam, menyiarkan Islam bisa berarti mempromosikan Islam, bicara tentang Islam, dakwah Islam, atau apapun yang membuat Islam menjadi besar dan mulia. Oleh karena itu, dalam bahasa arab kegiatan menyiarkan ajaran Islam dikenal dengan istilah dakwah (الدعوة) dalam bentuk masdar, yaitu *da'a*, *yad'u* dan *da'watan*. Dari sudut bahasa, dakwah berarti memanggil, mengajak, mendorong, dan menyampaikan.⁴⁴ Ada pula yang mengartikan kata dakwah dengan memanggil, menyeru dan mengajak, dan ada juga yang mengartikan kata dakwah dengan ajakan, seruan, panggilan, dan undangan. Dengan demikian dakwah dari sudut bahasa berarti menyeru atau mengajak kepada satu perkara, yaitu mengajak manusia kepada jalan Allah SWT, agar mereka dapat menerima dan menjadikan agama islam sebagai asa atau pedoman dalam kehidupan sehari-hari, baik dalam kehidupan berumah tangga, bertetangga dan bermasyarakat, maupun dalam kehidupan berbangsa dan bernegara.⁴⁵

Islam adalah agama dakwah artinya agama yang selalu mendorong pemeluknya untuk senantiasa aktif melakukan kegiatan dakwah. Maju mundurnya umat islam sangat bergantung serta berkaitan erat dengan kegiatan dakwah yang dilakukannya, karena itu Al-Qur'an dalam menyebut kegiatan dakwah dengan sebutan *absanu qaula*. Dengan kata lain bisa disimpulkan bahwa dakwah menempati posisi yang tinggi dan mulia dalam kemajuan agama Islam, tidak dapat dibayangkan apabila kegiatan dakwah mengalami kelumpuhan yang disebabkan oleh beberapa faktor seperti dampak dari era globalisasi yang terjadi, di mana segala informasi masuk dengan begitu cepat dan instan yang sulit untuk dibendung. Umat Islam

⁴⁴ Ulul Aedi, Arsam, dan Asep Amaludin, *Manajemen Dakwah Bitul mal Tazkia Dalam Pengembangan dan Pemberdayaan Masyarakat*. Jurnal Mamba'ul 'Ulum. Vol. 19, No. 1. (2023). Hal. 93.

⁴⁵ Jamanuddin. *Syiar Islam Dalam Masyarakat Suku Talang Mamak*, (Pekanbaru: Asa Riau, 2014), 8-9.

harus dapat memilah dan menyaring berbagai informasi tersebut sehingga tidak bertentangan dengan nilai-nilai Islam.⁴⁶

Pada hakikatnya, ajaran Islam merupakan kumpulan dari berbagai prinsip-prinsip kehidupan ajaran mengenai bagaimana seharusnya manusia dapat menjalankan kehidupannya di dunia yang fana ini, satu prinsip dengan yang lainnya saling terkait sehingga membentuk satu kesatuan yang utuh dan tidak dapat dipisahkan. Bukan bahwa ada satu nilai yang dapat berdiri sendiri. Oleh karena itu, pada dasarnya Islam adalah satu sistem, paket nilai, satu paket yang sering terkait antara satu yang lainnya membentuk teori-teori islam yang baku.⁴⁷

Tujuan dakwah melalui media sosial adalah karena saat ini hampir semua kalangan masyarakat baik pemuda, orang dewasa, maupun lansia sudah memiliki dan menggunakan media sosial. Melalui platform ini, pesan-pesan dakwah yang berisi nilai moral, motivasi positif, dan ajakan untuk memperkuat keimanan kepada Allah dapat disampaikan dengan lebih luas. Selain itu, konten dakwah yang diunggah biasanya dikemas dengan topik yang menarik sehingga lebih mudah diterima oleh audiens.

Ajaran Islam dilihat dari dua segi yaitu nilai normatif dan nilai operatif, dalam pandangan Kupperman nilai normatif adalah standar atau patokan norma yang menitikberatkan pada pertimbangan benar atau salah, baik atau buruk, diridhoi atau tidak diridhoi, hak dan batil yang mempengaruhi manusia untuk menentukan pikirannya diantara cara-cara tindakan alternatif. Nilai normatif ini mencerminkan pandangan dari seorang sosiologi dengan penekanan utamanya yaitu norma sebagai faktor eksternal yang dapat berpengaruh pada tingkah laku manusia.⁴⁸

⁴⁶ M. Munawir, dkk. *Metode Dakwah* (Jakarta : Prenada Media, 2009), 4-5.

⁴⁷ Fuad Amsyari, *Islam Kaffah Tantangan Sosial dan Aplikasinya di Indonesia*, (Jakarta: Gema Insan Press, 1995), h. 22

⁴⁸ Rohmad Mulyana, *Mengartikulasikan Pendidikan Nilai*, cet. Ke-2 (Bandung:Alfabeta, 2004), h. 9.

2. Tujuan Dakwah Dalam Ajaran Islam

Tujuan dakwah adalah hasil akhir yang ingin dicapai dari kegiatan dakwah. Tujuan ini bisa tercapai jika setiap rencana dan tindakan dakwah diarahkan dengan jelas. Dalam dakwah, tujuan menjadi hal penting karena menunjukkan apa yang ingin dicapai dari kegiatan tersebut. Oleh karena itu, para pelaku dakwah harus memahami tujuan dengan baik agar kegiatan yang dilakukan tidak berjalan tanpa arah. Tujuan juga berfungsi sebagai pedoman atau arah dalam berdakwah. Tanpa tujuan yang jelas, kegiatan dakwah bisa menjadi tidak efektif dan tidak memiliki makna.⁴⁹

3. Unsur Dakwah Dalam Ajaran Islam

Dalam kegiatan dakwah yang berupa ajakan, terdapat proses penyampaian pesan. Dalam proses tersebut, ada beberapa unsur penting yang harus ada, yaitu unsur-unsur dakwah Adalah sebagai berikut:⁵⁰

a. Subjek Dakwah

Subjek dakwah (da'i atau komunikator) adalah pihak yang menyampaikan pesan dakwah. Peran subjek dakwah sangat penting karena menentukan berhasil atau tidaknya kegiatan dakwah. Oleh karena itu, seorang da'i atau lembaga dakwah harus mampu menjalankan perannya secara profesional. Dakwah dapat dilakukan secara individu maupun kelompok, namun keduanya tetap membutuhkan profesionalisme. Selain itu, keberhasilan dakwah juga dipengaruhi oleh kesiapan subjek dakwah, seperti penguasaan materi, pemilihan metode, penggunaan media, serta pemahaman terhadap kondisi psikologis audiens.

b. Metode Dakwah

Metode dakwah adalah cara menyampaikan pesan Islam kepada individu, kelompok, maupun masyarakat agar mudah diterima. Metode

⁴⁹ Anggit Yuliyanti, Wiwit Mustaqim, Atipa Muji, dan Siti Nurmahyati, Dakwah Menggunakan Aplikasi Tik Tok (Analisis Isi Pesan Dakwah Pada Akun Tik Tok @ustadz_hilman_Faidzin). *Merdeka Indonesia Journal Internasional (MIJI)*, Vol. 4, No. 1. 2024. Hal. 231.

⁵⁰ Siti Nurmahyati, Dakwah dan Pemberdayaan Perempuan. *Jurnal KOMUNIKA*, Vol. 10, No. 1. (2016).

ini harus disesuaikan dengan kondisi dan karakter mad'u (penerima dakwah). Dalam praktiknya, dakwah dapat dilakukan melalui berbagai cara seperti dakwah lisan, tulisan, maupun perbuatan nyata. Selain itu, pendekatan seperti hikmah, mauidzah hasanah, dan mujadalah juga perlu digunakan secara tepat. Di era modern, dakwah tidak cukup hanya menggunakan metode tradisional, tetapi perlu menyesuaikan dengan perkembangan zaman. Oleh karena itu, pemilihan metode yang tepat sangat berpengaruh terhadap keberhasilan dakwah.

c. Media Dakwah

Menurut Moh. Ali Aziz dalam bukunya *Ilmu Dakwah*, media dakwah dibagi menjadi tiga jenis. Pertama, *spoken words*, yaitu media berupa ucapan atau suara yang didengar, seperti radio dan telepon. Kedua, *printed writing*, yaitu media dalam bentuk tulisan atau gambar yang dapat dilihat, seperti buku, poster, atau lukisan. Ketiga, *audio visual*, yaitu media yang dapat dilihat dan didengar sekaligus, seperti televisi, film, dan video.

d. Materi Dakwah

Materi dakwah (*madah ad-da'wah*) adalah isi pesan yang disampaikan dalam dakwah Islam. Pesan tersebut sebaiknya disampaikan dengan cara yang menarik dan tidak membosankan, agar dapat membuat sasaran dakwah tertarik untuk mempelajari ajaran Islam lebih jauh. Dengan begitu, mereka dapat memahami ajaran Islam secara lebih mendalam dan meningkatkan pengetahuan serta pengalaman keagamaannya.

e. Objek Dakwah

Objek dakwah (*mad'u* atau *audiens*) adalah masyarakat yang menerima pesan dakwah, baik individu maupun kelompok. Masyarakat ini memiliki latar belakang, tingkat pemahaman, dan kondisi yang berbeda-beda. Oleh karena itu, seorang da'i perlu memahami siapa yang menjadi sasaran dakwahnya serta bagaimana karakter mereka. Dengan memahami hal tersebut, pesan dakwah dapat disampaikan

dengan cara yang tepat sehingga lebih mudah dipahami dan diterima oleh mad'u.

4. Aspek Nilai-Nilai Ajaran Islam

Adapun aspek inti nilai-nilai ajaran Islam dapat dibagi menjadi empat jenis, yaitu:⁵¹

- a. Nilai-Nilai Ibadah, yaitu konsep nilai-nilai yang akan melahirkan manusia-manusia yang adil, jujur, dan suka membantu sesamanya.
- b. Nilai-Nilai Aqidah, yaitu nilai yang mengajarkan manusia agar percaya akan keberadaan Allah Yang Maha Esa dan Yang Maha Kuasa sebagai pencipta bumi, alam semesta dan seisinya yang akan selalu memperhitungkan dan mengawasi segala perbuatan dan tingkah laku manusia di dunia.
- c. Nilai-Nilai Akhlak, yaitu nilai-nilai yang mengajarkan ke pada manusia untuk bersikap dan berperilaku yang baik sesuai norma atau adab yang benar dan baik, sehingga akan membawa pada kehidupan manusia yang tentram, damai, harmonis, dan seimbang.
- d. Nilai-Nilai Syariah, yaitu prinsip hidup yang bersumber dari ajaran islam, seperti keadilan, kejujuran, amanah, dan tanggung jawab, yang menjadi pedoman dalam berperilaku dan mengambil keputusan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa nilai-nilai ajaran Islam adalah nilai-nilai yang mampu membawa seluruh umat manusia pada kesejahteraan, kebaahagiaan, dan keselamatannya baik di dalam kehidupan dunia maupun di akhirat kelak. Nilai-nilai dalam ajaran agama Islam ini membuat aturan-aturan langsung dari Allah yang diantaranya meliputi aturan-aturan yang mengatur mengenai hubungan manusia pada Allah, hubungan manusia dengan manusia, serta hubungan secara keseluruhan dengan alam. Manusia sejatinya akan mengalami ketidakharmonisan, ketidaknyamanan, ketidaktentraman, juga mengalami berbagai permasalahan dalam kehidupannya, ketika dalam mewujudkan hubungan-

⁵¹ Zulkarnain, Transformasi Nilai-Nilai Pendidikan Islam, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), h. 45

hubungan tersebut terjadi ketimpangan atau tidak mengikuti berbagai sesuai ketetapan Allah SWT.

D. Analisis Semiotika Roland Barthes

1. Pengertian Semiotika

Secara etimologi, semiotika berasal dari kata Yunani *semeion* yang berarti tanda. Tanda sendiri didefinisikan sebagai sesuatu yang berdasarkan kesepakatan sosial yang telah terbentuk sebelumnya dianggap dapat mewakili sesuatu yang lain. Semiotika, didefinisikan sebagai studi tentang tanda-tanda, yang pada dasarnya adalah analisis terhadap sistem atau kode yang memungkinkan kita untuk melihat *entitasentitas* tertentu sebagai tanda atau sebagai sesuatu yang memiliki makna. Tanda-tanda (*sign*) merupakan dasar utama dari semua bentuk komunikasi. Littlejohn juga menyatakan bahwa melalui tanda-tanda, manusia dapat berkomunikasi satu sama lain dan menyampaikan berbagai hal di dunia ini. Dalam kajian komunikasi modern, terdapat dua jenis semiotika yang dibedakan, yaitu semiotika komunikasi dan semiotika signifikansi. Semiotika komunikasi berfokus pada teori tanda, yang mencakup enam faktor utama dalam komunikasi, yaitu pengirim, penerima, koda (sistem tanda), pesan, saluran komunikasi, dan acuan atau objek yang dibicarakan. Sementara itu, Semiotika signifikansi lebih menekankan pada teori tanda dan pemahamannya dalam konteks tertentu.⁵²

2. Tahapan Petanda Menurut Roland Barthes

Model semiotika Roland Barthes memperkenalkan dua konsep utama, yaitu penanda dan petanda. *Signifier* (penanda) adalah aspek yang memberikan makna, atau memberi status kepada sebuah simbol, sehingga simbol tersebut dapat dimaknai. Sedangkan *Signified* (petanda) merupakan aspek general dimana makna tersebut diberikan suatu simbol.

⁵² Nurdin, 'Analisis Semiotik Roland Barthes Terhadap Busana Rimpu Wanita Bima', *Jurnal Ilmiah Mandala Education*, 7.3 (2021), 699–707 <<https://doi.org/10.58258/jime.v7i3.2670>>.

Tatanan petanda menurut Roland Barthes, yaitu:

a. Denotasi

Denotasi dapat dikatakan sebagai landasan kerja saussure. Tatanan ini dianggap sebagai relasi antara penanda dan petanda pada tanda. Dan antara tanda dengan referennya dalam realitas eksternal. Misalnya dari kata “dasi” denotasi dari dasi adalah atribut garmen yang digunakan di leher. Denotasi dapat dikatakan sebagai makna sesungguhnya atau sebuah peristiwa yang tampak oleh panca indera.⁵³

b. Konotasi

Konotasi merupakan tatanan pertanda kedua. Konotasi digunakan ketika tanda bertemu dengan emosi atau perasaan. Penggunaannya dan nilai-nilai budayanya. Faktor yang paling penting pada konotasi adalah menentukan dimana penanda dalam tatanan pertama. Untuk kata yang sama yakni dasi, dasi adalah atribut pekerja kantoran yang dikenakan pada saat kerja atau pada saat acara resmi.

