

**PESAN DAKWAH DALAM DESAIN KOMUNIKASI
VISUAL PADA AKUN INSTAGRAM @gendhukstory
(Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure)**

Skripsi

**DIAN LESTARI
NPM. 1941010513**



Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1444 H / 2023 M**

**PESAN DAKWAH DALAM DESAIN KOMUNIKASI
VISUAL PADA AKUN INSTAGRAM @gendhukstory
(Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure)**

Skripsi

**Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi
Syarat-Syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana S1 dalam
Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi**

Oleh:

**DIAN LESTARI
NPM. 1941010513**

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

**Pembimbing 1 : Subhan Arif, S.Ag., M.Ag
Pembimbing 2 : Dr. Yunidar Cut Mutia Yanti, S.Sos., M.Sos.I**

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1444 H / 2023 M**

ABSTRAK

Pesatnya kemajuan teknologi industri dan teknologi informasi melahirkan peradaban baru bagi umat manusia, kemajuan ini memberikan tantangan dan peluang yang kompleks dalam dakwah. Aktivitas dakwah tidak lagi terbatas pada penyampaian lisan dari mimbar ke mimbar atau hanya di majelis taklim. Penyampaian dakwah telah meluas ke cara-cara modern, termasuk melalui desain komunikasi visual. Penerapan desain komunikasi visual pada media digital juga menjadi suatu keunggulan dalam penyajian informasi. Setiap elemen yang tertuang dalam karya desain komunikasi visual memiliki maksud dan tujuan tertentu sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan.

Penelitian ini meneliti tentang apa saja pesan dakwah yang terdapat dalam elemen desain komunikasi visual pada konten instagram @gendhukstory berdasarkan analisis semiotika Ferdinand De Saussure. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apa saja pesan dakwah yang terdapat pada elemen desain komunikasi visual pada akun instagram @gendhukstory berdasarkan analisis semiotika Ferdinand De Saussure. Penelitian ini termasuk jenis penelitian pustaka (*Libarary Research*) bersifat deskriptif. Teknik analisis datanya menggunakan analisis semiotika Ferdinand De Saussure, yang bertujuan untuk menganalisis makna pesan dakwah yang terdapat dalam elemen desain komunikasi visual pada akun instagram @gendhukstory. Analisis semiotika Ferdinand De Saussure, mengklasifikasikan makna Penanda (*signifier*) dan Petanda (*signified*). Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik interview (wawancara) dan dokumentasi. Penulis juga mengumpulkan sebanyak mungkin referensi yang berkaitan dengan penelitian ini seperti: buku-buku referensi, jurnal, artikel ilmiah dan internet.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa sesuai dengan analisis semiotika Ferdinand De Saussure pada postingan akun instagram @gendhukstory, makna penanda yang dihasilkan dan tergambar jelas dari akun instagram @gendhukstory adalah desainer kebanyakan menggunakan font si kancil berupa jenis huruf *Sans Serif*, penggunaan ilustrasi kartun perempuan muslimah sebagai penguat dan latar warna (*background*) mayoritas abu-abu dan putih. Makna petanda pada akun instagram @gendhukstory menginterpretasikan makna ajakan kepada sesama muslim untuk melakukan *amar ma'ruf nahi munkar*. Serta terdapat pesan dakwah

yang terdiri dari pesan akidah (Mengingat kehidupan akhirat, mengingat Allah, mengingat takdir Allah), akhlak (Menjaga lisan, memberi harta untuk orang lain, dan sabar dalam menghadapi ujian dari Allah), dan syariah (Mencari rezeki yang halal, beribadah, dan menjalankan ibadah haji atau umrah sebagai bagian dari ketaatan kepada Allah). Postingan pada akun instagram @gendhukstory antara elemen tipografi, ilustrasi, dan warna, saling berkaitan sehingga dapat memperoleh suatu makna sesuai dengan pesan dakwah yang ingin disampaikan.

Kata kunci: Desain Komunikasi Visual, Pesan Dakwah, Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure



ABSTRACT

The rapid progress of industrial technology and information technology gave birth to a new civilization for mankind, this progress provides complex challenges and opportunities in da'wah. Dawah activities are no longer limited to oral delivery from pulpit to pulpit or only in taklim assemblies. The delivery of da'wah has expanded to modern ways, including through visual communication design. The application of visual communication design to digital media is also an advantage in presenting information. Each element contained in the work of visual communication design has a specific purpose and purpose in accordance with the message to be conveyed.

This study examines what da'wah messages are contained in visual communication design elements on @gendhukstory Instagram content based on Ferdinand De Saussure's semiotic analysis. The purpose of this research is to find out what da'wah messages are contained in the visual communication design elements on the @gendhukstory Instagram account based on Ferdinand De Saussure's semiotic analysis. This research is a descriptive type of library research (Library Research). The data analysis technique uses Ferdinand De Saussure's semiotic analysis, which aims to analyze the meaning of da'wah messages contained in visual communication design elements on the @gendhukstory Instagram account. Ferdinand De Saussure's semiotic analysis classifies the meaning of signifier and signified. The data collection technique in this research uses interview and documentation techniques. The author also collected as many references as possible related to this research such as: reference books, journals, scientific articles and the internet.

The results of this study indicate that in accordance with Ferdinand De Saussure's semiotic analysis of the @gendhukstory Instagram account posts, the meaning of the signifier produced and clearly illustrated from the @gendhukstory Instagram account is that the designer mostly uses the deer font in the form of Sans Serif typeface, the use of cartoon illustrations of Muslim women as reinforcement and the background color (background) is mostly gray and white. The meaning of the sign on the @gendhukstory Instagram account interprets the meaning of an invitation to fellow Muslims to do *amar ma'ruf nahi munkar*. And there is a da'wah message consisting of the message of akidah (Remembering the

afterlife, remembering Allah, remembering Allah's destiny), akhlak (Keeping the tongue, giving wealth to others, and being patient in facing trials from Allah), and sharia (Seeking halal sustenance, worshipping, and performing Hajj or Umrah as part of obedience to Allah). Posts on the @gendhukstory Instagram account between typographic elements, illustrations, and colors, are interrelated so that they can obtain a meaning in accordance with the da'wah message to be conveyed.

Keywords: Visual Communication Design, Da'wah Messages, Semiotic Analysis Ferdinand De Saussure'



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dian Lestari
NPM : 1941010513
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pesan Dakwah Dalam Desain Komunikasi Visual Pada Akun Instagram @gendhukstory (Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure)”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Bandar Lampung, Mei 2023

Penulis,



Dian Lestari

1941010513

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **Pesan Dakwah Dalam Desain Komunikasi Visual Pada Akun Instagram @gendhukstory (Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure)**

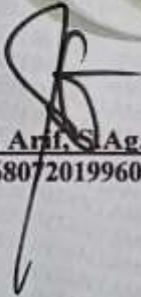
Nama : **Dian Lestari**
NPM : **1941010513**
Jurusan : **Komunikasi dan Penyiaran Islam**
Fakultas : **Dakwah dan Ilmu Komunikasi**

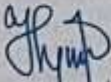
MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dan dipertahankan dalam sidang Munaqosah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung

Pembimbing I,

Pembimbing II


Subhan Arif, S.Ag., M.Ag
NIP. 19680720199603002


Dr. Yunidar Cut Mutja Yanti, S.Sos., M.Sos.I
NIP. 197010251999032001

Ketua Jurusan,


Dr. Khairullah, S.Ag., MA
NIP. 197303052000031002



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

Alamat: Jl. Letkol H. Endro Siratnain Sukarame Bandar Lampung, Tlp. (0721) 703289

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **“Pesan Dakwah Dalam Desain Komunikasi Visual Pada Akun Instagram @gendhukstory (Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure)”** disusun oleh **Dian Lestari**, NPM: 1941010513, program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Telah di Ujikan dalam sidang Munaqosyah di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan pada Hari/Tanggal : Selasa, 04 Juli 2023.