Pemaknaan konotasi dapat diperluas dengan adanya tanda melalui nada cara berbicara, suara, nilai yang dikatakan, perasaan. Konotasi mungkin dapat bersifat sosial. Namun, konotasi sebagian besar bersifat arbitrer, spesifik pada budaya tertentu meski seringkali juga memiliki dimensi ikonik.

c. Mitos

Mitos adalah cara berpikir kebudayaan tentang sesuatu hal. Mitos sebagai mata rantai dari konsep-konsep terkait. Apabila konotasi merupakan pemaknaan tatanan kedua dari petanda.⁵⁴

Berikut ini peta Roland Barthes dalam merancang tanda bekerja dan memperoleh makna:

⁵³ Arif Budi Prasetya, *Analisis Semiotika Film dan Komunikasi*, (Malang: PT Cita Intrans Selaras, 2019), Hlm. 14

⁵⁴ Airlangga Jamallulail dkk, ‘Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Poster Iklan Floridina Coco’, *Seminar Nasional Desain Dan Media*, 2023, 91–93.

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

Dari peta Barthes di atas terlihat bahwa tanda denotatif (3) terdiri atas penanda (1) dan petanda (2). Akan tetapi, pada saat bersamaan tanda denotatif adalah juga penanda konotatif (4). Dari semua penanda konotatif akan memunculkan petanda konotatif yang kemudian akan melandasi munculnya tanda konotatif. Barulah konotasi tersebut muncul untuk menemukan leksia yang akan dijadikan tanda.⁵⁵

Semantik merupakan cabang dari linguistik yang secara khusus mempelajari makna dalam bahasa. Fokus utamanya adalah bagaimana kata, frasa, dan kalimat menghasilkan makna, baik secara denotatif (makna sebenarnya) maupun konotatif (makna tambahan). Semantik lebih menekankan pada sistem bahasa itu sendiri, seperti hubungan makna antar kata, perubahan makna, serta interpretasi makna dalam struktur kalimat. Sementara itu, semiotik adalah kajian tentang tanda dan sistem tanda secara lebih luas, tidak terbatas pada bahasa verbal saja. Dalam semiotika, segala sesuatu yang dapat mewakili makna seperti gambar, warna, simbol, gestur, hingga visual desain yang dianggap sebagai tanda. Tokoh penting dalam kajian ini antara lain Ferdinand de Saussure dan Charles Sanders Peirce, yang menjelaskan bagaimana tanda bekerja melalui hubungan antara penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*), serta bagaimana makna diproduksi dan dipahami oleh

⁵⁵ Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, (Bandung: Pt. Remaja Rosdakarya, 2-17), hal. 69.

audiens.⁵⁶ Secara ringkas dapat dijelaskan mengenai perbedaan antara semantik dan semiotik sebagai berikut:⁵⁷

1. Ruang lingkup: Semantik terbatas pada bahasa. Ini menelaah hubungan antara tanda dengan hal-hal yang ditandainya. Sedangkan semiotik mencakup semua bentuk tanda secara umum, mencakup tanda verbal dan nonverbal.
2. Objek kajian: Semantik mengkaji makna kosakata, tata bahasa dan literal (denotatif), sedangkan semiotik mengkaji makna dalam tanda, simbol dalam konteks yang lebih luas, termasuk media, isyarat, citra, dan budaya.
3. Karakteristik tanda: Semantik fokus pada makna yang bersifat stabil dan konvensional. Sementara semiotik fokus pada bagaimana makna dibangun melalui konteks budaya dan interpretasi.
4. Contoh: Semantik menganalisis kata "kursi" sebagai tempat duduk. Sementara Semiotik menganalisis "kursi" sebagai simbol kekuasaan atau jabatan.

Secara umum, Ferdinand de Saussure memandang semiotika sebagai studi tentang tanda dalam sistem bahasa. Ia membagi tanda menjadi dua unsur utama, yaitu *signifier* (penanda), yakni bentuk fisik seperti kata, bunyi, atau gambar, dan *signified* (petanda), yaitu konsep atau makna yang diwakili. Hubungan antara penanda dan petanda bersifat arbitrer (sewenang-wenang), artinya tidak ada hubungan alami antara keduanya, melainkan berdasarkan kesepakatan sosial. Fokus Saussure lebih struktural pada bahasa sebagai sistem tanda dalam masyarakat. Menurutnya, setiap tanda terdiri dari dua bagian, yaitu penanda (bentuk fisik seperti kata atau bunyi) dan petanda (makna atau konsep dalam pikiran).

⁵⁶ Fitria Amalia dan Astri Widyaruli anggraeni, *Semantik Konsep dan Contoh Analisis*. MADANI, 2017.

⁵⁷ Nisaul Zahra, Yuni Sonia, dkk, *Semantik Dalam Bahasa Indonesia*. *Jurnal Ilmu Pendidikan, Bahasa, Sastra dan Budaya*, Vol. 2, No. 6. (2024).

Saussure hanya melihat makna pada tingkat denotasi, yaitu makna harfiah atau sesuai kamus. Ia tidak membahas makna yang lebih dalam seperti konotasi atau mitos. Pendekatannya bersifat statis karena menekankan pada struktur bahasa (*langue*), yaitu aturan dan kesepakatan sosial yang membuat tanda bisa dipahami bersama. Jadi, makna dianggap berasal dari sistem bahasa itu sendiri, bukan dari pengalaman atau budaya secara luas.⁵⁸

Sementara itu, pendekatan semiotika yang dikembangkan oleh Roland Barthes berfokus pada kajian kebudayaan, mitos, serta tanda-tanda yang hadir dalam teks maupun media. Berangkat dari konsep dasar tanda menurut Ferdinand de Saussure, Barthes kemudian mengembangkannya menjadi sistem signifikasi dua tingkat (*two order of signification*) yang memungkinkan analisis makna secara lebih mendalam.

Pada tingkat pertama, yaitu denotasi, tanda dimaknai secara langsung dan eksplisit sesuai dengan apa yang tampak di permukaan. Makna ini bersifat objektif dan cenderung disepakati secara umum oleh masyarakat. Namun, Barthes menekankan bahwa makna tidak berhenti pada tahap ini. Tanda kemudian memasuki tingkat kedua, yaitu konotasi, di mana makna berkembang menjadi lebih kompleks karena dipengaruhi oleh emosi, nilai budaya, serta pengalaman subjektif individu atau kelompok. Dalam analisisnya, Barthes menunjukkan bahwa makna konotatif yang terus diulang dalam berbagai representasi media dapat mengalami proses “naturalisasi”. Artinya, makna tersebut seolah-olah dianggap sebagai sesuatu yang wajar, alami, dan tidak dipertanyakan lagi. Pada titik inilah terbentuk apa yang disebut sebagai mitos. Mitos bukan sekadar cerita tradisional, melainkan sebuah sistem

⁵⁸ Sobur, Alex, *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya. 2009

makna yang mengandung ideologi tertentu dan berfungsi untuk mempertahankan nilai-nilai dominan dalam masyarakat.⁵⁹

Menurut Barthes, Mitos adalah suatu fakta yang memiliki karakteristik tertentu, yaitu bersifat defomatif, memiliki tujuan tertentu, dan bermuatan motivasi. Mitos berfungsi sebagai penanda dalam suatu masyarakat dan berkembang dari makna konotasi. Dalam pandangan barthes, konotasi yang berkembang dan mengakar dalam suatu komunitas pada akhirnya berubah menjadi mitos. Dalam konteks ini, konotasi dianggap sejalan dengan mekanisme ideologi, yang kemudian disebut sebagai mitos, mitos menunjukkan kepada keyakinan berperan dalam membantu memahami pengalaman dalam sebuah budaya.⁶⁰ Sebuah teks dapat ditafsirkan dengan berbagai cara sesuai dengan pola pikir individu. Makna denotatif beroperasi pada tingkat pertama dalam proses pemaknaan. Sementara itu, pada tahap penandaan kedua, muncul konotasi dan mitos. Pada tingkat kedua, penanda (signifer) membentuk konotasi, sedangkan petanda (signified) menghasilkan mitos. Menurut Roland Barthes, mitos dalam perspektif semiotika merupakan proses pengkodean makna dan nilai sosial yang sebenarnya bersifat arbiter atau konotatif sehingga tampak sebagai sesuatu yang wajar atau alami.⁶¹

Tanda → Denotasi → Konotasi (kode) → Mitos

Tingkatan tanda Roland Barthes

Menurut Lecthe, tujuan analisis Barthes tidak sekadar membentuk sistem klasifikasi unsur-unsur naratif yang bersifat formal, tetapi lebih menekankan bahwa tindakan yang tampak logis, detail yang

⁵⁹ Vina siti dan Muhammad Rayhan Bustam, *Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Sampul Buku Five Little Pigs karya Agatha Christie*. Mahadaya, Vol. 2, No. 2. 2022

⁶⁰ Nofia Natasari, 'Unconfirmed 908465.Crdownload', *Jurnal*, 2021, hlm 93-101.

⁶¹ Yudhistya Ayu Kusumawati dkk, 'Makna Kecantikan Pada Iklan Televisi Kosmetik Berlabel Halal (Studi Kasus: Mazaya Divine Beauty)', *Jurnal Sositologi*, 15.1 (2016), 96-105 <<https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2016.15.1.9>>.

terlihat menyakinkan, atau teka-teki yang tampak menarik sebenarnya adalah konstruksi buatan, bukan cerminan realitas. Menurut konsep Barthes, tanda konotatif tidak hanya memiliki makna tambahan, tetapi juga mencakup kedua elemen tanda denotatif yang menjadi dasar keberadaannya. Kontribusi Barthes ini sangat berharga penandaan pada tingkat denotatif.⁶²

Pada dasarnya, terdapat perbedaan antara denotasi dan konotasi dengan cara Barthes memahami keduanya. Dalam semiologi Barthes dan para pengikutnya, denotasi dianggap sebagai sistem signifikasi tingkat pertama, sedangkan konotasi berada pada tingkat kedua. Dalam konteks ini, denotasi justru lebih dikaitkan dengan makna yang tertutup. Sebagai bentuk perlawanan terhadap sifat denotasi yang dianggap menekan, Barthes berupaya untuk menolaknya dan mengesampingkannya. Baginya yang ada hanyalah konotasi lebih lanjut mengatakan bahwa makna “harfiah” merupakan sesuatu yang bersifat alamiah.⁶³

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

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

⁶² Fadila, ‘Pesan Dakwah Dalam Karakter Anime Pada Akun Instagram @arielsyafrin’. Skripsi (2023), hlm. 68

⁶³ Fadila, ‘Pesan Dakwah Dalam Karakter Anime Pada Akun Instagram @arielsyafrin’. Skripsi (2023), hlm. 69

berusaha menganalisis sistem dan aturan yang menjadikan tanda-tanda tersebut bermakna. Dengan kata lain, semiotika meneliti hubungan antara komponen-komponen tanda serta keterkaitannya dengan masyarakat yang menggunakannya. ⁶⁴



⁶⁴ Damayanti Rini, 'Diksi Dan Gaya Bahasa Dalam Media Sosial Instagram', *Jurnal Widyaloka Ikip Widya Darma*, Vol.5.No.3 (2018), hlm 261-278.

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian dan Pendekatan Penelitian

Menurut Bogdan dan Taylor yang dikutip oleh Nugrahani, penelitian kualitatif ialah jenis penelitian yang berfokus pada pemahaman mendalam terhadap suatu peristiwa, perilaku, atau pengalaman manusia melalui data yang berbentuk kata-kata, baik yang ditulis maupun diucapkan. Pendekatan ini lebih menekankan pada makna di balik tindakan atau ucapan seseorang, bukan sekedar angka atau statistik. Penelitian kualitatif biasanya terlibat langsung dalam proses pengumpulan data agar bisa memahami konteks secara menyeluruh.⁶⁵

Sasaran pada penelitian ini adalah tentang komunikasi visual akun instagram @dailymuslimahindonesia dalam menyiarkan ajaran Islam, maka peneliti menggunakan penelitian kualitatif yang dapat menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau kata-kata yang bersumber dari objek yang sedang diteliti karena bertujuan untuk memahami makna simbolik dari konten visual. Dalam penelitian akan meneliti tentang bagaimana komunikasi visual akun Instagram @dailymuslimahindonesia dalam menyiarkan ajaran Islam berdasarkan analisis semiotika Roland Barthes.

Dalam pendekatan ini peneliti menggunakan pendekatan analisis semiotika Roland Barthes karena untuk menganalisis tanda-tanda visual yang terdapat dalam konten Instagram @dailymuslimahindonesia. Pendekatan ini menitikberatkan pada pemaknaan tanda melalui tiga tahap yaitu, denotasi, konotasi, dan mitos. Pendekatan ini relevan karena konten Instagram sebagai media visual sarat dengan tanda dan simbol yang membentuk makna tertentu. Dengan menggunakan analisis semiotika Roland Barthes, penelitian ini dapat mengungkap bagaimana ajaran islam direpresentasikan dan disiarkan melalui komunikasi visual akun Instagram @dailymuslimahindonesia.

⁶⁵ Marinu Waruwu and others, 'Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif Dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)', 7 (2023), 2896–2910.

B. Waktu Penelitian

Penelitian ini berfokus pada analisis komunikasi visual pada akun Instagram @dailymuslimahindonesia dalam menyiarkan ajaran Islam. Penelitian dilaksanakan dalam rentang waktu bulan Oktober 2025-Maret 2026.

C. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini merujuk pada sumber data atau informasi yang diperoleh dan memberikan penjelasan kepada peneliti. Dalam penelitian ini, subjek yang diteliti adalah akun Instagram @dailymuslimahindonesia yang dikelola oleh Putri Pratiwi. Sedangkan objek penelitian adalah sesuatu yang ditentukan oleh peneliti sebagai bahan kajian untuk dianalisis guna mendapatkan suatu kesimpulan. Biasanya, objek penelitian menjadi pusat perhatian dalam studi yang sedang dilakukan. Penelitian ini fokus pada 10 unggahan pada periode Januari sampai Desember 2025 dari akun Instagram @dailymuslimahindonesia yang menyiarkan ajaran Islam. Unggahan tersebut dipilih karena memiliki keunikan serta keunggulan berdasarkan respon audiens, seperti pesan dakwah, jumlah like dan komentar, kemudian dianalisis menggunakan analisis semiotika Roland Barthes.