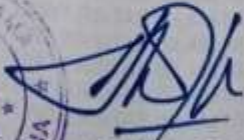
Tim Penguji

Ketua	: Dr. Faizal, S.Ag, M.Ag	(.....)
Sekretaris	: Septy Anggrainy, M.Pd	(.....)
Penguji I	: Hj. Rodiyah, S.Ag.MM	(.....)
Penguji II	: Subhan Arif, S.Ag, M.Ag	(.....)
Penguji Pendamping	: Dr. Yunidar Cut Mutia Yanti, S.Sos., M.Sos.I	(.....)

Mengetahui

Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi




Dr. Abdul Syukur, M.Ag
ID. 196511011995031001

MOTTO

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

“Serulah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dia-lah yang lebih mengetahui siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia-lah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.”

(QS. An-Nahl [16]: 125)



PERSEMBAHAN

Penulis persembahkan skripsi ini kepada Kedua orangtuaku, Bapak Fatoni dan Ibu Siti Marwiyah, terimakasih atas do'a, pengorbanan, dukungan moril dan materil serta motivasi yang selalu diberikan tiada henti untuk penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dan dapat melalui studinya sampai selesai. Mbah Joyo Diwiryono dan Mbah Fatimah (Alm.), terimakasih telah membimbing dan mendoakan penulis semasa hidup yang membuat penulis semangat dalam menggapai cita-cita. Paman dan Bibi serta sepupu Halimatul Muawanah dan Mei Nur Hidayah yang selalu memberikan do'a, dukungan dan juga semangat kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.



RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Dian Lestari lahir pada 27 Mei 1999 di Sidodadi, Bangunrejo, Lampung Tengah. Anak Pertama dari pasangan bapak Fatoni dan Ibu Siti Marwiyah.

Pendidikan dimulai dari Madrasah Ibtidaiyah Islamiyah (MII) Sidodadi selesai tahun 2011. Kemudian melanjutkan sekolah di Madrasah Tsanawiyah (MTs) Satu Atap Al-Baroqah Poncowarno selesai tahun 2014, dan melanjutkan ke SMA Negeri 1 Kalirejo selesai tahun 2017. Pada tahun 2019 penulis di terima sebagai mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.

Selama menjadi mahasiswa, aktif mengikuti kegiatan organisasi kampus seperti UKM dan pelatihan serta seminar maupun webinar. Bergabung dalam organisasi UKM BAPINDA dan Koperasi Mahasiswa (KOPMA).

Penulis,

Dian Lestari
1941010513



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Rabbil 'alaamiin, segala puji bagi Allah SWT. yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pesan Dakwah Dalam Desain Komunikasi Visual Pada Akun Instagram @gendhukstory (Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure)”. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Yang telah membimbing kita ke jalan yang di ridhoi oleh Allah SWT, dan selalu menantikan Syafaatnya di Yaumul Akhir kelak. Aamiin.

Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan yang telah diberikan oleh berbagai pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Abdul Syukur, M.Ag selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi (FDIK) UIN Raden Intan Lampung.
2. Bapak Dr. Khairullah, S.Ag., M.A selaku Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam dan Ibu Ade Nur Istiani, M.I.Kom selaku Sekertaris Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.
3. Bapak Subhan Arif, S. Ag, M.Ag selaku pembimbing utama, dan Ibu Dr. Yunidar Cut Mutia Yanti, S.Sos., M.Sos.I. selaku pembimbing kedua, yang telah bersedia membimbing dan memberi saran yang menunjang terkait penelitian hingga proses penyelesaian skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi yang telah mendidik dan memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama menuntut ilmu di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.

5. Seluruh Staf Akademik dan petugas perpustakaan di lingkungan UIN Raden Intan Lampung yang telah membantu dalam segala proses perkuliahan.
6. Kak Dita Nurul Abidah sebagai pemilik akun instagram @gendhukstory yang telah memberikan izin, meluangkan waktunya dan memberikan dukungan kepada penulis untuk melakukan penelitian ini.
7. Mba Rialis, Pakde, Bude, Tete, Mba Rara, terimakasih untuk segala dukungan, kebersamaan dan rasa kekeluargaan selama penulis menempuh perjalanan perkuliahan.
8. Pika Sari, Eka Efriana, teman seperjuangan yang selalu menemani, memeberikan dukungan semangat selama penulisan skripsi ini. Terimakasih untuk kebersamaan, hal-hal baik dan segala perjuangan perjalanan kuliah.
9. Seluruh teman-teman KPI I angkatan 2019, terimakasih telah bersama-sama berjuang dalam proses belajar pada masa perkuliahan ini.
10. Almamater tercinta Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun dari pembaca, penulis sangat harapkan demi perbaikan skripsi ini di masa mendatang, dan semoga memberi manfaat bagi kita semua.

Bandar Lampung, Juni 2023
Penulis

Dian Lestari
NPM. 1941010513

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
SURAT PERNYATAAN	vi
PERSETUJUAN PEMBIMBING	vii
PENGESAHAN	viii
MOTTO	ix
PERSEMBAHAN	x
RIWAYAT HIDUP	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii

BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul.....	1
B. Latar Belakang Masalah.....	4
C. Fokus dan Sub Fokus Penelitian.....	8
D. Rumusan Masalah.....	8
E. Tujuan Penelitian.....	8
F. Manfaat Penelitian.....	9
G. Kajian Penelitian Dahulu Yang Relevan.....	9
H. Metode Penelitian.....	12
I. Sistematika Penulisan.....	18

BAB II PESAN DAKWAH, DESAIN KOMUNIKASI VISUAL DAN ANALISIS SEMIOTIKA

A. Pesan Dakwah.....	21
1. Pengertian Pesan Dakwah.....	21
2. Unsur-unsur Dakwah.....	24
3. Tema-Tema Pesan Dakwah.....	26
4. Karakteristik Pesan Dakwah.....	39
5. Pesan Dakwah dalam Desain Komunikasi Visual.....	41
B. Desain komunikasi visual.....	45
1. Pengertian Desain komunikasi visual.....	45
2. Elemen Desain komunikasi visual.....	47
3. Prinsip Desain komunikasi visual.....	55
C. Semiotika.....	57

1. Pengertian Semiotika.....	57
2. Tahapan Analisis Semiotika.....	59
3. Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure.....	60

BAB III PESAN DAKWAH PADA AKUN INSTAGRAM

@gendhukstory

A. Gambaran Umum Akun Instagram	
@gendhukstory	69
1. Profil Akun Instagram @gendhukstory.....	69
2. Profil Pemilik Akun Instagram	
@gendhukstory.....	70
3. Visi Misi Akun Instagram @gendhukstory	72
B. Konten Pesan Dakwah Dalam Akun	
@gendhukstory	73

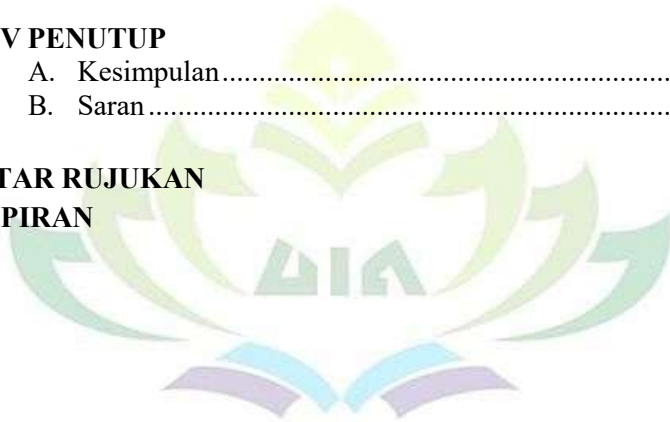
**BAB IV ANALISIS SEMIOTIKA PESAN DAKWAH
DALAM DESAIN KOMUNIKASI VISUAL AKUN
INSTAGRAM @gendhukstory 91**

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	121
B. Saran	122

DAFTAR RUJUKAN

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 Jenis Dan Karakter Tipografi	48
2.2 Warna dan Karakternya	52
4.1 Elemen Semiotika Ferdinand De Saussure	92
4.2 Elemen Semiotika Ferdinand De Saussure	95
4.3 Elemen Semiotika Ferdinand De Saussure	98
4.4 Elemen Semiotika Ferdinand De Saussure	101
4.5 Elemen Semiotika Ferdinand De Saussure	104
4.6 Elemen Semiotika Ferdinand De Saussure	107
4.7 Elemen Semiotika Ferdinand De Saussure	110
4.8 Elemen Semiotika Ferdinand De Saussure	113
4.9 Elemen Semiotika Ferdinand De Saussure	116



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Struktur Teori Semiotika Ferdinand De Saussure	62
3.1 Screenshoot Profil Instagram @gendhukstory	69
3.2 Kejarlah Akhirat, Dunia Kau Dapat	73
3.3 “ <i>Don’t be sad, Allah with us</i> ”	75
3.4 Semua ketetapan yang sudah terjadi adalah yang terbaik untuk diri	76
3.5 Ketika Merasa Sakit Karena Ucapan Seseorang.....	78
3.6 Kaya itu bukan ketika kita mampu membeli, tetapi ketika kita mampu memberi.....	80
3.7 Ujian adalah bentuk kasih sayang Allah, untuk menaikkan derajat hamba-nya	82
3.8 Dalam Mengejar Rezeki, Janganlah Mengejar Jumlahnya.....	84
3.9 Semoga setiap aktivitas kita bernilai ibadah, agar tak hanya dapatkan lelah namun juga berkah	86
3.10 Suatu hari nanti, semoga Allah izinkan kesini bersama orang yang kita cintai dan sayangi.....	88



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 SK Judul
- Lampiran 2 Surat Perubahan Judul
- Lampiran 3 Kartu Konsultasi
- Lampiran 4 Turnitin
- Lampiran 5 Pedoman Wawancara
- Lampiran 6 Dokumentasi Data
- Lampiran 7 Dokumentasi Wawancara



BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Penegasan judul adalah salah satu hal terpenting dalam penulisan karya ilmiah untuk menghindari kesalahpahaman dalam pembahasan, sehingga maksud yang terkandung dalam judul lebih jelas sekaligus sebagai pembatas pembahasan lebih lanjut. Adapun judul penelitian ini adalah **“Pesan Dakwah Dalam Desain Komunikasi Visual Pada Akun Instagram @gendhukstory (Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure)”**.

Pesan Dakwah adalah sesuatu yang ingin disampaikan oleh seorang da'i kepada mad'u dalam proses dakwah, yang menjadi pesan atau materi dakwah yaitu semua ajaran Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis. Keduanya merupakan kerangka pedoman mutlak bagi umat islam. Sementara pengembangan materi dakwah mencakup seluruh kultur islam yang murni bersumber dari kedua sumber pokok tersebut.¹ Ajaran islam yang di jadikan pesan dakwah dapat dikelompokkan sebagai berikut: akidah, syariat, dan akhlaqul karimah (budi pekerti).

Pesan dakwah ditujukan untuk semua umat manusia khususnya umat muslim yang ada di muka bumi ini untuk selalu bertaqwa kepada Allah SWT., pesan dakwah juga sangat mempengaruhi orang lain agar bersikap dan bertingkah laku seperti apa yang diserukan oleh da'i. Islam menegaskan setiap muslim sesungguhnya adalah juru dakwah yang mengemban tugas untuk menjadi teladan moral di tengah masyarakat.² Pesan dakwah secara operasional adalah proses

¹ Abdullah, *Ilmu Dakwah: Kajian Ontologi, Epistemologi, Aksiologi Dan Aplikasi Dakwah* (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2018), 127.

² Nanda Aulia Pratiwi, *“Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Buku “Kamulah Wanita Tangguh Itu” Karya Arum Faiza. DKK”*, (Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2021), 3.

penyampaian pesan agama dengan menggunakan metode, strategi, dan alat komunikasi yang sesuai untuk mencapai tujuan dakwah yang ditentukan. Desain Komunikasi Visual atau biasa disebut DKV merupakan seni dalam menyampaikan informasi atau pesan dengan menggunakan bahasa visual yang disampaikan melalui media berupa desain. Media ini dapat berupa elemen desain grafis yang terdiri dari gambar, huruf, warna, komposisi dan layout. Adi Kusrianto menyatakan bahwa kekuatan utama dalam penyampaian pesan dalam komunikasi visual adalah sesuatu yang dapat dilihat dan digunakan untuk menyampaikan suatu arti, makna, atau pesan.³

Desain Komunikasi Visual mengkaji dan mempelajari desain dengan berbagai pendekatan baik hal yang menyangkut komunikasi, media, citra tanda maupun nilai. Desain komunikasi Visual juga mengkaji hal-hal yang berkaitan dengan komunikasi dan pesan, teknologi percetakan, penggunaan teknologi multimedia dan teknik persuasi pada masyarakat.⁴ Desain komunikasi visual adalah proses merancang dan menciptakan elemen-elemen visual, seperti gambar, grafik, tipografi, warna, dan tata letak yang efektif untuk menyampaikan pesan secara visual. Desainer mempertimbangkan penggunaan warna yang tepat, pemilihan jenis huruf yang cocok, serta kesesuaian desain dengan medium atau saluran komunikasi yang digunakan. Tujuan utama desain komunikasi visual adalah menciptakan komunikasi yang jelas, menarik, dan efektif dalam menyampaikan pesan kepada audiens yang dituju.

Analisis Semiotika dapat didefinisikan sebagai ilmu yang mempelajari objek-objek, peristiwa-peristiwa, seluruh

³ Ari Wibowo, "Digitalisasi Dakwah Di Media Sosial Berbasis Desain Komunikasi Visual," *Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam* 02, no. 02 (2020): 182–83.

⁴ "Pusat Pendidikan Desain Komunikasi Visual Modern Di Yogyakarta," n.d., 26.

kebudayaan sebagai tanda. Menurut Saussure, tanda adalah kesatuan dari dua bidang yang tidak dapat dipisahkan, seperti halnya selembar kertas. Artinya, sebuah tanda (berwujud kata atau gambar) mempunyai dua aspek yang ditangkap oleh indera kita yang disebut *signifier*, bidang penanda atau bentuk. Aspek lainnya disebut *signified*, bidang petanda atau konsep atau makna.⁵

Secara operasional, analisis semiotika melibatkan beberapa tahapan analisis. Pertama, pengumpulan data atau materi yang akan dianalisis, seperti teks, gambar, atau benda visual lainnya. Kemudian, tanda-tanda dalam materi tersebut diidentifikasi, baik yang bersifat linguistik (kata, frasa) maupun visual (gambar, simbol). Setelah itu, tanda-tanda tersebut dianalisis untuk mengungkapkan struktur dan hubungannya. Dalam penelitian ini analisis yang digunakan adalah analisis semiotika Ferdinand De Saussure, dimana dalam konsep semiotika tersebut menitikberatkan dua elemen utama yaitu *signifier* (penanda) dan *signified* (petanda).

Akun instagram @gendhukstory merupakan akun yang berfokus pada pesan dakwah berupa rangkaian kata-kata sederhana (*quotes*) yang singkat dan menarik tentang makna hidup, yang diambil dari kegiatan keseharian sehingga orang-orang mudah menerima. Akun ini cukup aktif dan memiliki kurang lebih 88,1 ribu pengikut, mengikuti 2.300 akun, dan memiliki 759 unggahan.