D. Sumber Data Penelitian

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang didapatkan langsung dari sumbernya tanpa melalui perantara.⁶⁶ Data primer ini didapat dari sumber pertama, sehingga data yang diolah penulis, yaitu dengan menganalisis gambar visual pada akun Instagram @dailymuslimahindonesia, penulis akan mengamati dengan seksama serta memahami gambar visual yang dibuat sesuai dengan ajaran islam.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang tidak didapatkan secara langsung dari lapangan oleh peneliti, akan tetapi data yang sudah

⁶⁶ Sugiyono, 'Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D | Perpustakaan Universitas Gresik', Bandung: Alfabeta., 2013, 2013, p. 456 <https://digilib.unigres.ac.id/index.php?p=show_detail&id=43>.

dikumpulkan dan dipublikasikan oleh pihak lain. Data ini bisa berasal dari buku, jurnal, artikel, laporan penelitian, dokumen lembaga, data instansi pemerintah, atau sumber online yang terpercaya.

E. Metode pengumpulan Data

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

1. Observasi

Teknik observasi ini sering digunakan dalam penelitian kualitatif. Saat menerapkan teknik ini, penglihatan atau pengenalan visual digunakan sebagai alat utama. Informasi yang diperlukan dapat diperoleh dari catatan lapangan yang lebih mengutamakan penglihatan. Penelitian ini menggunakan observasi non-pertisipan, dimana pengamatan langsung mengamati objek penelitian tanpa menggunakan metode lain. Observasi non-pertisipan ini diterapkan ketika peneliti tidak terlibat secara langsung atau tidak ikut serta dalam aktivitas yang dilakukan oleh subjek penelitian.⁶⁷ Pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan metode observasi non-partisipan. Dimana teknik pengamatannya dilakukan pada beberapa postingan visual yang di unggah oleh akun Instagram @dailymuslimahindonesia.

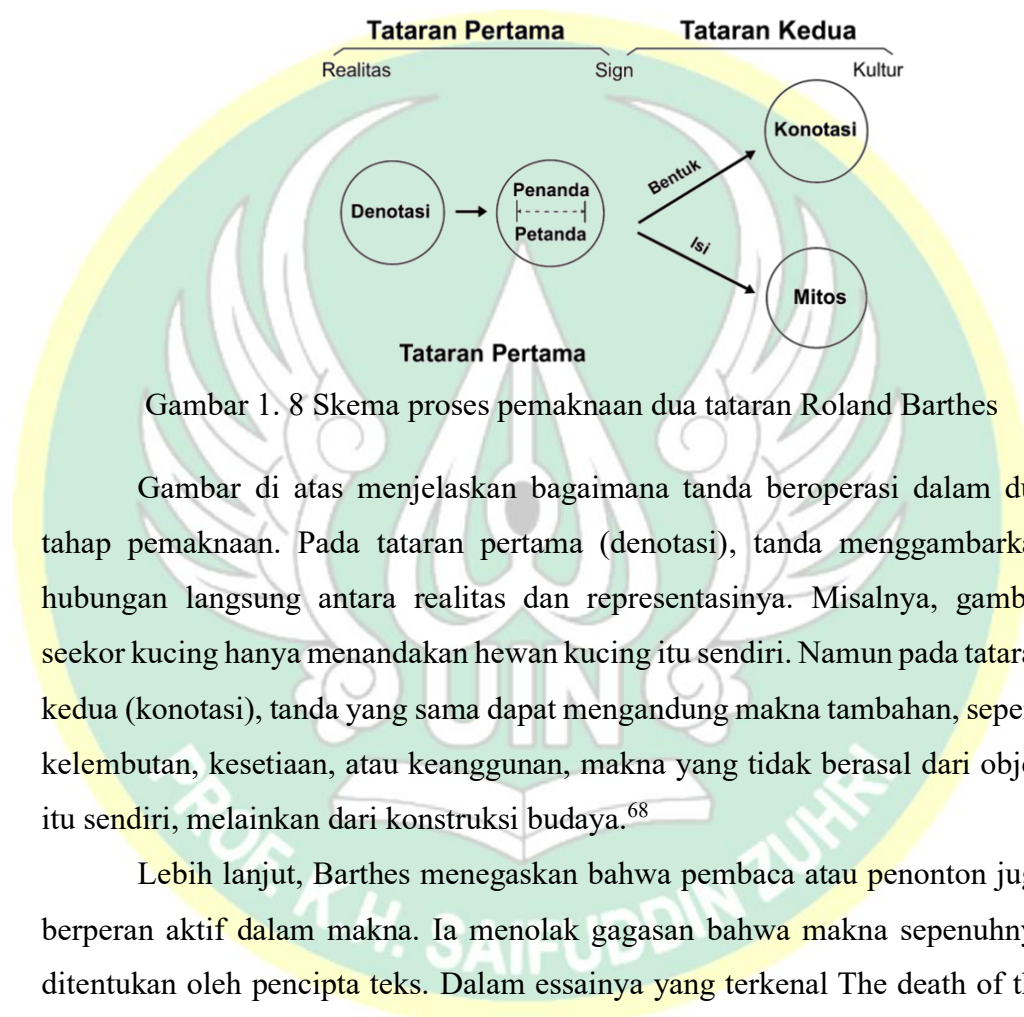
2. Dokumentasi

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

⁶⁷ Ilham Agustian, Harius Eko Saputra, and Antonio Imanda, 'Pengaruh Sistem Informasi Manajemen Terhadap Peningkatan Kualitas Pelayanan Di Pt. Jasaraharja Putra Cabang Bengkulu', *Profesional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 6.1 (2019), 42–60 <<https://doi.org/10.37676/profesional.v6i1.837>>.

F. Teknik Analisis Data

Setelah memahami struktur dasarnya, Barthes kemudian menggambarkan proses pembentukan makna secara lebih dinamis melalui dua tataran signifikansi seperti pada gambar berikut:



Gambar 1. 8 Skema proses pemaknaan dua tataran Roland Barthes

Gambar di atas menjelaskan bagaimana tanda beroperasi dalam dua tahap pemaknaan. Pada tataran pertama (denotasi), tanda menggambarkan hubungan langsung antara realitas dan representasinya. Misalnya, gambar seekor kucing hanya menandakan hewan kucing itu sendiri. Namun pada tataran kedua (konotasi), tanda yang sama dapat mengandung makna tambahan, seperti kelembutan, kesetiaan, atau keanggunan, makna yang tidak berasal dari objek itu sendiri, melainkan dari konstruksi budaya.⁶⁸

Lebih lanjut, Barthes menegaskan bahwa pembaca atau penonton juga berperan aktif dalam makna. Ia menolak gagasan bahwa makna sepenuhnya ditentukan oleh pencipta teks. Dalam esainya yang terkenal *The death of the Author*, Barthes menyatakan bahwa makna lahir dari interaksi antara teks dan pembacanya.⁶⁹ Dengan demikian, dalam kajian semiotika, makna bersifat terbuka, dapat dinegosiasikan, dan tidak pernah tunggal. Hal ini sejalan dengan

⁶⁸ Mulyazir dan Muhammad Fadhilah, "Konsep Semiotika Roland Barthes Dan Aplikasinya Terhadap Kajian Al-Qur'an," *Al-Fathanah* 3, No. 1, April, 2023.

⁶⁹ Kalyanarga Rizal, Haq Mochamad Ziaul, dan Mustika Andini, "Cinematology: Journal Anthology Of Film and television Studies Analisis Semiotik Framing Visual dan Auditori Dalam Seni Film," *Cinematology: Journal Anthology Of Film And Television Studies* 5, No. 2, 2025: 115-129.

pandangan semiotika modern yang menempatkan audiens sebagai bagian dari proses interpretasi tanda.

Melalui pemikirannya ini, Roland Barthes berhasil membawa semiotika keluar dari ranah linguistik murni menuju analisis budaya dan media. Ia menunjukkan bahwa bahasa dan tanda bukanlah alat yang netral, melainkan sarana untuk membentuk realitas sosial.⁷⁰ Melalui karyanya, Barthes membuka ruang bagi peneliti komunikasi, sastra, dan film untuk memahami bagaimana makna dibangun, disebarkan, dan dipertahankan melalui sistem tanda dalam kehidupan sehari-hari.



⁷⁰ Barthes, *Elemen-Elemen Semiologi*, 2012, hal. 20.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Akun Instagram @dailymuslimahindonesia

Akun Instagram dengan nama pengguna @dailymuslimahindonesia merupakan salah satu akun yang memanfaatkan desain grafis sebagai bentuk utama kontennya. Akun ini tidak hanya menonjolkan sisi visual, tetapi juga menyampaikan pesan dakwah islam secara kreatif. Pesan dakwah tersebut disajikan dalam bentuk teks berupa kutipan yang dipadukan dengan elemen visual atau ilustrasi bergaya modern, sehingga konten yang diunggah lebih mudah diterima oleh generasi muda sebagai sasaran dakwah yang aktif di media sosial.

Akun Instagram @dailymuslimahindonesia ini didirikan oleh Putri Pratiwi pada 2021. Latar belakangnya yang gemar menggambar secara digital menjadi modal utama dalam menciptakan ilustrasi visual yang menarik untuk mendukung pesan dakwah yang disampaikan. Tujuan utama dari akun ini adalah memberi pengingat serta manfaat bagi generasi muda melalui pendekatan yang sesuai dengan ketertarikan mereka, salah satunya melalui karya ilustrasi digital. Hal ini menunjukkan upaya penyebaran ajaran Islam yang relevan dengan perkembangan zaman, di mana media sosial menjadi sarana komunikasi yang sangat berpengaruh.

Hingga saat ini, akun Instagram @dailymuslimahindonesia telah memiliki sekitar 114 ribu pwnngikut dan 772 unggahan. Keunikan akun ini terletak pada tampilan desainnya yang sederhana namun tetap efektif. Pesan dakwah yang disampaikan bersifat dasar dan mudah dipahami, sehingga dapat menjangkau berbagai lapisan masyarakat yang membutuhkan dakwah melalui media yang erat dengan kehidupan sehari-hari mereka.⁷¹

⁷¹ Wawancara dengan Putri Pratiwi, pada 5 Desember 2025, melalui WhatsApp

B. Analisis Komunikasi Visual Akun Instagram @dailymuslimahindonesia Berdasarkan Analisis Semiotika Roland Barthes

Komunikasi visual pada dasarnya merupakan bentuk penyampaian informasi melalui pemanfaatan elemen-elemen visual yang disusun secara terencana dan bermakna. Penelitian ini mengambil objek dari akun dakwah di Instagram @dailymuslimahindonesia dengan memilih beberapa konten unggahan yang dijadikan objek penelitian. Konten-konten tersebut dipilih berdasarkan relevansinya dalam menyampaikan ajaran Islam serta representasi visual yang digunakan dalam setiap unggahan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis semiotika Roland Barthes untuk mengkaji makna yang terkandung dalam konten visual pada akun Instagram @dailymuslimahindonesia. Melalui konsep denotasi, konotasi, dan mitos, analisis dilakukan untuk memahami bagaimana pesan dakwah dikonstruksi dan dimaknai oleh audiens. Dalam perspektif semiotika Roland Barthes setiap elemen visual seperti tipografi, ilustrasi, bentuk, dan warna gambar dipahami sebagai tanda yang mengandung makna pesan dakwah dalam menyiarkan ajaran Islam.

Berikut 10 konten dakwah yang akan dianalisis dari unggahan akun Instagram @dailymuslimahindonesia.

1. Gambar Penghapus Dosa



Gambar 1. 9 Gambar Penghapus Dosa

Sumber : <https://www.instagram.com/p/DHPHgbRzUh3/?igsh=NWx1dWRnMzUxMmRz>

Postingan tentang penghapus dosa, diposting pada tanggal 16 Maret 2025, postingan ini memiliki jumlah like 714 ribu. Peneliti tertarik dengan desain ini karena dalam gambar diatas mengingatkan bahwa keutamaan ibadah puasa Ramadhan sebagai penghapus dosa. Dakwah yang terkandung pada gambar ini adalah dakwah akidah yaitu mengajak umat Islam untuk menjalankan puasa Ramadhan dengan iman dan keikhlasan karena Allah, karena puasa menjadi sarana penghapus dosa dan mendekatkan diri kepada-Nya.

Dari postingan tersebut dapat dijelaskan mengenai elemen-elemen komunikasi visualnya sebagai berikut:

a. Tipografi

Tipografi pada gambar ini menggunakan jenis *Sertif* yang mudah dibaca. Pada gambar tersebut terdapat dua tipografi yaitu “Penghapus Dosa” yang dimana tulisan ini ditempatkan sebagai judul dengan ukuran huruf yang lebih besar sehingga langsung menarik perhatian pembaca. Sementara teks hadist “Barangsiapa yang berpuasa dibulan Ramadhan karena iman dan mengharap pahala dari Allah, maka dosanya di masa lalu akan diampuni” ditampilkan dengan ukuran huruf lebih kecil dan susunan rapih, berfungsi sebagai penguat makna dari judul utama.

b. Ilustrasi

Ilustrasi pada gambar menampilkan sosok anak perempuan muslimah yang mengenakan hijab sambil memegang makanan dengan gaya gambar sederhana. Pemilihan tokoh anak memberi kesan kepolosan dan kemurnian hati, yang berkaitan dengan tema penghapusan dosa. Dari gambar sosok perempuan tersebut mengenakan pakaian berwarna biru, hijab warna ungu, dan pita berwarna kuning.

c. Bentuk

Bentuk-bentuk visual yang digunakan dalam gambar ini adalah bentuk natural. Bentuk natural ini dapat kita lihat pada pepohonan, rumput dan elemen latar lainnya. Bentuk ini bersifat berubah-ubah dan tumbuh secara ukuran.

d. Warna

warna dalam gambar memiliki tone warna yang berbeda-beda, seperti pada rumput dan pepodohan yang memiliki warna hijau melambangkan kesan sejuk dan menenangkan sekaligus menggambarkan kesegaran dan harapan. Warna biru pada pakaian dan langit menunjukkan arti kedamaian. Warna coklat pada batang pohon diartikan sebagai kebijaksanaan. Warna ungu pada hijab melambangkan arti keanggunan. Kombinasi warna-warna tersebut menciptakan tampilan visual yang nyaman dipandang dan tidak mencolok.