Berdasarkan penegasan judul di atas, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini mempelajari tentang pesan dakwah berupa aqidah, akhlak dan syariah dalam desain komunikasi visual yang terdapat pada akun Instagram @gendhukstory. Postingan yang di teliti yaitu mulai dari bulan Juli 2022 sampai Februari 2023 yang berjumlah 9 postingan.

⁵ Nilnan Ni'mah, "Dakwah Komunikasi Visual," *Islamic Communication Journal* 1, no. 1 (2016): 104–20, <https://doi.org/10.21580/icj.2016.1.1.1241>.

B. Latar Belakang

Pesatnya kemajuan teknologi industri dan teknologi informasi di era revolusi industri 4.0 telah melahirkan peradaban baru bagi umat manusia, kemajuan ini memberikan tantangan dan peluang yang kompleks dalam dakwah. Ari Wibowo mengutip buku Muhtadi yang berjudul “Pribumisasi Islam; Ikhtiar Menggagas Fiqh Kontektual”, mengatakan bahwa aktivitas dakwah tidak lagi terbatas pada penyampaian lisan dari mimbar ke mimbar atau hanya di majelis taklim. Pesan-pesan dakwah juga harus memenuhi kebutuhan masyarakat akan informasi mengenai nilai-nilai keislaman.⁶ Oleh karena itu, penyampaian dakwah telah meluas ke cara-cara modern, termasuk melalui desain komunikasi visual.

Dalam konteks saat ini, desain komunikasi visual banyak digunakan untuk menyampaikan pesan moral dan agama, baik melalui media cetak maupun media digital. Desain komunikasi visual berhubungan erat dengan tren seni dalam menyampaikan pesan dakwah. Konten kreator bersaing untuk membuat tulisan dakwah yang menarik dan kemudian bekerja sama dengan para desainer untuk memvisualisasikan cover dan isi tulisan agar menarik perhatian pembaca. Hal ini membuktikan bahwa kombinasi antara dakwah dan desain komunikasi visual menjadi cara yang efektif untuk mengenalkan nilai-nilai Islam kepada khalayak.

Di era modern desain komunikasi visual mulai banyak diterapkan untuk mempercantik tampilan sehingga memudahkan pembaca dalam memahami isi dari informasi. Penerapan desain komunikasi visual pada media digital juga menjadi suatu keunggulan dalam penyajian informasi. Oleh karena itu saat ini banyak konten kreator yang menggunakan program desain komunikasi visual sebagai media kemasan dakwah untuk memudahkan *mad'u* (umat) dalam memahami

⁶ Wibowo, “*Digitalisasi Dakwah Di Media Sosial Berbasis Desain Komunikasi Visual*,” 108.

pesan-pesan Islam yang di kontruksi secara interaktif untuk memperbaiki perilaku umat menjadi lebih baik.

Desain komunikasi visual adalah ilmu yang mempelajari konsep komunikasi dan ungkapan daya kreatif, yang diterapkan dalam berbagai media komunikasi visual. Desain ini melibatkan elemen-elemen seperti gambar (ilustrasi), huruf, warna, komposisi, dan layout. Semua elemen tersebut digunakan untuk menyampaikan pesan secara visual, audio, dan audio visual kepada target sasaran yang dituju (audiens). Setiap elemen yang tertuang dalam karya desain komunikasi visual memiliki maksud dan tujuan tertentu sesuai dengan keinginan dari desainer. Pesan dakwah yang ada dalam gambar atau karya desain komunikasi visual bisa diketahui dengan cara memahami setiap unsur yang ada dalam gambar tersebut.

Ditinjau dari sudut pandang seni, desain komunikasi visual merupakan bagian dari seni terapan yang membahas tentang perencanaan dan perancangan bentuk-bentuk komunikasi visual.⁷ Desain komunikasi visual mampu memberikan rasa nyaman kepada masyarakat dengan karya yang turut memerhatikan efeknya terhadap psikologis penontonnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa desain komunikasi visual berperan besar dalam penyampaian informasi.

Desain komunikasi visual menggunakan berbagai perangkat lunak dan aplikasi desain grafis seperti Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, CorelDraw, Inkscape, Gimp, dan lain-lain. Pesan-pesan dakwah yang dirancang dengan menggunakan desain komunikasi visual kemudian disebarluaskan melalui berbagai platform media sosial yang populer saat ini,

⁷ KIrana Natalia Lia Angraini S, *Desain Komunikasi Visual, Dasar-Dasar Panduan Untuk Pemula* (Bandung: Nuansa Cendikia, 2014), 15.

salah satunya adalah Instagram. Instagram memungkinkan pengguna untuk berbagi foto, gambar, dan bahkan video.⁸

Konten dakwah berupa desain komunikasi visual yang di sampaikan melalui instagram sangat tergantung pada tampilan visual. Rangsangan visual menjadi sebuah cara yang paling umum untuk mendukung keberhasilan penyampaian informasi. Tidak hanya menerima informasi dalam sajian visual saja, namun pada perkembangannya setiap individu di era digital perlahan dituntut untuk bisa menyajikan dan mengekspresikan segala informasi secara visual.⁹ Salah satu akun yang menggunakan desain komunikasi visual untuk menyampaikan pesan dakwahnya yaitu akun instagram @gendhukstory, dakwah secara visual yang dijalankan oleh akun ini cukup memikat, dapat dilihat dari jumlah likenya yang mencapai ratusan sampai ribuan di setiap postingan dan penggunaan ilustrasi yang cukup menarik.

Dalam berdakwah, akun instagram @gendhukstory awalnya menjadikan anak muda sebagai sasaran dakwahnya, seiring berjalannya waktu sasaran dakwahnya berkembang sesuai dengan usia pemilik akun yaitu Dita Nurul Abidah. Akun ini mengunggah konten berupa ungkapan pikiran dan perasaan tentang kehidupan sehari-hari, cerita kehidupan orang lain, atau terinspirasi dari film yang kemudian dituangkan melalui gambar ilustrasi karakter si Gendhuk. Konten dakwah yang diupload menitikberatkan terhadap permasalahan kehidupan sehari-hari.

Berangkat dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Luthfi Hidayah, mahasiswa Insitut Pesantren Sunan Drajat Lamongan tahun 2023 berjudul “Analisis desain Komunikasi Visual Dakwah Pada Akun Instagram

⁸ Luthfi Hidayah, “Analisis desain Komunikaiss Visual Dakwah Pada Akun Instagram @nuonlinejatim Sebagai Media Dawah Di Era Digital”, *Journal of Broadcasting and Islamic Communication Studies* 03, no. 01 (2023): 25.

⁹ Rahina nugrahani, *Muslimah Dakwah Visual Di Jagat Virtual* (Semarang: LPPM UNNES, 2021), 9.

@NUOnlineJatim Sebagai Media Dawah Di Era Digital” yang mengungkapkan bahwa dakwah melalui desain komunikasi visual di akun Instagram @NUOnlineJatim telah menerapkan dan mempertimbangkan elemen-elemen desain yang ada, seperti garis, bentuk, tipografi, warna, ilustrasi dan layout. Sehingga desain poster dakwah yang dihasilkan dapat dikategorikan sebagai karya visual yang cukup baik, hal itu didasarkan dari kejelasan informasi, keterbacaan teks, dan mampu mengemas pesan dakwah dengan mudah.¹⁰ Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian kualitatif deskriptif.

Maka berbeda dengan penelitian terdahulu yang bertujuan untuk mengevaluasi kualitas visual poster dakwah di akun Instagram @NUOnlineJatim berdasarkan elemen-elemen desain yang digunakan sedangkan tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan memahami makna dalam desain komunikasi visual pada akun Instagram @gendhukstory melalui pendekatan semiotika Ferdinand De Saussure dengan fokus pada elemen tipografi, ilustrasi, dan warna. Dalam analisis semiotika Saussure ada dua komponen penting yaitu *signifier* dan *signified* yang menurut Saussure tidak bisa dipisahkan satu sama lain. *Signifier* merupakan gambaran visual yang ditangkap otak kita, dan *signified* adalah kesan dari pikiran kita tentang apa yang ditangkap oleh otak.¹¹ Dari kombinasi tersebut, penulis menilai bahwa setiap unsur atau tanda dalam desain komunikasi visual bukan hanya sekedar benda mati yang dilihat manusia tetapi juga elemen yang memiliki makna yang mendalam.

¹⁰ Luthfi Hidayah, “Analisis desain Komunikais Visual Dakwah Pada Akun Instagram @nuonlinejatim Sebagai Media Dawah Di Era Digital”, *Journal of Broadcasting and Islamic Communication Studies* 03, no. 01 (2023): 25.

¹¹ Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), 47.

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk mengungkap lebih dalam mengenai pesan dakwah yang disampaikan melalui desain komunikasi visual pada akun Instagram @gendhukstory. Penelitian ini akan menerapkan analisis semiotika Ferdinand De Saussure untuk memahami makna pesan dakwah yang terkandung dalam setiap unsur atau tanda dalam desain komunikasi visual.

C. Fokus dan Sub Fokus Penelitian

Agar penelitian ini dapat dilakukan lebih fokus, sempurna dan mendalam maka peneliti memandang fokus penelitian ditujukan agar mempermudah dalam penyusunan. Berdasarkan latar belakang di atas, yang menjadi titik fokus penelitian ini adalah pesan dakwah yang terdapat dalam elemen-elemen desain komunikasi visual pada akun instagram @gendhukstory. Sedangkan sub fokus dalam penelitian ini adalah pesan dakwah yang mengandung pesan aqidah, akhlak dan syariah yang di analisis menggunakan semiotika Ferdinand De Saussure.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini yaitu, “Apa saja pesan dakwah yang terdapat dalam elemen desain komunikasi visual pada konten instagram @gendhukstory berdasarkan analisis semiotika Ferdinand De Saussure?”

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitiannya yaitu untuk mengetahui pesan dakwah yang terdapat dalam elemen desain komunikasi visual pada konten Instagram @gendhukstory berdasarkan analisis semiotika Ferdinand De Saussure.

F. Manfaat Penelitian

Manfaat dalam penelitian pada penulisan skripsi ini adalah secara umum dapat diklasifikasikan menjadi dua kategori, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi literatur terutama untuk penelitian desain komunikasi visual dengan model analisis semiotika Ferdinand De Saussure sebagai dasar penelitiannya.

2. Manfaat Praktis

- a.** Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman untuk berdakwah dengan cara yang berbeda, terutama di kalangan mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung yang mempunyai minat dan bakat di bidang desain komunikasi visual atau desain grafis.
- b.** Diharapkan bisa mempertahankan kualitas dalam menyajikan konten, dan cara menyampaikan pesan dakwah oleh akun instagram @gendhukstory melalui media sosial instagram.
- c.** Penelitian ini diharapkan bisa memberikan motivasi pembaca dalam menjadikan media sosial sebagai wadah menyebarkan kebaikan, serta meningkatkan kualitas diri.

G. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Dalam penelitian terdahulu, ada beberapa penelitian yang relevan dengan penelitian yang penulis kaji. Oleh sebab itu, penulis melakukan peninjauan terhadap penelitian yang sudah ada sebelumnya. Adapun beberapa penelitian terdahulu tersebut yaitu:

- 1.** Skripsi Nadya Khennis Rozana berjudul “Makna Karakter Desain Komunikasi Visual Website NU Online Sebagai Media Dakwah (Analisis Semiotika Ferdinand De

Saussure)”, pada tahun 2019, mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya. Permasalahannya adalah karena adanya fakta bahwa di era digital, desain komunikasi visual memiliki kemampuan untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap segala hal yang bersifat visual. Bahwasanya media online berbeda dengan media yang lainnya terutama dari sisi desain. Penelitian ini berfokus pada makna dari karakter desain komunikasi visual website NU Online.¹²

Perbedaan dalam penelitian ini, Nadya Khennis Rozana berfokus pada makna karakter desain komunikasi visual website NU Online sebagai media dakwah. Penelitian ini menggunakan analisis semiotika Ferdinand De Saussure untuk memahami makna pesan dakwah yang terkandung dalam unsur atau tanda dalam desain komunikasi visual. Sedangkan peneliti berfokus pada pesan dakwah yang terkandung dalam setiap elemen (tipografi, ilustrasi dan warna) atau tanda dalam desain komunikasi visual. Persamannya sama-sama menggunakan analisis semiotika Ferdinand De Saussure untuk memahami makna pesan dakwahnya.

2. Penelitian Luthfi Hidayah berjudul “Analisis desain Komunikais Visual Dakwah Pada Akun Instagram @NUOnlineJatim Sebagai Media Dawah Di Era Digital”, *Journal of Broadcasting and Islamic Communication Studies*, Insitut Pesantren Sunan Drajat Lamongan, 2023. Pembahasan ini hadir karena media sosial Instagram telah banyak digunakan untuk media penyebaran pesan dakwah melalui desain komunikasi visual. nuonlinejatim merupakan organisasi yang gencar memanfaatkan Instagram sebagai media dakwah. Mulai dari konten yang baik dan berbobot pada akun Instagram ini, di tambah

¹² Nadya Khennis Rozana, “Makna Karakter Desain Komunikasi Visual Website NU Online Sebagai Media Dakwah (Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure)”, (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2019). 4.

dengan tampilan visual yang memanjakan mata maka tentunya dapat menambah kepuasan tersendiri bagi mad'u dalam mengakses suatu konten dakwah.¹³ Penelitian ini melihat sebuah seni visual dilapangan mengenai desain komunikasi visual yang terdapat dalam postingan akun Instagram nuonlinejatim.

Perbedaan dalam penelitian ini, Luthfi Hidayah berfokus pada analisis desain komunikasi visual dakwah pada akun Instagram @NUOnlineJatim sebagai media dakwah di era digital. Penelitian ini melihat seni visual yang terkandung dalam postingan akun Instagram tersebut. Sedangkan peneliti berfokus pada pesan dakwah yang terkandung dalam setiap elemen (tipografi, ilustrasi dan warna) atau tanda dalam desain komunikasi visual dan menggunakan analisis semiotika Ferdinand De Saussure untuk memahami makna pesan dakwahnya. Persamannya sama-sama menganalisis seni visual yang terkandung dalam postingan akun Instagram.

3. Penelitian Ilyunal Iqbal Kahfi, mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Sunan Ampel, berjudul “Karakter Desain Dakwah Visual pada Akun Instagram @lemonmove”. Permasalahan yang diteliti adalah dakwah dengan menggunakan visual memiliki daya tarik tersendiri yang dapat memikat pembacanya sejak pertama kali melihat. Peran visual sangat penting untuk menarik perhatian khalayak, bahkan bisa dibilang lebih penting dari pesan yang ingin disampaikan. Pemenuhan konten dakwah melalui visual yang berkualitas sudah menjadi sebuah kebutuhan di era digital ini. Kebutuhan itu harus dipenuhi agar dakwah bisa eksis di media sosial, maka penelitian ini fokus pada karakter desain dakwah visual yang ada pada

¹³ Luthfi Hidayah, “Analisis desain Komunikais Visual Dakwah Pada Akun Instagram @nuonlinejatim Sebagai Media Dawah Di Era Digital”, *Journal of Broadcasting and Islamic Communication Studies* 03, no. 01 (2023): 25.

instagram @lemonmove yang memiliki ciri khas tersendiri.¹⁴

Perbedaan dalam penelitian ini, Ilyunal Iqbal Kahfi berfokus pada pada karakter desain dakwah visual pada akun Instagram @lemonmove dan menggunakan analisis model Miles dan Huberman. Sedangkan peneliti berfokus pada pesan dakwah yang terkandung dalam setiap elemen (tipografi, ilustrasi dan warna) atau tanda dalam desain komunikasi visual dan menggunakan analisis semiotika Ferdinand De Saussure untuk memahami makna pesan dakwahnya. Persamannya sama-sama menganalisis seni visual yang terkandung dalam postingan akun Instagram.