Penjelasan mengenai makna dari analisis semiotika Roland Barthes sebagai berikut:

Tabel 2. 1 Penelitian Pada Gambar “Penghapus Dosa”

Denotasi	Makna	
	Konotasi	Mitos
<ul style="list-style-type: none"> • Gambar seorang perempuan muslimah yang mengenakan kerudung berwarna ungu muda dan gaun berwarna biru, sedang berdiri di dekat pohon kelapa di area terbuka yang tampak seperti padang rumput atau taman. • Kemudian terdapat kalimat “Barangsiapa yang berpuasa dibulan Ramadhan karena iman dan mengharap 	<ul style="list-style-type: none"> • Sosok anak perempuan muslimah melambangkan kepolosan dan hati yang bersih. Suasana alam yang hijau dan lembut memberi kesan damai dan nyaman. • Tulisan “Penghapus Dosa” menguatkan makna bahwa puasa ramadhan tidak hanya dimaknai sebagai aktivitas menahan lapar dan haus, tetapi 	<p>Ramadhan adalah bulan penuh ampunan dan kesempatan memperbaiki diri secara spiritual. Ibadah sebagai sumber ketenangan dan kebahagiaan, serta dakwah Islam ideal disampaikan secara lembut, ramah, dan menyejukkan, sehingga mudah diterima oleh masyarakat.</p>

<p>pahala dari Allah, maka dosanya di masa lalu akan diampuni.”</p>	<p>juga sebagai sarana untuk membersihkan diri dari dosa. Dalam ajaran Islam, hal ini berkaitan dengan konsep taubat dan ampunan Allah, di mana setiap individu diberi kesempatan untuk memperbaiki diri dan mendekatkan diri kepadanya.</p>	
---	--	--

2. Gambar Jangan Lupa Bersyukur



Gambar 1. 10 Gambar Jangan Lupa Bersyukur

Sumber : <https://www.instagram.com/p/DIH9SXTv5m/?igsh=cTZnenJmY3Rmcjkz>

Postingan tentang jangan lupa bersyukur, diposting pada tanggal 7 April 2025, postingan ini memiliki jumlah like 1.444 ribu dan komentar 5. Peneliti tertarik dengan desain ini karena dalam gambar diatas mengingatkan kita untuk selalu bersyukur. Dakwah yang terkandung pada gambar ini adalah akidah yakni mengajak umat islam untuk membiasakan

diri bersyukur atas nikmat yang telah dimiliki, karena rasa syukur merupakan sikap penting dalam membentuk pribadi yang tenang, ikhlas, dan dekat dengan Allah SWT.

Dari postingan tersebut dapat dijelaskan mengenai elemen-elemen komunikasi visualnya sebagai berikut:

a. Tipografi

Tipografi pada gambar ini menggunakan jenis *Sertif* yang mudah dibaca. Pada gambar tersebut terdapat dua tipografi yaitu “Jangan lupa bersyukur” yang dimana tulisan ini dibuat lebih besar dan ditempatkan di bagian atas sehingga menjadi pusat perhatian. Sementara yang kedua “Hidup bukan tentang mendapatkan apa yang kamu inginkan, tapi tentang menghargai apa yang kamu miliki” ditampilkan dengan ukuran huruf lebih kecil sebagai pelengkap makna dari judul utama.

b. Ilustrasi

Ilustrasi yang ditampilkan berupa sosok anak perempuan muslimah yang mengenakan hijab dan pakaian tertutup. Tokoh ini digambarkan dengan gaya sederhana dan lembut. Kehadiran ilustrasi anak memberi kesan polos dan tulus, sehingga pesan tentang rasa syukur terasa lebih jujur dan apa adanya.

c. Bentuk

Bentuk visual dalam gambar didominasi oleh garis dan objek yang membulat, seperti pada, daun, dan pepohonan. Bentuk visual ini dinamakan bentuk natural karena segala bentuk tersebut dapat berubah-ubah dan berkembang.

d. Warna

Warna yang digunakan dalam gambar cenderung lembut dan hangat, seperti pada latar belakang poster dan batang pohon memiliki warna cokelat yang artinya kesopanan dan kebijaksanaan. warna hijau pada pohon dan rumput melambangkan kesegaran dan ketenangan. Warna putih pada bunga, sepatu dan baju berarti kemurnian atau kesucian. cokelat, dan cream. Warna biru pada hijab dan celana

menandakan arti kedamaian dan kesetiaan. Perpaduan warna tersebut membuat tampilan visual terasa nyaman dipandang dan selaras dengan pesan tentang rasa syukur dan ketenangan hidup.

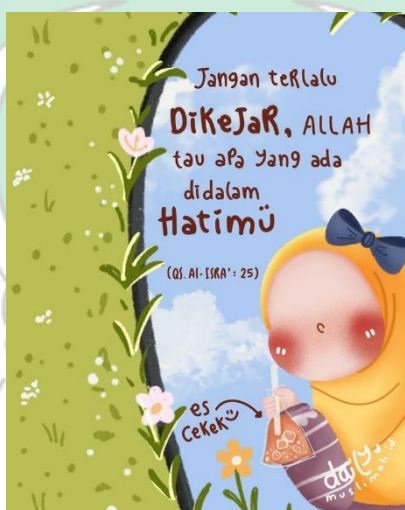
Penjelasan mengenai makna dari analisis semiotika Roland Barthes sebagai berikut:

Tabel 2. 2 Penelitian Pada Gambar “Jangan Lupa Bersyukur”

Makna		
Denotasi	Konotasi	Mitos
<ul style="list-style-type: none"> • Seorang anak perempuan muslimah yang mengenakan hijab dan pakaian tertutup dan memakai sepatu • Latar belakang pepohonan dan rumput • Kemudian terdapat tulisan "jangan lupa bersyukur hidup bukan tentang mendapatkan apa yang kamu inginkan, tapi tentang menghargai apa yang kamu miliki” 	<ul style="list-style-type: none"> • Sosok anak perempuan muslimah yang menggambarkan kesederhanaan dan ketulusan hati. Suasana alam yang tenang dan pengguna warna lembut menimbulkan kesan damai. • Tulisan “Jangan Lupa Bersyukur” menjadi inti pesan yang mengingatkan bahwa hidup bukan hanya soal mengejar apa yang diinginkan, tetapi lebih pada menghargai apa yang sudah dimiliki. Dalam ajaran Islam, sikap ini berkaitan dengan konsep syukur, 	<p>Kebahagiaan hidup tidak ditentukan oleh banyaknya pencapaian atau kepemilikan, melainkan oleh kemampuan seseorang untuk bersyukur. Bersyukur diposisikan sebagai sikap ideal dalam kehidupan seorang muslim yang mampu menciptakan rasa cukup dan ketenangan batin.</p>

	<p>yaitu menerima nikmat Allah dengan hati yang lapang, mengakui bahwa semua berasal dari Allah, dan tidak mudah mengeluh.</p>	
--	--	--

3. Gambar Jangan Terlalu Dikejar



Gambar 1. 11 Gambar Jangan Terlalu Dikejar

Sumber : <https://www.instagram.com/p/DM6WslEzvc/?igsh=bnF3dG5yNXh5Y2Y2>

Postingan tentang jangan terlalu dikejar, diposting pada tanggal 4 Agustus 2025, postingan ini memiliki jumlah like 1.703 ribu dan komentar 16. Peneliti tertarik dengan desain ini karena dalam gambar diatas mengingatkan kita tentang ketenangan hati, keikhlasan, dan tawakal kepada Allah. Dakwah yang terkandung pada gambar ini adalah akhlak yakni mengajak umat Islam untuk menenangkan hati, tidak berlebihan dalam mengejar keinginan duniawi, serta memperkuat keimanan bahwa Allah mengetahui segala isi hati dan akan memberikan yang terbaik pada waktu yang tepat.

Dari postingan tersebut dapat dijelaskan mengenai elemen-elemen komunikasi visualnya sebagai berikut:

a. Tipografi

Pada gambar tersebut tipografi yang digunakan yaitu jenis *Script* yang meniru gaya tulisan tangan sehingga menghadirkan kesan alami dan personal. Penekanan pada kata seperti “Dikejar” dan “Hatimu” dibuat seolah lebih besar untuk menarik perhatian dan menegaskan inti pesan, yaitu tentang usaha manusia dan kondisi hati hanyalah Allah yang mengetahui.

b. Ilustrasi

Ilustrasi pada gambar merupakan ilustrasi seorang anak perempuan berhijab yang menampilkan kesan polos, lembut, dan menenangkan. Ilustrasi pada gambar tersebut menggunakan pakaian muslimah berwarna ungu, hijab berwarna kuning, dan pita warna abu-abu. Diiringi dengan elemen bunga, rumput, dan langit menunjukkan nuansa alam yang damai, seakan menggambarkan kondisi hati yang bersih dan tentram.

c. Bentuk

Bentuk-bentuk visual pada gambar ini didominasi oleh garis lengkung dan bentuk bulat, baik pada karakter, daun, bunga, maupun latar. Hal ini menciptakan kesan lembut, aman, dan ramah bagi mata. Bentuk lengkung ini dinamakan sebagai bentuk gemetrik karena bentuk yang memiliki aturan.

d. Warna

Warna yang digunakan cenderung pastel dan lembut, seperti pada langit berwarna biru yang melambangkan kesan kedamaian. Warna hijau pada rumput diartikan sebagai kesejukan. Warna kuning pada hijab memiliki makna kecerahan dan kegembiraan. Warna ungu pada baju adalah warna kehangatan. Sedangkan pita yang berwarna abu-abu memberikan kesan elegan.

Penjelasan mengenai makna dari analisis semiotika Roland Barthes sebagai berikut:

Tabel 2. 3 Penelitian Pada Gambar “Jangan Terlalu Dikejar”

Makna		
Denotasi	Konotasi	Mitos
<ul style="list-style-type: none"> • Seorang perempuan berhijab berwarna kuning dengan ekspresi tenang dan pipi kemerahan. Ia sedang memegang minuman dalam plastik kecil. • Disekelilingnya terdapat elemen alam seperti rumput hijau, bunga-bunga kecil, dan langit biru • Terdapat teks yang tertulis berbunyi “jangan terlalu dikejar, Allah tau apa yang ada di dalam hatimu” 	<ul style="list-style-type: none"> • Seorang anak perempuan melambangkan sosok muslimah yang polos, tulus, dan penuh letenangan batin. • Suasana alam yang sejuk memberi kesan damai, sejuk, dan menenangkan, seolah menggambarkan kondisi hati yang sedang belajar ikhlas. • Kalimat “Jangan Terlalu Dikejar” mengandung makna bahwa dalam kehidupan tidak semua keinginan harus dipaksakan untuk segera tercapai. Ada hal-hal yang memang perlu diserahkan kepada Allah. Lanjutan kalimat “Allah tahu apa yang ada di dalam hatimu” 	<p>Ketenangan hidup akan tercapai ketika seseorang berhenti mengejar sesuatu secara berlebihan dan memilih untuk tawakal kepada Allah. Gambar ini membangun pemahaman bahwa dalam kehidupan seorang muslim, keikhlasan dan kepercayaan kepada Allah dianggap lebih utama daripada ambisi dunia yang melelahkan. Krena pada dasarnya Allah selalu mengetahui isi hati manusia, sehingga manusia tidak perlu merasa gelisah atau takut.</p>

	<p>memperkuat bahwa setiap niat, harapan, dan kegelisahan manusia sebenarnya sudah diketahui oleh Allah. Dalam ajaran Islam, hal ini berkaitan dengan keyakinan bahwa Allah Maha Mengetahui segala isi hati manusia.</p>	
--	--	--

4. Gambar Sebelum Mengeluh Lihat Sekelilingmu



Gambar 1.12 Gambar Sebelum Mengeluh Lihat Sekelilingmu

Sumber : <https://www.instagram.com/p/DPG0yywkyEj/?igsh=dnYxemJrMGg5cjA0>

Postingan tentang jangan terlalu dikejar, diposting pada tanggal 27 September 2025, postingan ini memiliki jumlah like 4.744 ribu dan komentar 15. Peneliti tertarik dengan desain ini karena dalam gambar diatas mengingatkan kita untuk tidak mengeluh. Dakwah yang terkandung pada gambar ini adalah akhlak yakni mengajak umat Islam untuk melihat diri sendiri dengan lebih jernih, menyadari bahwa setiap orang memiliki ujian

masing-masing dan tidak semua ujian harus direspon dengan keluhan. Pesan ini juga mengingatkan bahwa ketenangan hidup bukan karena hidup selalu mudah, tetapi karena hati yang mampu menerima dan berserah kepada Allah.

Dari postingan tersebut dapat dijelaskan mengenai elemen-elemen komunikasi visualnya sebagai berikut:

a. Tipografi

Tipografi yang digunakan pada gambar tersebut dengan jenis *Script* yang berbentuk tulisan tangan dengan gaya santai dan tidak kaku. Hurufnya terlihat tidak seragam, sehingga memberi kesan personal dan akrab. Terdapat tiga tulisan pada gambar yaitu “Sebelum mengeluh lihat sekelilingmu” diposisikan pada bagian atas karakter perempuan. Lalu tulisan kedua “Ada yang bebannya jauh lebih berat, tapi masih bisa tersenyum dan bersyukur”. Kemudian yang terakhir yaitu “Bukan karena hidupnya mudah tapi karena hatinya lapang”. Tulisan ini diposisikan di bagian bawah tengah sejajar dengan karakter perempuan.

b. Ilustrasi

Ilustrasi bergaya kartun sederhana ini merupakan ilustrasi sosok anak perempuan dengan posisi santai dan ekspresi wajah yang tenang. Ini melambangkan pribadi muslimah yang tidak larut dalam keluhan, tetapi memilih untuk menghadapi hidup dengan sikap sabar dan bersyukur. Lingkungan alam berupa rumput hijau, bunga-bunga kecil, dan langit biru menggambarkan suasana yang sejuk dan menenangkan.

c. Bentuk

Bentuk visual ini termasuk dalam kategori bentuk natural yang dimana bentuk visual didominasi oleh garis lengkung dan elemen bulat baik pada karakter, bunga, maupun awan. Bentuk seperti ini mengandung pesan dakwah yang bersifat menyejukkan hati.

d. Warna

Warna yang digunakan cenderung lembut dan natural, seperti warna hijau pada rumput kini memberi kesan kesegaran. Warna biru pada langit menandakan kedamaian. Warna coklat pada hijab memiliki kesan kesopanan. Warna orange pada baju melambangkan keceriaan. Sementara kucing dengan warna putih memiliki makna kesucian. Dan bunga dengan warna kuning berarti keceriaan.