H. Metode penelitian

Suatu penelitian bertujuan untuk memahami permasalahan sehingga dapat di kembangkan kebenarannya, maka diperlukan metode dalam penelitian tersebut. Hal ini dimaksudkan agar penelitian yang dilakukan dapat berjalan dengan baik dan mencapai hasil yang diharapkan.

1. Jenis dan Sifat Penelitian

a. Jenis penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian pustaka (*Library Reserch*). Penelitian pustaka adalah penelitian yang dilaksanakan dengan mengumpulkan data/informasi dari berbagai kepustakaan, baik berupa buku, catatan, internet, dokumen lain dan sebagainya. Teknik ini dilaksanakan dengan cara membaca, menelaah dan mencatat berbagai literatur atau bahan bacaan yang sesuai dengan pokok bahasan, kemudian disaring dan dituangkan dalam

¹⁴ Ilyunal Iqbal Kahfi, "Karakter Desain Dakwah Visual pada Akun Instagram @lemonmove, (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2021). 4.

kerangka pemikiran teoritis.¹⁵ Dipilihnya penelitian ini adalah peneliti mengharapkan bisa mengungkap makna pesan dakwah melalui desain komunikasi visual pada akun instagram @gendhukstory. Data dan informasi yang ditemukan dari sumber-sumber kepustakaan akan menjadi dasar untuk mengembangkan kerangka teoritis yang akan digunakan dalam analisis penelitian.

b. Sifat penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif dengan menggunakan pendekatan analisis semiotika. Penelitian ini melihat seni visual mengenai elemen-elemen desain komunikasi visual yang terdapat dalam postingan akun instagram @gendhukstory. Penelitian ini memfokuskan data yang diinterpretasikan melalui analisis pemaknaan yang diamati menggunakan analisis semiotika.

Analisis semiotika merupakan metode atau cara yang digunakan untuk menganalisis dan memberikan makna-makna terhadap suatu teks, lambang, simbol atau tanda (*sign*) baik yang terdapat pada media massa yaitu berita, tayangan televisi, sinetron dan sebagainya, dan yang terdapat di luar media massa seperti, gambar, lukisan, patung dan sebagainya. Peneliti menilai semiologi Saussure sesuai dengan penelitian ini, karena adanya konsep *signifier* dan *signified* yang menurut Saussure tidak bisa dipisahkan satu sama lain. *Signifier* merupakan gambaran visual yang ditangkap otak kita dan *signified* adalah kesan dari pikiran kita terhadap apa yang ditangkap oleh otak.¹⁶

¹⁵ Kartini kartono, *Pengantar Metodologi Research* (Bandung: ALUMNI, 1993), 78.

¹⁶ Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, 47.

2. Subjek dan Objek penelitian

Subjek penelitian adalah sesuatu seperti orang, benda atau lembaga seperti organisasi yang akan diteliti. Subjek merupakan sumber tempat memperoleh keterangan penelitian. Subjek yang diteliti dalam penelitian ini ialah akun instagram @gendhukstory. Sedangkan Objek adalah masalah apa yang akan diteliti atau masalah yang harus dipecahkan melalui penelitian. Objek dalam penelitian ini adalah pesan dakwah dalam karya desain komunikasi visual di akun instagram @gendhukstory yang dianalisis menggunakan semiotika Ferdinand De Saussure.

3. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari dua sumber yaitu sumber data primer (pokok) dan sumber data sekunder (pembantu/pelengkap), uraiannya sebagai berikut:

a. Data primer

Data primer merupakan data yang diperoleh peneliti secara langsung dari sumber data asli sebagai objek penulisan. Teknik *probability sampling* atau random sampling yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.¹⁷ Dalam pengambilan sampel data, penulis menggunakan teknik pengambilan sampel berupa *simple random sampling (probability sampling)*.

Alasan penulis menggunakan teknik tersebut, karena mengingat populasi yang begitu banyak. Untuk lebih jelasnya, teknik random

¹⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017), 218.

sampling ini penulis menggunakan jenis *Simple random sampling*, dikatakan *simple* (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Cara demikian dilakukan bila anggota populasi dianggap homogen.¹⁸ Berdasarkan teknik di atas, sampel yang memenuhi sebanyak 8,11% dari 111 postingan selama delapan bulan yaitu dari bulan Juli 2022 sampai Februari 2023 terdapat 9 postingan. Sembilan postingan tersebut terbagi dalam pesan dakwah berupa aqidah sebanyak 3 postingan, Akhlak sebanyak 3 postingan dan syariah sebanyak 3 postingan. Yang akan dianalisis berfokus pada postingan yang mengandung pesan dakwah dan postingan memiliki like mulai dari 1.100-4.700 like.

b. Data sekunder

Data sekunder merupakan data pelengkap dan data penunjang dalam penelitian. Data tersebut dapat berupa literature atau teori yang berkaitan dengan subjek dan objek penelitian tambahan. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari buku-buku referensi, seperti buku Pengantar Linguistik Umum karya Ferdinand De Saussure dan buku Semiotika Komunikasi karya Alex Sobur, jurnal, artikel ilmiah, internet dan berita atau informasi yang terkait dengan subjek atau objek penelitian yaitu akun Instagram @gendukstory.

4. Metode Pengumpulan Data

Berikut metode yang digunakan penulis untuk memperoleh data dalam penelitian ini:

¹⁸ Ibid.

a. Metode *Interview* (Wawancara)

Menurut Moleong wawancara adalah kegiatan percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh kedua belah pihak yaitu pewawancara dan yang di wawancarai. Wawancara biasanya bermaksud untuk memperoleh keterangan, pendirian, pendapat secara lisan dari seseorang yang biasa disebut responden.¹⁹

Dalam hal ini penulis menggunakan jenis *interview* (wawancara) bebas terpimpin yaitu pewawancara secara bebas bertanya apa saja dan harus menggunakan acuan pertanyaan lengkap dan terperinci agar data-data yang diperoleh sesuai dengan harapan. Peneliti melakukan wawancara dengan pemilik akun instagram @gendhukstory melalui *Whatsapp*.

b. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Data dokumen bisa berupa tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain. Dokumen yang berbentuk karya misalnya karya seni yang dapat berupa gambar, patung, film dan lain-lain.²⁰ Peneliti mengumpulkan dokumentasi berupa screenshot konten yang diposting dalam akun instagram @gendhukstory yang mengandung pesan dakwah untuk mengetahui elemen desain

¹⁹ Mamik, *Metodologi Kualitatif* (Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2015), 108.

²⁰ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2019), 314.

komunikasi visual dan kemudian dianalisis menggunakan teori semiotika Ferdinand De Saussure.

5. Analisis Data

Analisis data adalah proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan.²¹ Analisis data juga bisa digunakan sebagai jawaban atas rumusan masalah dalam sebuah penelitian serta untuk menganalisis makna yang terdapat di balik informasi, data, dan suatu proses fenomena sosial.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan analisis semiotika model Ferdinand De Saussure. Menurut Saussure tanda terbagi menjadi tiga komponen yaitu: Tanda (*sign*), meliputi aspek material (suara, huruf, gambar, gerak, bentuk). Penanda (*signifier*), adalah aspek material dari bahasa apa yang dikatakan atau didengar dan apa yang ditulis atau dibaca. Petanda (*signified*), adalah gambaran mental, pikiran, dan konsep. Petanda adalah aspek mental dari bahasa.

Ketiga unsur tersebut harus saling berhubungan tanpa menghilangkan salah satu unsur. Dalam semiotika terdapat fungsi signifikasi yaitu fungsi dalam menyampaikan semua konsep, isi, serta makna. Fungsi signifikasi merupakan fungsi dimana penanda (*signifier*) yang bersifat konkret dimuati dengan konsep-konsep abstrak atau makna yang secara umum disebut petanda (*signified*).²²

²¹ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2019), 189.

²² R.F. Marta and Virgitta Septyana, "Semiotika Pemasaran Pada Brand Value Melalui Sign Berupa Layout Berita Dan Iklan Ibadah Haji (Studi Komparasi Pada Harian Pos Kota Dengan Rakyat Merdeka)," *Semiotika : Jurnal Komunikasi* 9, no. 2 (2015): 488, <https://journal.ubm.ac.id/index.php/semiotika/article/download/24/18>.

Analisis ini dimaksudkan agar dapat mengungkapkan makna yang lebih mendalam tentang apa saja pesan dakwah yang terdapat dalam elemen desain komunikasi visual pada akun instagram @gendhukstory. Pada penelitian ini mengambil beberapa postingan karya visual pada akun instagram @gendhukstory yang mengandung pesan dakwah yaitu pesan aqidah, akhlak dan syariah. Adapun tahapan analisis yang digunakan yaitu:

1. Penulis mengambil gambar berupa *screenshot* pada akun instagram @gendhukstory yang telah dipilih untuk diteliti.
2. Penulis mencari tanda-tanda dalam gambar, kemudian menganalisis menggunakan teori semiotika Ferdinand De Saussure berupa penanda dan petanda.
3. Selanjutnya dikaitkan dengan makna pesan dakwah yang mengandung akhlak, aqidah, dan syariah pada elemen desain komunikasi visual.

I. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah tahapan dalam penelitian maka disusunlah sistematika pembahasan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang penegasan judul, latar belakang masalah, fokus dan sub fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian yang relevan, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II PESAN DAKWAH, DESAIN KOMUNIKASI VISUAL DAN ANALISIS SEMIOTIKA

Bab ini memuat rinci deskripsi tentang uraian teori yang relevan dan terkait dengan tema penelitian. Landasan teori *pertama* membahas pesan dakwah yang meliputi: Pengertian pesan dakwah, Unsur-unsur Dakwah, Tema-tema pesan

dakwah, Karakteristik pesan dakwah dan Pesan dakwah dalam desain komunikasi visual. *Kedua*, membahas Desain Komunikasi Visual yang meliputi: Pengertian desain komunikasi visual, Elemen desain komunikasi visual dan Prinsip desain komunikasi visual. *Ketiga*, membahas Semiotika yang meliputi: Pengertian Semiotika, Tahapan Analisis Semiotika dan Analisis semiotika Ferdinand De Saussure.

BAB III PESAN DAKWAH PADA AKUN @gendhukstory

Bab ini berisi uraian dari gambaran umum objek penelitian ini dan penyajian data. Gambaran umum, meliputi: Profil akun instagram @gendhukstory, profil pemilik, visi misi serta konten-konten pesan dakwah yang terdapat pada akun instagram @gendhukstory.

BAB IV ANALISIS SEMIOTIKA PESAN DAKWAH DALAM DESAIN KOMUNIKASI VISUAL PADA AKUN @gendhukstory

Bab ini berisi hasil penelitian berupa pembahasan secara analisis menggunakan teori semiotika Ferdinand De Saussure untuk mengetahui makna pesan dakwah yang terkandung dalam gambar pada postingan akun instagram @gendhukstory. Seperti adanya pesan dakwah aqidah, pesan dakwah akhlak, dan pesan dakwah syariah.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini memuat kesimpulan dan saran-saran. Kesimpulan menjelaskan secara ringkas seluruh temuan penelitian yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya dan ada hubungannya dengan masalah penelitian.



BAB II

PESAN DAKWAH, DESAIN KOMUNIKASI VISUAL DAN ANALISIS SEMIOTIKA

A. Pesan Dakwah

1. Pengertian Pesan Dakwah

Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan merupakan seperangkat lambang bermakna yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan.²³ Pesan adalah representasi gagasan komunikator yang dipertukarkan dalam wujud tanda-tanda tertentu (utamanya yang bersifat fisik), yang isinya mengandung maksud tertentu. Pesan biasanya dengan sengaja disalurkan oleh komunikator kepada komunikan untuk mendapatkan hasil tertentu, yang biasanya telah ditetapkan.²⁴

Sedangkan dakwah hakikatnya memiliki pengertian secara khusus. Secara etimologi berasal dari bahasa Arab yang bermakna panggilan, ajakan atau seruan. Dalam tata bahasa Arab, kata dakwah berbentuk sebagai isim masdar, kata ini berasal dari *fi'il* (kata kerja) *da'a, yad'u* yang artinya memanggil, mengajak atau menyeru. Seperti terdapat dalam firman Allah SWT. QS. Ali Imran ayat 104:

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

Artinya: “Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang

²³ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktik* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005), 18.

²⁴ Andrik Purwasito, “Analisis Pesan,” *Jurnal The Messenger* 9, no. 1 (2017): 105, <https://doi.org/10.26623/themessenger.v9i1.434>.

munkar; merekalah orang-orang yang beruntung.” (QS. Ali Imran [3]: 104).

Ayat ini menggambarkan pentingnya peran umat muslim sebagai perantara untuk perubahan positif dalam masyarakat. Dengan berperilaku baik dan mengajak kepada kebaikan, umat muslim dapat menjadi teladan yang baik dan memberikan kontribusi untuk menciptakan masyarakat yang lebih baik. Mereka yang melaksanakan tugas ini dengan sungguh-sungguh akan diberkahi dan dianggap sebagai orang-orang yang beruntung di sisi Allah swt.

Pesan dakwah adalah isi pesan komunikasi secara efektif terhadap penerima dakwah, pada dasarnya materi dakwah Islam, bergantung pada tujuan dakwah yang di capai sudah menjadi doktrin dan komitmen bahkan setiap muslim wajib berdakwah, baik itu secara perorangan ataupun dengan orang banyak, oleh karena itu dakwah harus terus di lakukan. Pesan dakwah tidak lain adalah Al-Islam yang bersumber kepada Al-Quran dan Al-Hadits sebagai sumber utama yang meliputi aqidah, syariah dan ahlak dengan sebagaimacam cabang ilmu yang di perolehnya. Jadi pesan dakwah atau materi dakwah adalah isi dakwah yang di sampaikan da'i kepada mad'u yang bersumber dari agama Islam.²⁵

Salah satu unsur dakwah adalah mad'u yakni manusia yang merupakan individu atau bagian dari komunitas tertentu.²⁶ Mad'u sebagai sentral dakwah yang hendak dicapai melalui dakwah untuk pemberdayaan masyarakat menuju lahirnya komunikasi. Maka, kepentingan dakwah itu berpusat kepada apa yang dibutuhkan oleh komunitas atau masyarakat (Mad'u), dan bukan apa yang dikehendaki da'i. Dakwah berorientasi

²⁵ Lakum, *Filsafat Dakwah* (Medan: Pusdikra Mitra Jaya, 2022), 37.