Penjelasan mengenai makna dari analisis semiotika Roland Barthes sebagai berikut:

Tabel 2. 4 Penelitian Pada Gambar “Sebelum Mengeluh Lihat Sekelilingmu”

Makna		
Denotasi	Konotasi	Mitos
<ul style="list-style-type: none"> • Seorang anak perempuan berhijab coklat yang berdiri di tengah hampan rumput hijau dengan bunga-bunga kecil. Disampingnya terdapat seekor kucing berwarna putih • Latar belakang gambar berupa langit biru cerah dan rumput hijau • Terdapat tulisan nasihat “Sebelum mengeluh lihat sekelilingmu, ada yang bebannya jauh lebih berat tapi masih bisa tersenyum dan 	<ul style="list-style-type: none"> • Seorang perempuan berhijab melambangkan pribadi muslimah sederhana, lembut, dan tenang. Ia tidak sedang melakukan aktivitas berat, tetapi berdiri dengan sikap santai yang menggambarkan ketenangan batin. Kucing putih memberi kesan kesederhanaan dan ketulusan seolah melambangkan hidup apa adanya. • Terdapat teks dalam gambar ini menjelaskan bahwa ajakan untuk 	<p>Keyakinan bahwa kebahagiaan dan ketenangan hidup bukan ditentukan oleh ringan atau beratnya masalah, melainkan oleh sikap hati seseorang. Dalam hal ini kepercayaan bahwa orang yang mampu bersyukur dan berlapang dada akan lebih dekat dengan ketenangan yang Allah berikan. Ini membentuk pemahaman bahwa mengeluh berlebihan</p>

bersyukur, bukan karena hidupnya mudah tapi karena hatinya lapang”	tidak terburu-buru mengeluh, melainkan melihat kondisi orang lain yang memiliki beban lebih berat namun tetap mampu bersyukur.	justro manjauhan manusia dari rasa cukup dan syukur.
--	--	--

5. Gambar Benahi Diri Sebelum Ramadhan



Gambar 1.13 Gambar Benahi Diri Sebelum Ramadhan

Sumber : https://www.instagram.com/p/DSvWTPYk_tR/?igsh=MWRmenV1dXNjdTexYw==

Postingan tentang benahi diri sebelum Ramadhan, diposting pada tanggal 27 desember 2025, postingan ini memiliki 4.744 ribu jumlah like dan 15 komentar. Peneliti tertarik dengan gambar ini karena mengingatkan kita tentang muhasabah diri dan persiapan spiritual sebelum datangnya bulan Ramadhan. Dakwah yang terkandung dalam gambar ini adalah dakwah ibadah karena mengajak umat Islam untuk memperbaiki diri terlebih dahulu sebelum memasuki bulan Ramadhan.

Dari postingan tersebut dapat dijelaskan mengenai elemen-elemen komunikasi visualnya sebagai berikut:

a. Tipografi

Gambar ini menggunakan tipografi jenis *sertif* dan *blok* yang mudah dibaca. Pada gambar ini terdapat dua tipografi yaitu kalimat “Benahi diri sebelum Ramadhan” tipografi ini diposisikan pada bagian atas dengan tulisan yang tebal biasanya digunakan untuk menarik perhatian pada judul. Selanjutnya yaitu kalimat “Keberuntungan bagi seseorang yang memperbaiki dirinya sebelum datangnya ramadhan” diposisikan pada bagian bawah judul.

b. Ilustrasi

Ilustrasi pada gambar ini merupakan ilustrasi seorang anak perempuan mengenakan pakaian muslimah dengan warna yang senada yaitu warna coklat, cream, dan kuning. Karakter perempuan pada gambar menggunakan sepatu berwarna hitam dengan posisi berdiri santai menggambarkan kesiapan hati dan ketulusan niat. Lingkungan berupa rumput dan bunga menambah kesan kesegaran suasana di sekitar.

c. Bentuk

Bentuk yang terlihat pada gambar ini adalah bentuk natural yang dimana bentuk tersebut berubah dan bertumbuh secara ukuran serta dapat berubah-ubah. Bentuk visual pada gambar didominasi oleh garis lengkung dan bentuk bulat, baik pada karakter, bunga, maupun elemen alam.

d. Warna

Warna yang digunakan pada gambar menggunakan warna coklat yang memiliki makna kesopanan, dan hijab yang berwarna kuning ini melambangkan kegembiraan. Sepatu yang digunakan yaitu warna hitam yang berarti sunyi. Warna hijau pada tumbuhan melambangkan ketenangan dan kesegaran. Perpaduan warna ini menciptakan suasana hangat dan damai.

Penjelasan mengenai makna dari analisis semiotika Roland Barthes sebagai berikut:

Tabel 2. 5 Penelitian Pada Gambar “Benahi Diri Sebelum Ramadhan”

Makna		
Denotasi	Konotasi	Mitos
<ul style="list-style-type: none"> • Seorang anak perempuan berhijab berwarna cokelat sedang berdiri di area rumput hijau dengan bunga-bunga kecil di sekitarnya • Terdapat kalimat “Benahi diri sebelum puasa, keberuntungan bagi seseorang yang memperbaiki dirinya sebelum datangnya Ramadhan” Disertai kutipan dari Amru bin Qais 	<ul style="list-style-type: none"> • Sosok anak perempuan berhijab melambangkan pribadi muslimah yang sedang dalam proses memperbaiki diri. Sikap tubuh yang tenang dan wajah yang damai menggambarkan kesiapan hati dan niat yang tulus. Alam yang hijau dan penuh bunga memberi makna kesegaran, pertumbuhan, dan harapan seolah menunjukkan bahwa proses memperbaiki diri adalah awal dari perubahan yang lebih baik. • Tulisan utama “Benahi Diri Sebelum Ramadhan” dimaknai sebagai ajakan persuasif kepada audiens untuk tidak menunda 	<p>Bulan Ramadhan ialah bulan yang penuh makna dan keberkahan jika seseorang sudah mempersiapkan siri sejak sebelum bulan tersebut datang. Di bulan Ramadhan merupakan kepercayaan bahwa orang yang mampu mempersiapkan hati dan akhlaknya lebih awal akan lebih beruntung secara spiritual ketika bulan Ramadhan tiba.</p>

	<p>perubahan. Kalimat tambahan yang dikutip oleh Amru bin Qais Rahimahullah menegaskan bahwa keberuntungan seseorang terletak pada kesiapan dirinya dalam menyambut Ramadhan, bukan hanya pada pelaksanaan ibadah saat Ramadhan itu sendiri.</p>	
--	--	--

6. Gambar Tenanglah Allah Selalu Mempermudah



Gambar 1. 14 Gambar Tenanglah Allah Selalu Mempermudah

Sumber : <https://www.instagram.com/p/DR4tnEVk83B/?igsh=M3Nwcnppa2drczlv>

Postingan tentang tenanglah Allah selalu mempermudah, diposting pada tanggal 5 Desember 2025, postingan ini memiliki 3.019 ribu jumlah like dan 11 komentar. Peneliti tertarik dengan gambar ini karena mengandung pesan dakwah tentang tawakal dan keyakinan kepada

pertolongan Allah. Dakwah yang terkandung pada gambar ini adalah dakwah akidah karena mengajak umat Islam untuk menenangkan diri dan mempercayakan urusan hidup kepada Allah, bahwasannya pertolongan Allah bisa datang kapan saja dan dari jalan yang tidak pernah diperkirakan manusia.

Dari postingan tersebut dapat dijelaskan mengenai elemen-elemen komunikasi visualnya sebagai berikut:

a. Tipografi

Gambar ini menggunakan tipografi jenis *Script* karena jenis font yang meniru gaya tulisan tangan sehingga menghadirkan kesan alami dan personal. Pada gambar ini terdapat satu tipografi yaitu kalimat “Tenanglah, Allah selalu mempermudah dari arah yang tidak pernah disangka-sangka keberadaannya”. Tipografi ini diposisikan diatas karakter pada gambar.

b. Ilustrasi

Ilustrasi pada gambar merupakan ilustrasi seorang karakter perempuan berhijab dengan tangan terbuka. Karakter perempuan ini mengenakan pakaian muslimah dengan warna orange. Posisi tangan yang terbuka menggambarkan sikap pasrah, menerima, dan percaya kepada Allah.

c. Bentuk

Bentuk pada gambar ini adalah garis lengkung dan bentuk bulat, baik pada karakter, bunga, maupun elemen alam. Maka bentuk ini dinamakan bentuk natural yakni bentuk tersebut dapat berubah dan bertumbuh secara ukuran.

d. Warna

Warna yang digunakan pada gambar menggunakan warna cerah dan lembut, seperti warna orange pada pita dan pakaian yang bermakna keceriaan. Warna coklat pada hijab melambangkan kesan kebijaksanaan. Warna hijau pada rumput atau tumbuhan memiliki makna kesejukan dan kesegaran. Serta latar belakang dengan warna

pink melambangkan keromantisan atau bisa disebut sebagai warna feminim. Perpaduan pada warna-warna tersebut menciptakan suasana optimis dan damai.

Penjelasan mengenai makna dari analisis semiotika Roland Barthes sebagai berikut:

Tabel 2. 6 Penelitian Pada Gambar “Tenanglah Allah Selalu Mempermudah”

Makna		
Denotasi	Konotasi	Mitos
<ul style="list-style-type: none"> • Seorang anak perempuan berhijab berwarna cokelat dengan pakaian orange. Ia sedang berdiri di atas rumput hijau dengan tangan terbuka. • Terdapat tulisan “Tenanglah, Allah selalu mempermudah dari arah yang tidak pernah disangka keberadaannya” 	<ul style="list-style-type: none"> • Sosok anak perempuan dengan tangan terbuka melambangkan sikap pasrah menerima, dan percaya penuh kepada Allah. Gerakan tubuh yang terbuka memberi kesan keikhlasan dan kesiapan menerima ketentuan Tuhan. • Tulisan yang terdapat pada gambar ini mengandung ajakan untuk tidak cemas terhadap masa depan dan tidak berlebihan dalam kekhawatiran. Pesan yang disampaikan adalah bahwa pertolongan Allah sering datang dari arah yang tidak terduga, 	<p>Setiap pertolongan yang Allah kasih akan selalu datang tepat waktu dengan cara yang tidak dapat diprediksi oleh manusia. Oleh karena itu, seseorang mampu berserah diri dan menenangkan hatinya, Allah akan memberi kemudahan sebagai bentuk kasih sayangnya.</p>

	sehingga manusia seharusnya tetap tenang dan percaya.	
--	---	--

7. Gambar Pada Akhirnya Bahagia



Gambar 1. 15 Gambar Pada Akhirnya Bahagia

Sumber : https://www.instagram.com/p/DMZtjLNT_Os/?igsh=MTQwZXh6Z215OHoxYQ==

Postingan tentang pada akhirnya bahagia, diposting pada tanggal 22 Juli 2025, postingan ini memiliki jumlah like 9.391 ribu dan 40 komentar. Peneliti tertarik pada gambar ini karena mengingatkan kita bahwa kebahagiaan sejati tidak selalu berasal dari memiliki segalanya, tetapi dari hati yang tenang dan ridha terhadap ketentuan Allah. Dakwah yang terkandung pada gambar adalah dakwah akhlak yakni kebahagiaan sejati tidak selalu diukur dari banyaknya harta atau kepemilikan, tetapi dari hati yang mampu menerima dan ridha terhadap apa yang Allah titipkan dalam hidup.

Dari postingan tersebut dapat dijelaskan mengenai elemen-elemen komunikasi visualnya sebagai berikut:

a. Tipografi

Gambar ini menggunakan tipografi jenis *Script*. Jenis tipografi ini merupakan jenis huruf yang menyerupai tulisan tangan sehingga menghadirkan kesan alami dan personal. Pada gambar ini terdapat satu tipografi yaitu “Pada akhirnya bahagia bukan tentang memiliki segalanya, tapi tentang hati yang ridha dengan apa yang Allah titipkan hari ini”. Tipografi ini menggunakan warna cokelat dan diposisikan diatas karakter pada gambar.

b. Ilustrasi

Ilustrasi pada gambar merupakan ilustrasi anak perempuan berhijab dan menggunakan pakaian muslimah sambil memeluk pot tanaman. Pakaian yang dikenakan berwarna kuning, hijab berwarna biru, dan topi yang berwarna cokelat.

c. Bentuk

Bentuk pada gambar ini adalah garis lengkung dan bentuk bulat, baik pada karakter, bunga, maupun daun. Maka bentuk ini dinamakan bentuk natural yakni bentuk tersebut dapat berubah dan bertumbuh secara ukuran.

d. Warna

Warna yang digunakan cenderung lembut dan alami, seperti pada baju berwarna kuning yang berarti keceriaan. Warna cokelat pada topi, pot, dan batang pohon memberi kesan sederhana dan membumi. Warna biru pada hijab melambangkan kesan damai dan keyakinan, warna ungu pada bunga memiliki arti keindahan. Sementara warna hijau pada tanaman memiliki arti kesejukan dan kesegaran.

Penjelasan mengenai makna dari analisis semiotika Roland Barthes sebagai berikut:

Tabel 2. 7 Penelitian Pada Gambar “Pada Akhirnya Bahagia”

Makna		
Denotasi	Konotasi	Mitos
<ul style="list-style-type: none"> • Seorang anak perempuan berhijab sedang memegang pot berisi tanaman bunga. Ia berdiri di area taman dengan latar rumput hijau, batang pohon, dan semak-semak. • Terdapat tulisan “Pada akhirnya bahagia bukan tentang memiliki segalanya, tapi tentang hati yang ridha dengan apa yang Allah titipkan hari ini” 	<ul style="list-style-type: none"> • Sosok anak perempuan melambangkan manusia yang sedang menjalani hidup dengan sederhana. Pot tanaman yang di peluk menggambarkan amanah atau rezeki yang sedang dimiliki, meskipun jumlahnya tidak banyak. • Pada kalimat yang terdapat di gambar menegaskan bahwa kebahagiaan sejati terletak pada sikap menerima (ridha), bukan pada jumlah atau kelengkapan yang dimiliki. Frasa yang Allah titipkan mengandung makna bahwa segala yang dimiliki manusia hanyalah amanah sementara, sehingga tidak seharusnya 	<p>Kebahagiaan sejati akan datang ketika seseorang berhenti mengejar dunia secara berlebihan dan mulai merawat rasa syukur di dalam hatinya. Dengan demikian apa pun yang Allah titipkan kepada manusia pada hari ini sudah sesuai dengan kebutuhannya, dan jika dijalani dengan ridha, akan melahirkan ketenangan dan kebahagiaan.</p>

	menjadi sumber utama kebahagiaan.	
--	-----------------------------------	--

8. Gambar Ya Allah Berilah Yang Terbaik



Gambar 1. 16 Gambar Ya Allah Berilah Yang Terbaik

Sumber : <https://www.instagram.com/p/DNNXfRqOdnx/?igsh=NnEyNTByZGo4bXpp>

Postingan tentang ya Allah berilah yang terbaik, diposting pada tanggal 11 Agustus 2025, postingan ini memiliki jumlah like 9.016 ribu dan 57 komentar. Peneliti tertarik pada gambar ini karena mengingatkan kita agar tetap tenang, yakin, dan berharap kepada Allah saat menunggu sesuatu, karena apa yang Allah pilihkan pasti mengandung kebaikan. Dakwah yang terkandung pada gambar adalah dakwah akidah yakni mengajak kita untuk tidak gelisah dalam penantian, tetap berdoa, dan percaya bahwa keputusan Allah selalu yang terbaik, meskipun belum sesuai dengan keinginan kita saat ini.

Dari postingan tersebut dapat dijelaskan mengenai elemen-elemen komunikasi visualnya sebagai berikut:

a. Tipografi

Tipografi pada gambar ini menggunakan jenis Sript Karena bentuk hurufnya menyerupai tulisan tangan, tidak kaku dan tidak formal. Pada gambar ini juga terdapat dua tipografi yaitu “Allahuma khairan fii

kulli amrin antaziruh” dengan posisi tulisan berada di atas. Selanjutnya ada kalimat terjemahnya “Ya Allah berilah yang terbaik dalam segala hal yang aku tunggu”. Pada kalimat ini terdapat pada posisi di bawah tulisan yang pertama.

b. Ilustrasi

Ilustrasi yang digunakan pada gambar ini yakni seorang perempuan menggunakan pakaian muslimah berwarna biru serta mengenakan hijab warna ungu. Di atas kepala juga terdapat aksesoris berupa pita yang berwarna orange. Karakter tersebut tidak menggunakan ekspresi pada wajahnya.

c. Bentuk

Bentuk gambar ini adalah bentuk natural karena secara visual objek-objek yang ditampilkan dalam gambar masih mempresentasikan bentuk yang ada di dunia nyata.

d. Warna

Pada gambar ini memiliki tone warna yang berbeda, ditandai dengan latar belakang pada karakter memiliki warna pink yang melambangkan keromantisan. Pewarnaan pada karakter perempuan sesuai dengan warna kulit, menunjukkan dari karakter manusia itu sendiri. Warna biru pada pakaian menunjukkan arti keyakinan. Warna ungu pada hijab memiliki arti kelembutan dan orange pada pita berarti kehangatan. Tanaman berwarna hijau juga melambangkan kesan Kesejukan dan kesegaran.

Penjelasan mengenai makna dari analisis semiotika Roland Barthes sebagai berikut:

Tabel 2. 8 Penelitian Pada Gambar “Ya Allah Berilah Yang Terbaik”

Makna		
Denotasi	Konotasi	Mitos
• Seorang anak perempuan muslimah	• Sosok anak perempuan muslimah	Menunggu bukanlah hal yang sia-sia, tetapi

<p>yang mengenakan hijab, berdiri dekat jendela.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Terdapat tulisan “allahuma khiran fii kulli amrin antaziruh, Ya allah berilah yang terbaik dalam segala hal yang aku tunggu” 	<p>melambangkan kepolosan, ketulusan, dan keikhlasan seorang hamba saat berdoa. Posisi di dekat jendela memberi kesan sedang menanti sesuatu yang belum datang.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dari kalimat di gambar tersebut menggambarkan perasaan yang tenang, sabar, dan pasrah atas apa yang dikehendaki. Kalimat ini menunjukkan bentuk doa yang tidak spesifik pada satu keinginan tertentu, melainkan menyerahkan sepenuhnya kepada Allah untuk memilihkan yang terbaik. Hal ini mengandung makna bahwa individu tersebut tidak memaksakan kehendak, tetapi lebih mengutamakan ketentuan Allah. 	<p>bagian dari proses iman. Ada keyakinan yang tertanam bahwa setiap penantian harus disertai doa dan kepercayaan kepada Allah.</p>
---	---	---

9. Gambar Jangan Tergesa-Gesa



Gambar 1. 17 Gambar Jangan Tergesa-Gesa

Sumber : <https://www.instagram.com/p/DEaB7-5zuWv/?igsh=MW9pb2Z1Z2p3cDlq>

Postingan tentang jangan tergesa-gesa, diposting pada tanggal 4 Januari 2025, postingan ini memiliki jumlah like 1.153 ribu dan 2 komentar. Peneliti tertarik pada gambar ini karena mengingatkan bahwa segala sesuatu itu sudah di atur oleh Allah dengan waktu yang paling tepat. Dakwah yang terkandung dalam gambar ini adalah dakwah akidah yakni mengajarkan bahwa kesabaran adalah bagian dari iman, dan ketenangan hati akan muncul ketika seseorang percaya bahwa janji dan keputusan Allah tidak pernah terlambat.

Dari postingan tersebut dapat dijelaskan mengenai elemen-elemen komunikasi visualnya sebagai berikut:

a. Tipografi

Gambar ini menggunakan tipografi jenis *Script* yang mudah dibaca. Pada gambar ini terdapat satu tipografi yaitu “Telah pasti datangnya ketetapan Allah maka janganlah kamu meminta agar disegerakan (datang)nya”. Tipografi ini berada di posisi bawah dan bersampingan dengan karakter.

b. Ilustrasi

Ilustrasi pada gambar merupakan ilustrasi seorang karakter perempuan muslimah yang mengenakan hijab. Sosok perempuan ini mempresentasikan manusia dalam perjalanan hidupnya, sementara siput menjadi simbol proses yang lambat. Karakter tersebut tidak menggunakan ekspresi pada wajahnya.

c. Bentuk

Bentuk pada gambar ini yaitu bentuk natural yang didominasi oleh garis lengkung dan organik. Terdapat pada tubuh karakter, siput, pepohonan, dan latar alam yang dibuat membulat dan dapat berubah dan bertumbuh secara ukuran.

d. Warna

Warna yang digunakan pada gambar ini bervariasi, diantaranya, warna orange pada pakaian melambangkan kehangatan. Warna ungu pada sepatu dan aksesoris pita memiliki makna kelembutan. Warna abu-abu pada hijab memiliki kesan ketenangan. Kemudian warna hijau sebagai background melambangkan arti kesegaran dan kehidupan alami.

Penjelasan mengenai makna dari analisis semiotika Roland Barthes sebagai berikut:

Tabel 2. 9 Penelitian Pada Gambar “Jangan Tergesa-gesa”

Makna		
Denotasi	Konotasi	Mitos
<ul style="list-style-type: none"> Seorang anak perempuan muslimah berhijab yang sedang berjalan di sebuah jalan setapak. Di depannya terdapat seekor siput 	<ul style="list-style-type: none"> Sosok anak perempuan muslimah dapat dimaknai sebagai simbol energi, semangat, dan keinginan untuk bergerak cepat dalam mencapai tujuan. Terlihat potongan teks “tergesa-gesa” yang 	Dari gambar ini membangun pemahaman bahwa dalam kehidupan seorang muslim, kesabaran adalah nilai utama yang harus dimiliki. Ada

<p>• Terdapat kalimat “Telah pasti datangnya ketetapan Allah maka janganlah kamu meminta agar disegerakan (datang)nya”</p>	<p>secara tidak langsung menjadi penguat atau kritik terhadap sikap tersebut. Artinya, meskipun manusia memiliki semangat dan keinginan kuat, hal itu tidak selalu harus diwujudkan dalam bentuk tergesa-gesa. Karena dalam ajaran Islam, pesan dalam gambar ini berkaitan erat dengan nilai utama, yaitu sabar, qana’ah, dan tawakal.</p>	<p>keyakinan yang ditanamkan bahwa menunggu bukan tanda kegagalan, melainkan bentuk ketaatan dan kepercayaan kepada ketetapan Allah.</p>
--	--	--

10. Gambar Keberkahan di Dalam Sahur



Gambar 1. 18 Gambar Keberkahan di Dalam Sahur

Sumber : <https://www.instagram.com/p/DGvhJt9zfh/?igsh=dTY1am9odDI0bnd3>

Postingan tentang Keberkahan di dalam sahur, diposting pada tanggal 3 Maret 2025. Postingan ini memiliki jumlah like 827 ribu dan 1 komentar. Peneliti tertarik dengan gambar ini karena anjuran untuk melaksanakan sahur. Dakwah yang terkandung pada gambar ini adalah dakwah ibadah yakni mengajak umat Islam untuk tidak meninggalkan sunnah Nabi, dan menyadari bahwa ibadah kecil sekalipun mengandung keberkahan besar.

Dari postingan tersebut dapat dijelaskan mengenai elemen-elemen komunikasi visualnya sebagai berikut:

a. Tipografi

Tipografi pada gambar di atas menggunakan tipografi dengan jenis *Script* karena jenis tipografi yang meniru gaya tulisan tangan. Tipografinya diposisikan di samping karakter pada gambar. Adapun tipografinya yakni “Makan sahur lah kalian, karena dalam makan sahur terdapat keberkahan”.

b. Ilustrasi

Pada gambar ini ilustrasi yang digunakan yaitu ilustrasi karakter perempuan muslimah memakai hijab yang sedang makan sahur di meja makan. Tokoh ini melambangkan kebiasaan baik yang ditanamkan sejak dini.

c. Bentuk

Bentuk yang terlihat pada gambar ini adalah bentuk siluet lingkaran putih di atas meja. Siluet lingkaran itu disebut sebagai bentuk geometrik yaitu bentuk yang memiliki aturan.

d. Warna

Warna yang digunakan pada gambar ini menggunakan warna yang berbeda, terlihat dari pakaian yang dikenakan oleh subjek dalam gambar yaitu warna biru yang artinya kedamaian. Warna ungu pada hijab berarti keanggunan. Warna kuning pada aksesoris pita melambangkan keceriaan. Warna coklat pada kursi dan sendok

memiliki makna kebijaksanaan Kemudian warna hijau pada kain meja memiliki makna kesegaran.

Penjelasan mengenai makna dari analisis semiotika Roland Barthes sebagai berikut:

Tabel 2. 10 Penelitian Pada Gambar “Keberkahan di Dalam Sahur”

Makna		
Denotasi	Konotasi	Mitos
<ul style="list-style-type: none"> • Seorang perempuan muslimah yang sedang duduk di meja makan sambil memegang sendok. Di depannya terdapat makanan dan minuman yang disiapkan untuk sahur • Terdapat tulisan “Makan sahurlah kalian, karena dalam makan sahur terdapat keberkahan” 	<ul style="list-style-type: none"> • Sosok anak perempuan muslimah melambangkan kesederhanaan dan kepatuhan dalam menjalankan ajaran Islam sejak dini. Aktivitas makan sahur tidak dimaknai sekadar mengisi perut, tetapi sebagai bentuk ketaatan terhadap sunnah Rasul. • Dari tulisan yang terdapat digambar teks ini menegaskan bahwa sahur memiliki nilai lebih dibandingkan sekadar makan biasa. Kata “keberkahan” mengandung makna adanya kebaikan yang berlipat, baik secara fisik maupun spiritual. Dalam ajaran Islam, sahur 	<p>Sahur merupakan amalan kecil yang memiliki nilai besar di sisi Allah. Pada dasarnya sahur membawa kekuatan, pahala, dan keberkahan sepanjang hari puasa. Dengan demikian, tidak sahur berarti melewatkan keberkahan, sehingga sahur diposisikan sebagai bagian penting dari identitas dan tradisi religius umat Islam selama bulan Ramadhan.</p>

	<p>merupakan sunnah yang sangat dianjurkan oleh Rasulullah SAW. Hadist yang dicantumkan dalam gambar juga menegaskan bahwa dalam sahur terdapat keberkahan, sehingga umat Islam dianjurkan untuk tidak meninggalkannya.</p>	
--	---	--

Berdasarkan hasil analisis terhadap 10 postingan pada akun Instagram @dailymuslimahindonesia, dapat didefinisikan adanya pola dan kecenderungan tertentu dalam penggunaan komunikasi visual, konstruksi makna, serta penyampaian pesan ajaran Islam. Analisis ini dilakukan dengan mengacu pada teori semiotika Roland Barthes yang membagi makna ke dalam tiga tingkatan, yaitu denotasi, konotasi, dan mitos. Dari keseluruhan data yang dianalisis, ditemukan bahwa terdapat elemen-elemen yang lebih dominan dibandingkan yang lainnya, baik dari segi aspek visual, makna, maupun pesan dakwah yang disampaikan.

Pada aspek komunikasi visual, elemen yang paling dominan adalah ilustrasi. Hal ini terlihat dari konsistensi penggunaan gambar ilustratif berupa karakter muslimah, baik anak-anak maupun remaja, yang ditampilkan dengan gaya sederhana, ekspresif, dan menarik. Ilustrasi tersebut tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap visual, tetapi menjadi pusat perhatian utama dalam setiap postingan. Melalui ilustrasi, pesan yang ingin disampaikan menjadi lebih mudah dipahami oleh audiens, terutama karena visual yang digunakan bersifat komunikatif dan tidak kompleks.

Selanjutnya, pada aspek makna berdasarkan semiotika Roland Barthes, tingkat makna yang paling dominan adalah konotasi. Hal ini menunjukkan bahwa pesan yang disampaikan dalam setiap postingan tidak berhenti pada

makna literal semata, tetapi lebih menekankan pada makna tersirat yang ingin ditanamkan kepada audiens. Secara denotasi, postingan hanya menampilkan ilustrasi muslimah, teks motivasi, dan latar tertentu. Namun, pada tingkat konotasi, visual tersebut mengandung nilai-nilai yang lebih dalam, seperti ajakan untuk bersyukur, bersabar, menjaga keimanan, serta meningkatkan kualitas diri sebagai seorang muslim.

Terakhir pada aspek ajaran Islam, yang dimana terdapat empat aspek ajaran islam yaitu akidah, akhlak, syariah, dan ibadah. Dari ke empat aspek ajaran Islam tersebut menunjukkan bahwa pesan yang paling dominan adalah akidah. Hal ini terlihat dari banyaknya konten yang menekankan pada aspek keimanan, seperti ajakan untuk bersyukur, atas nikmat Allah, mengingat kebesarannya, serta menanamkan keyakinan bahwa segala sesuatu yang terjadi merupakan bagian dari ketentuan Allah SWT. Pesan-pesan ini menunjukkan bahwa akun @dailymuslimahindonesia tidak hanya berfokus pada perilaku (akhlak) atau praktik ibadah semata, tetapi lebih mendasar pada penguatan keyakinan sebagai landasan utama dalam kehidupan seorang muslim.

Dominasi aspek akidah ini juga diperkuat dengan adanya kutipan ayat Al-Qur'an maupun pesan-pesan reflektif yang mengarah pada hubungan antara manusia dengan Tuhan. Dengan demikian, dakwah yang disampaikan tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga membangun kesadaran spiritual audiens.

Berdasarkan keseluruhan temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa akun Instagram @dailymuslimahindonesia dalam menyiarkan ajaran Islam lebih menekankan pada penggunaan ilustrasi sebagai media utama komunikasi visual, penyampaian makna secara konotasi yang bersifat persuasif, serta penguatan nilai-nilai akidah sebagai inti dari pesan dakwah. Kombinasi antara visual yang menarik, makna yang mendalam, dan pesan yang fundamental menjadikan konten yang disajikan mampu menjangkau audiens secara emosional maupun spiritual.

Dengan demikian, strategi komunikasi visual yang digunakan oleh akun ini dapat dikatakan efektif dalam menyampaikan ajaran Islam di media sosial,

khususnya dalam membangun kesadaran keimanan melalui pendekatan yang ringan, estetis, dan mudah diterima oleh generasi muda.

C. Analisis Semiotika Roland Barthes Akun Instagram @dailymuslimahindonesia Dalam Menyiarkan Ajaran Islam

Analisis semiotika dalam penelitian ini menggunakan teori Roland Barthes yang membagi makna tanda ke dalam tiga tingkatan, yaitu denotasi, konotasi, dan mitos. Melalui pendekatan ini, peneliti tidak hanya melihat pesan dakwah yang tampak secara tekstual, tetapi juga membongkar makna ideologis yang dibangun melalui sistem tanda visual pada akun Instagram @dailymuslimahindonesia.

Akun @dailymuslimahindonesia merupakan akun dakwah berbasis visual yang menyajikan konten berupa ilustrasi muslimah, kutipan islami, serta pesan motivasi keagamaan dengan desain estetis dan warna lembut. Dalam konteks komunikasi digital, akun ini memanfaatkan kekuatan visual Instagram sebagai media penyiaran ajaran Islam yang bersifat persuasif dan emosional.

1. Analisis Tingkat Denotasi

Pada tingkat denotasi, unggahan akun Instagram @dailymuslimahindonesia secara umum menampilkan desain visual berupa ilustrasi perempuan berhijab, latar belakang berwarna lembut seperti cream, hijau, atau pastel, serta terdapat juga kutipan ayat al-Qur'an, hadits, atau kalimat motivasi islami. Tipografi yang digunakan cenderung sederhana dan mudah dibaca dengan penekanan pada kalimat utama sebagai inti pesan.

Secara denotasi, akun ini merupakan akun dakwah visual yang menyampaikan ajaran Islam melalui gambar ilustrasi dan teks motivasi. Pesan yang tampak dipermukaan umumnya berkaitan dengan tema keimanan, kesabaran, rasa syukur, tawakal, serta konsep kebahagiaan dalam Islam. Konten-konten tersebut secara eksplisit mengajak audiens untuk lebih dekat kepada Allah, menerima takdir, serta memperbaiki kualitas spiritual diri. Pada tahap ini, makna masih bersifat informatif dan sesuai dengan apa yang terlihat tanpa penafsir lebih jauh.

2. Analisis Tingkat Konotasi

Pada tingkat konotasi, elemen-elemen visual tersebut mulai menghadirkan makna yang lebih dalam dan berkaitan dengan nilai-nilai budaya serta keagamaan. Ilustrasi perempuan berhijab tidak hanya merepresentasikan sosok muslimah secara fisik, tetapi juga mengonotasikan identitas perempuan yang taat, menjaga aurat, dan menjalankan ajaran agama. Hijab dalam konteks ini tidak hanya sebagai pakaian, melainkan simbol ketaatan, kesucian, dan komitmen religius. Visual perempuan yang digambarkan dengan ekspresi lembut, tunduk, atau penuh ketenangan mengonotasikan karakter muslimah yang sabar, penyayang, dan memiliki kedekatan spiritual dengan Allah. Hal ini memperlihatkan bahwa akun tersebut secara tidak langsung membingkai perempuan muslim sebagai figur yang identik dengan kelembutan dan kesalehan.

Warna pastel yang dominan digunakan mengonotasikan kelembutan, ketenangan, kesucian, kesejukan, serta karakter feminin yang identik dengan citra muslimah ideal. Warna-warna tersebut memperkuat pesan dakwah agar terasa menyejukkan dan tidak mengintimidasi. Secara konotasi, pilihan warna ini membangun citra Islam sebagai agama yang lembut dan penuh kasih sayang. Dakwah tidak ditampilkan dalam bentuk yang keras atau normatif, tetapi melalui pendekatan emosional yang menyentuh hati audiens.

Tipografi yang rapih dan bersih mengonotasikan keseriusan serta kesakralan pesan agama. Sementara penggunaan kutipan ayat dan hadits mengonotasikan legitimasi religius yang memperkuat otoritas pesan dakwah sehingga dianggap benar dan sesuai dengan ajaran Islam.

Pada tahap ini komunikasi visual tidak lagi sekadar menyampaikan informasi, tetapi membangun pengalaman emosional dan spiritual bagi audiens. Visual dan teks bekerja secara bersamaan untuk menghadirkan kesan religius, menenangkan, dan membimbing.

3. Analisis Tingkat Mitos

Pada tingkat mitos, makna yang terbentuk tidak lagi bersifat individual, melainkan menjadi konstruksi sosial yang diterima sebagai kebenaran umum. Melalui unggahan yang konsisten, akun @dailymuslimahindonesia membangun mitos tentang sosok muslimah ideal.

Mitos tersebut antara lain bahwa muslimah yang baik adalah perempuan yang lembut, sabar, taat, serta menjadikan ajaran Islam sebagai pedoman hidup sehari-hari. Hijab direpresentasikan bukan hanya sebagai kewajiban syariat, tetapi juga sebagai simbol kesalehan dan identitas religius. Selain itu, dakwah melalui media sosial dimaknai sebagai bagian dari gaya hidup islami modern. Media digital diposisikan sebagai ruang yang sah dan efektif untuk menyebarkan nilai-nilai keislaman, sehingga aktivitas berbagi konten dakwah menjadi bentuk partisipasi dalam syiar Islam.

Mitos ini bekerja secara halus dan terus diperkuat melalui repetisi visual dan narasi yang serupa dalam setiap unggahan. Akibatnya, audiens menerima representasi tersebut sebagai gambaran alami tentang perempuan muslim dalam konteks kekinian.

Berdasarkan analisis semiotika Roland Barthes, dapat disimpulkan bahwa komunikasi visual akun Instagram @dailymuslimahindonesia berperan penting dalam membentuk makna ajaran Islam di ruang digital. Elemen visual seperti tipografi, ilustrasi, bentuk, dan warna tidak hanya berfungsi sebagai pemanis estetika, tetapi sebagai tanda yang menyampaikan nilai religius dan membangun identitas keislaman.

Melalui pendekatan ini, terlihat bahwa dakwah di Instagram tidak hanya berlangsung pada tataran teks, tetapi juga melalui simbol dan representasi visual yang sarat makna. Dengan demikian, komunikasi visual menjadi strategi efektif dalam menyiarkan ajaran Islam kepada audiens, khususnya perempuan muslim di era media sosial.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan penulis mengenai komunikasi visual akun Instagram @dailymuslimahindonesia dalam menyiarkan ajaran Islam dengan menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes, dapat disimpulkan bahwa ilustrasi perempuan atau anak perempuan berhijab menjadi elemen dominan yang selalu hadir dalam sebagian besar konten. Visual tersebut bukan hanya sebagai penghias desain, tetapi berfungsi sebagai representasi identitas target audiens yaitu muslimah. Ilustrasi yang ditampilkan cenderung menggambarkan sosok yang lembut, sederhana karena tampilan visual dan karakter ilustrasi yang tidak berlebihan atau kompleks, baik dari segi gaya gambar maupun pesan yang disampaikan.

Pada tingkat konotasi visual dan teks membangun makna yang lebih dalam mengenai konsep kebahagiaan, kesabaran, keikhlasan, serta kedekatan dengan Allah. Hijab mengonotasikan ketenangan batin dan simbol-simbol alam mengonotasikan kehidupan serta amanah dari Allah SWT.

Terdapat empat ajaran Islam yang terdiri dari akidah, akhlak, syariah, dan ibadah. Dari semua itu dapat disampaikan bahwa yang paling menonjol dibagian ini ada pada bagian akidahnya karena yang ditunjukkan melalui penegasan bahwa Allah adalah sumber ketenangan, pemberi rezeki, dan penentu takdir bagi manusia. Pesan tentang tawakal dan keyakinan kepada Allah menjadi inti dari sebagian besar konten yang disampaikan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi kreator. Dalam konteks komunikasi visual, agar gambar yang dibuat terlihat lebih hidup dan mampu menarik perhatian audiens, kreator dapat mempertimbangkan untuk menampilkan ekspresi wajah pada subjek, seperti senyum, keterkejutan, atau kesedihan, sehingga emosi dan pesan yang ingin disampaikan dapat terasa lebih kuat. Selain itu, apabila subjek dalam gambar tetap ditampilkan tanpa ekspresi,

pesan emosional masih dapat diperkuat dengan menambahkan elemen visual pendukung, seperti simbol-simbol tertentu atau penggunaan pencahayaan yang lebih dramatis untuk membangun suasana yang sesuai dengan pesan.

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengkaji komunikasi visual dalam dakwah di media sosial dengan menggunakan pendekatan atau metode penelitian yang berbeda, serta memperluas objek penelitian. Dengan demikian, kajian mengenai komunikasi visual dalam menyiarkan ajaran Islam di media sosial dapat berkembang secara lebih luas dan komprehensif.



DAFTAR PUSTAKA

- Adi Kusrianto, 'Pengantar Desain Komunikasi Visual', 2009.
- Aedi Ulul, Arsam, dan Amaludin Asep, *Manajemen Dakwah Bitul mal Tazkia Dalam Pengembangan dan Pemberdayaan Masyarakat*. Jurnal Mamba'ul 'Ulum. Vol. 19, No. 1. (2023). Hal. 93.
- Afifah Nur Zahra, "Strategi Dakwah Desain Visual grafis Pada Media Sosial Instagram" Jurnal Dakwah dan Komunikasi, tahun 2021 hlm. 101-102
- Airlangga Jamallulail dkk, 'Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Poster Iklan Floridina Coco', *Seminar Nasional Desain Dan Media*, 2023, 91–93.
- Alayusi Shifeti, *Media Sosial Interaksi* (Prenada Media Group: 2016), hal. 1
- Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, (Bandung: Pt. Remaja Rosdakarya, 2-17), hal. 69.
- Alfiana Lufanza, 'Analisis Metode Lauh Dalam Menghafal Al-Qur'an Di Akun Instagram @menghafalmetodelauh', 2022.
- Alvia Putri Laili Ramadani, 'Penggunaan Instagram Sebagai Media Dakwah (Strategi Dakwah Akun@ Littlekhwat. Id)', 2024, hlm. 3.
- Aqilla Padya Hayya Dkk, 'Komunikasi Visual Dakwah Persuasif Pada Akun Instagram @hijabalila Dengan Hashtag #Freedom99persen Dari Perspektif Semiotika Charles Sanders Peirce', *KOLONI: Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 1.3 (2022).
- Arif Budi Prasetya, *Analisis Semiotika Film dan Komunikasi*, (Malang: PT Cita Intrans Selaras, 2019), Hlm. 14
- Ariska Mustafidah, 'Pesan Dakwah Melalui Desain Komunikasi Visual Pada Akun Instagram @dakwahvisual.Id', 2025.
- Barthes, *Elemen-Elemen Semiologi*, 2012, hal. 20.
- Damayanti Rini, 'Diksi Dan Gaya Bahasa Dalam Media Sosial Instagram', *Jurnal Widyaloka Ikip Widya Darma*, Vol.5.No.3 (2018), hlm 261-278.

- dan Alfaro Mohammad recoba Nur Maghfirah Aesthetika, Poppy Febriana, M. Andi fikri, *Buku Ajar Komunikasi Visual*, 2023.
- Didik Hariyanto, *Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi*, 2021.
- Dwi Askinita, 'Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce (Komunikasi Visual Dakwah Persuasif Pada Kartun Instagram @xkwavers', 2021.
- Fadila, 'Pesan Dakwah Dalam Karakter Anime Pada Akun Instagram @arielsyafrin'. Skripsi (2023), hlm. 68
- Fadila, 'Pesan Dakwah Dalam Karakter Anime Pada Akun Instagram @arielsyafrin'. Skripsi (2023), hlm. 69
- Farradiba Maysarah, 'Dakwah Komunikasi Visual Akun Instagram @rumayshocom', 2023.
- Fauzan Akbar, *Dakwah Komunikasi Visual Akun Instagram @senimansunnah*, 2022.
- Fitria Amalia dan Astri Widyaruli anggraeni. Semantik Konsep dan Contoh Analisis. MADANI, 2017.
- Fuad Amsyari, *Islam Kaffah Tantangan Sosial dan Aplikasinya di Indonesia*, (Jakarta: Gema Insan Press, 1995), h. 22
- Ilham Agustian, Harius Eko Saputra, and Antonio Imanda, 'Pengaruh Sistem Informasi Manajemen Terhadap Peningkatan Kualitas Pelayanan Di Pt. Jasaraharja Putra Cabang Bengkulu', *Profesional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 6.1 (2019), 42–60 <<https://doi.org/10.37676/profesional.v6i1.837>>.
- Imam Fathurrohman. *Siar Islam*. Muslim Obsession; Islami dan menginspirasi 2 Januari, 2018.
- Irgi Achmad fachrezi, 'Analisis Desain Komunikasi Visual Pada Akun Instagram @tarbiyah.Generation', 2024.
- Jamanuddin. *Syar Islam Dalam Masyarakat Suku Talang Mamak*, (Pekanbaru: Asa Riau, 2014), 8-9.
- Joneta Witabora, 'Peran Dan Perkembangan Ilustrasi', *Jurnal Humaniora*, 3.2 (2012), 664–666.

- Joneta, Witabora. 2012, Oktober. Peran dan Perkembangan Ilustrasi Vol.3 No.2: 660 from *Humaniora Journal Binus University*.
- Junedi Agustian, 'Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Personal Branding Selebgram @Okvitaandini', 2022, 58–59.
- Kalyanarga Rizal, Haq Mochamad Ziaul, dan Mustika Andini, "Cinematology: Journal Anthology Of Film and television Studies Analisis Semiotik Framing Visual dan Auditori Dalam Seni Film," *Cinematology: Journal Anthology Of Film And Television Studies* 5, No. 2, 2025: 115-129.
- Kursianto, A. "Pengantar Desain Komunikasi Visual" (Cv: Andi Offset, 2009). Hal. 10
- Lia Anggaraini & Kirana Nathalia, 'Desain Komunikasi Visual; Dasar-Dasar Panduan Untuk Pemula', 2018, pp. 32–40.
- Lia Anggraini S, dan Kirana Nathalia, *Desain Komunikasi Visual: Dasar-Dasar Panduan Untuk Pemula* (Bandung: Nuansa Cendikia, 2013) hal. 15
- Lutfi Rohmawati, 'Makna Desain Komunikasi Visual Dalam Akun Instagram @Jaringangusdurian (Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure)', 2024.
- Luthfi Hidayah, 'Analisis Desain Komunikasi Visual Dakwah Pada Akun Instagram @nuonlinejatim Sebagai Media Dakwah Di Era Digital', *AN-NASHIHA Journal of Broadcasting and Islamic Communication Studies*, 3.1 (2023), 24–37 <<https://doi.org/10.55352/an-nashiha.v3i1.302>>.
- M. Munawir, dkk. *Metode Dakwah* (Jakarta : Prenada Media, 2009), 4-5.
- MA dr.Mohd. Rafiq, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, 2018.
- Marinu Waruwu and others, 'Pendekatan Penelitian Pendidikan : Metode Penelitian Kualitatif , Metode Penelitian Kuantitatif Dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)', 7 (2023), 2896–2910.
- Moersito Ghifany, 'Desain Komunikasi Visual Sebagai Media Dakwah (Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Akun Instagram @OtoyCihuy)', *Skripsi*, 2024, hal. 37-39.
- Muhammad aabdurrauf Nasrullah, 'Pesan Dakwah Dalam Desain Komunikasi Viusal Akun Instagram @islamposcom', 2023.

Mulyazir dan Muhammad Fadhilah, "Konsep Semiotika Roland Barthes Dan Aplikasinya Terhadap Kajian Al-Qur'an," *Al-Fathanah* 3, No. 1, April, 2023.

Ni'mah.

Nilna Ni'mah, 'Dakwah Komunikasi Visual', *Islamic Communication Journal*, 1.1 (2016), 104–20 <<https://doi.org/10.21580/icj.2016.1.1.1241>>.

Nisaul Zahra, Yuni Sonia, dkk, Semantik Dalam Bahasa Indonesia. *Jurnal Ilmu Pendidikan, Bahasa, Sastra dan Budaya*, Vol. 2, No. 6. (2024).

Nofia Natasari, 'Unconfirmed 908465.Crdownload', *Jurnal*, 2021, hlm 93-101.

Nova Purnama Lisa Armelia dafrina, Fidyati, Firda Abadi, 'Kajian Makna Ornamen Dan Makna Warna Ornamen Umah Pitu Ruang (Studi Kasus Umah Pitu Ruang Di Desa Kemili, Aceh Tengah)', *Jurnal Arsitekno*, 9.1 (2022), 3.

Nuki Puspitasari, 'Analisis Semiotika Desain KOMunikasi Visual Pada Akun Instagram @nuonline_id Sebagai Media Penyebaran Islam', 2025.

Nur Rizky Toybab, 'Dakwah Komunikasi Visual Melalui Instagram Akun @haditsku', *Journal Ilmu Dan Teknik Dakwah*, 04.07 (2016).

Nurdin, 'Analisis Semiotik Roland Barthes Terhadap Busana Rimpu Wanita Bima', *Jurnal Ilmiah Mandala Education*, 7.3 (2021), 699–707 <<https://doi.org/10.58258/jime.v7i3.2670>>.

Nurmahyati Siti, Dakwah dan Pemberdayaan Perempuan. *Jurnal KOMUNIKA*, Vol. 10, No. 1. (2016).

Nyoman Sriwitari & I Gusti Nyoman Widnyana, 'Desain Komunikasi Visual', 2014.

Onong Uchjana effendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: Renaja Rosdakarya, 1993) H. 4

Raaf Ikhtsar Ismail and Nina Yuliana, 'Peranan Aplikasi Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran (Studi Deskripsi Kualitatif Pada Akun Instagram @Disko_51 Di Kota Serang)', *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 3.3 (2023), 874–86.

Rmg, "Kominfo Pengguna Internet di Indonesia 63 Juta Orang" <https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo++>

Pengguna+Internet+di+Indonesia+63+Juta+Orang/0/erita_satker, diakses tanggal 31 Juli 2017.

Rohmad Mulyana, *Mengartikulasikan Pendidikan Nilai*, cet. Ke-2 (Bandung:Alfabeta, 2004), h. 9.

Saiful Effendi, 'Analisis Semiotika Ferdinand de Saussure Dakwah Pesan Komunikasi Visual Di Masjid An-Nuur Metro Regensi', 03.02 (2021).

Sobur, Alex. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya. 2009.

Sugiyono, 'Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D | Perpustakaan Universitas Gresik', *Bandung : Alfabeta.*, 2013, 2013, p. 456 <https://digilib.unigres.ac.id/index.php?p=show_detail&id=43>.

Sumbo Tinarbuko, 'DEKAVE, Desain Komunikasi Visual Penanda Zaman Masyarakat Global', *Journal of Chemical Information and Modeling*, 8.9 (2015), 1–58.

Sutarto Wijono Giovanni Permata Putri, 'Tujuan Dan Prinsip-Prinsip Ilmu Dakwah Dalam Perspektif Islam', *Jurnal Psikologi*, 40.2 (2018), 169–80 <<https://jurnal.ugm.ac.id/jpsi/article/view/6975/9440>>.

Teddy Firmansyah, *Desain Visual Dakwah Pada Akun Instagram @kata_nabi*, 2021.

Vina siti dan Muhammad Rayhan Bustam. *Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Sampul Buku Five Little Pigs karya Agatha Christie*. Mahadaya, Vol. 2, No. 2. (2022).

Warsandi, 'Pesan Komunikasi Dakwah Melalui Komunikasi Visual Dalam Fanpage Facebook Naidu Clothing', 2016.

Wawancara dengan Putri Pratiwi, pada 5 Desember 2025, melalui WhatsApp

Wuthia Rachmawati Pamungkas, 'Analisis Strategi Konten Kreatif Di Instagram @bapak2id', 2023, 25–28.

Yudhistya Ayu Kusumawati dkk, 'Makna Kecantikan Pada Iklan Televisi Kosmetik Berlabel Halal (Studi Kasus: Mazaya Divine Beauty)', *Jurnal Sositologi*, 15.1 (2016), 96–105 <<https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2016.15.1.9>>.

Yuliyanti Anggit, Mustaqim Wiwit, Muji Atipa, dan Nurmahyati Siti, Dakwah Menggunakan Aplikasi Tik Tok (Analisis Isi Pesan Dakwah Pada Akun Tik Tok @ustadz_hilman_Faidzin). *Merdeka Indonesia Journal Internasional (MIJI)*, Vol. 4, No. 1. 2024. Hal. 231.

Yusra, Yenny, "Riset TNS: Generasi Terpelajar Dominasi Pengguna Instagram di Indonesia", <https://dailysocial.id/post/riset-tns-generasi-terpelajar-dominasi-pengguna-Instagram-di-indonesia>, diakses tanggal 31 Juli 2017.

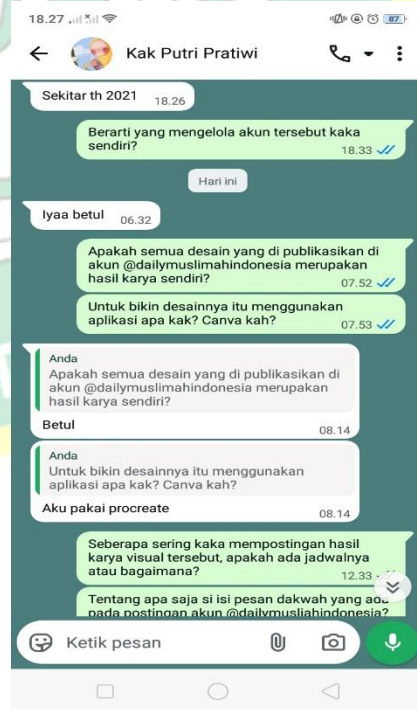
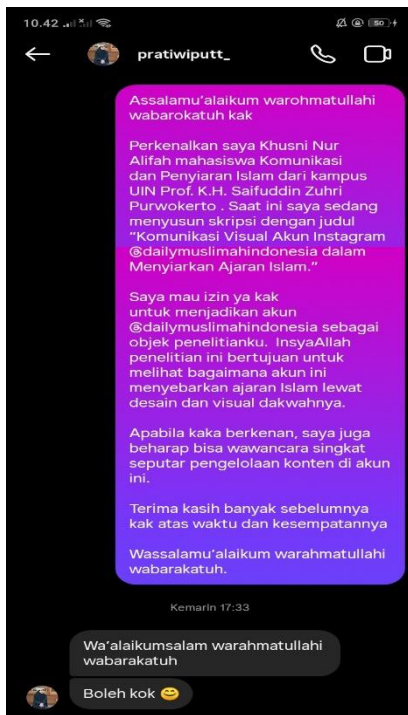
Zahra, Ulfa Fauzia, Ahmad Sarbini, and Asep Shodiqin. "Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah" Tabligh: *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*. Vol. 1 No. 2 2016. Hal. 66

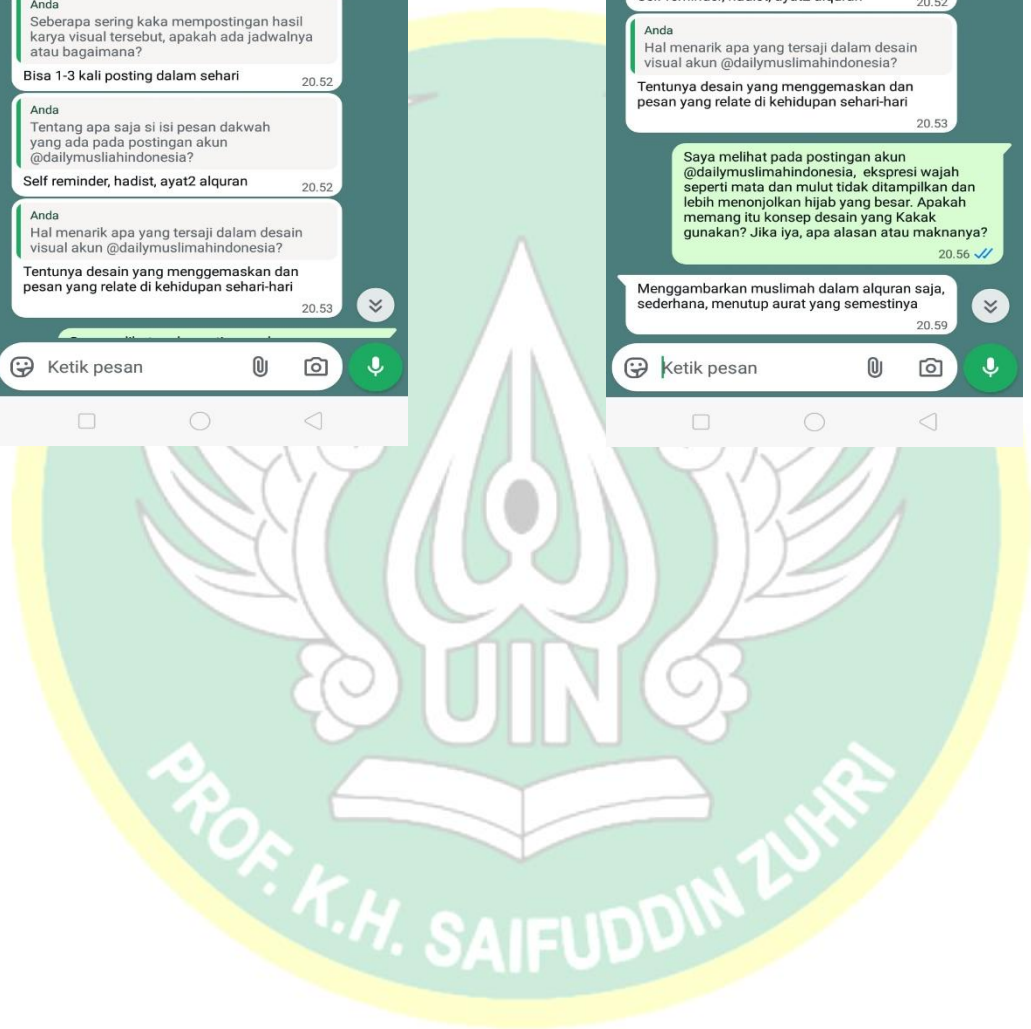
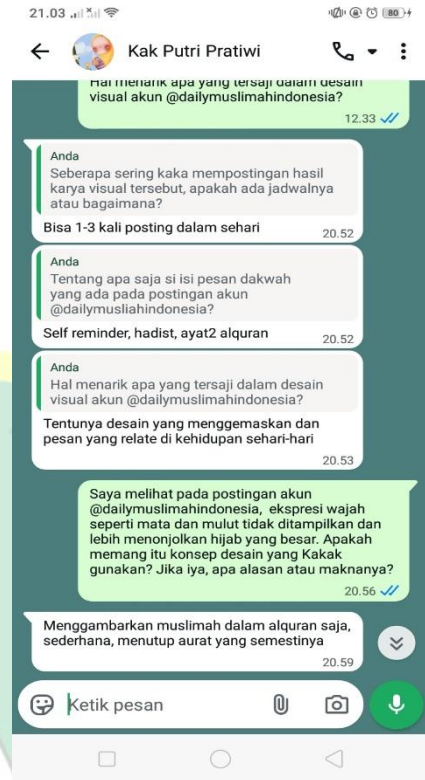
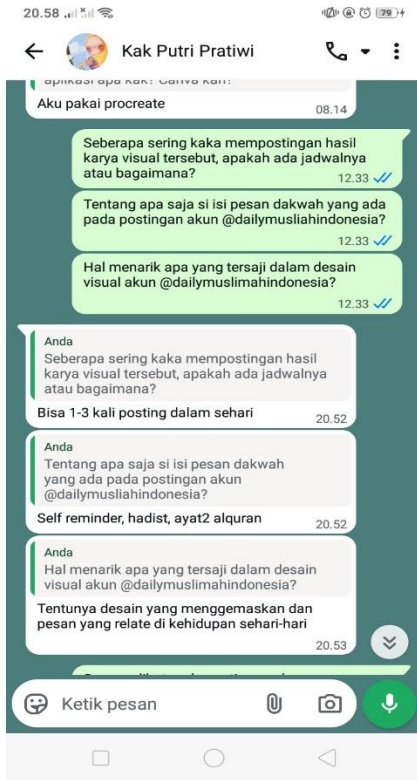
Zida Zakiyatul Husna dan Abdul muhid, 'Perkembangan Dakwah Melalui Media Sosial Instagram', *Ath-Thariq*, 05.02 (2021), 197–208.

Zulkarnain, Transformasi Nilai-Nilai Pendidikan Islam, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), h. 45



LAMPIRAN-LAMPIRAN





DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Data Pribadi

1. Nama : Khusni Nur Alifah
2. NIM : 214110102223
3. Tempat, Tanggal Lahir : Cilacap, 30 Oktober 2002
4. Alamat : Kertajaya RT 01/RW 02, Kec. Gandrungmangu,
Kab. Cilacap, Prov. Jawa Tengah
5. Email : khusninuralifah@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

1. SD/MI : SD Negeri Kertajaya 03
2. SMP/MTs : MTs Negeri 2 Cilacap
3. SMA/MA : MA Negeri 2 Cilacap
4. S1 : UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Purwokerto, 05 April 2026
Yang menyatakan



Khusni Nur Alifah
214110102223