²⁶ Lalu Muchsin Effendi Faizah, *Psikologi Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2006), 70.

kepada kepentingan mad'u (*mad'u centered preaching*), dan tidak kepentingan da'i. Pesan dakwah adalah seluruh ajaran islam yang sering disebut dengan syari'at islam dan seluruh ajaran islam ini disampaikan oleh subjek dakwah terhadap objek dakwah. Keseluruhan materi dakwah bersumber pada dua sumber utama pokok ajaran Islam yaitu Al-Qur'an dan Al-hadist, Al-Qur'an merupakan sumber petunjuk sebagai landasan Islam, karena itu Al-Qur'an dijadikan sebagai materi utama dalam berdakwah dan menjadi landasan untuk menyampaikan pesan dakwah.

Sedangkan Al-hadist adalah sumber kedua Islam, hadist merupakan penjelasan-penjelasan dari Nabi Muhammad S.A.W dalam merealisasikan kehidupan berdasarkan Al-Qur'an dengan menguasai materi. Dengan sumber yang jelas maka seorang da'i akan lebih mudah untuk menguasai materi dakwah kemudian menyampaikannya kepada objek dakwah dengan berbagai media.²⁷

Dalam ilmu komunikasi pesan dakwah yaitu simbol-simbol. Dalam literature bahasa arab, pesan dakwah disebut *maudlu al-da'wah*. Istilah pesan dakwah dipandang lebih tepat untuk menjelaskan isi dakwah berupa kata, gambar, lukisan, dan sebagainya yang diharapkan dapat memberikan pemahaman bahkan perubahan sikap dan perilaku mitra dakwah. Jika dakwah melalui lisan, maka yang ucapkan pembicara itulah pesan dakwahnya. Jika yang dilakukan melalui tindakan, maka perbuatan baik yang dilakukan itulah pesan dakwah.²⁸

²⁷ Azmi Fadhilah Mujahid, Rachmat Effendi, and Fauzi Arief, "Analisis Isi Pesan-Pesan Dakwah Yang Terkandung Dalam Akun Instagram @Shiftmedia.Id," *Bandung Conference Series: Islamic Broadcast Communication* 2, no. 2 (2022): 107, <https://doi.org/10.29313/bcsibc.v2i2.3963>.

²⁸ Al-Maquro' Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, "Pesan Dakwah Dalam KH. Ahmad Mustofa Bisri Tentang Pembakaran Bendera Tauhid Di Youtube (Analisis Semiotika Charles Sander Pierce)" 02, no. 02 (2021): 91–92.

Dari uraian di atas pesan dakwah adalah pesan yang mengandung arti segala pernyataan yang berupa seperangkat lambang yang bermakna yang bersumber dari Al-Qur'an dan Sunah yang berupa ajaran Aqidah, Akhlak, dan Syariah yang disampaikan untuk mengajak manusia baik individu atau kelompok melalui media lisan maupun tulisan agar mengikuti ajaran Islam dan mampu mensosialisasikannya dalam kehidupan dengan tujuan mendapat kehidupan yang baik di dunia dan akhirat.

2. Unsur-unsur Dakwah

Menurut Wahidin Saputra dalam buku Pengantar Ilmu Dakwah, unsur-unsur dakwah adalah komponen-komponen yang terdapat dalam kegiatan dakwah. Unsur-unsur tersebut adalah *da'i* (pelaku dakwah), *mad'u* (mitra dakwah), *maddah* (materi dakwah), *wasilah* (media dakwah), *thariqah* (metode).²⁹

a. Da'i (pelaku dakwah)

Kata da'i berasal dari bahasa Arab yang berarti orang yang mengajak. Dalam pengertian yang khusus (pengertian Islam), da'i yaitu orang yang mengajak kepada orang lain baik secara langsung atau tidak langsung dengan kata-kata, perbuatan atau tingkah laku kearah kondisi yang baik atau lebih baik menurut syariat Al-Qur'an Dan Sunnah.

b. Mad'u (mitra dakwah)

Secara etimologi kata mad'u berasal dari bahasa Arab artinya objek atau sasaran. Secara terminologi mad'u adalah orang atau kelompok yang lazim dibuat jamaah yang sedang menuntut ajaran dari seorang da'i.

²⁹ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2012), 288–89.

c. Materi Dakwah

Materi adalah pesan yang disampaikan oleh seorang dai. Materi dakwah tidak lain adalah Islam yang bersumber dari Alquran dan Hadits sebagai sumber utama yang meliputi aqidah, syariah dan akhlak dengan berbagai ilmu yang diperoleh darinya.

d. Media Dakwah

Media dakwah adalah peralatan yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah, yaitu: Lisan, adalah media dakwah yang paling sederhana yang menggunakan lidah dan suara, dakwah dengan media ini dapat berbentuk pidato, ceramah, kuliah, bimbingan, penyuluhan, dan sebagainya. Tulisan adalah media dakwah melalui tulisan, buku, majalah, surat kabar, surat menyurat (korespondensi), spanduk dan sebagainya. Lukisan adalah media dakwah melalui gambar, karikatur, dan sebagainya. Audio visual, yaitu media dakwah yang merangsang indra pendengaran atau penglihatan dan kedua-duanya, seperti televisi, film slide, internet dan sebagainya.

e. Metode dakwah

Metode dakwah adalah cara, upaya atau langkah menyampaikan pesan kepada mitra dakwah untuk mencapai tujuan dakwah. Allah memberikan keadilan dan kebijaksanaan kepada umat manusia dalam proses berdakwah. Menurut Samsul Munir, Secara umum metode dakwah ada beberapa yaitu:³⁰

1) *Hikmah*

Hikmah yaitu berdakwah dengan memperhatikan situasi dan kondisi sasaran

³⁰ Munir, Muhammad, Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), 25.

dakwah dengan menitikberatkan pada kemampuan mereka, sehingga di dalam menjalankan ajaran-ajaran Islam selanjutnya mereka tidak lagi merasa terpaksa atau keberatan.

2) *Mau'izatul hasanah*

Mau'izatul hasanah adalah berdakwah dengan memberikan nasihat-nasihat atau menyampaikan ajaran Islam dengan rasa kasih sayang, lemah-lembut, sopan, santun, sehingga nasihat dan ajaran Islam yang disampaikan itu dapat menyentuh hati mereka.

3) *Mujadalah*

Mujadalah yaitu berdakwah dengan cara dialog, bertukar pikiran, dan membantah dengan cara sebaik-baiknya, argumentasi yang kuat, mengemukakan dalil *aqli* (logika) dan *naqli* (nash Quran dan hadits), dengan tidak memberikan tekanan-tekanan dan tidak pula dengan menjelekkkan yang menjadi mitra dakwah.

3. Tema-tema Pesan Dakwah

Materi dakwah tidak terlepas dari ajaran Islam itu sendiri, yaitu Al-Qur'an dan Hadits Rasulullah SAW. Da'i harus mampu memilih materi dakwah, sesuai dengan keadaan masyarakat Islam sehingga tercapai sasaran dakwah yang telah ditetapkan. Materi yang akan disampaikan da'i kepada mad'u harus dilihat sesuai situasi dan kondisi lingkungan masyarakat sekitar. Secara umum, materi dakwah diklasifikasikan menjadi tiga pokok yaitu:

a. Aqidah (keimanan)

Dalam bahasa arab akidah berasal dari kata *al-aqdu* yang berarti ikatan, *at-tautsiiqu* yang berarti

kepercayaan atau keyakinan yang kuat, *al-ihkaamu* yang artinya mengokohkan atau menetapkan dan *ar-rabthu biquw-wah* yang berarti mengikat dengan kuat. Sedangkan menurut istilah akidah adalah iman yang teguh dan pasti, yang tidak ada keraguan sedikit pun bagi orang yang meyakininya.

Meyakini sepenuh hati maksudnya kebenaran islam harus mengakar dan menancap kuat dalam hati sanubari kita, mendarah daging. Tidak boleh ada kebimbangan dan keraguan sedikitpun tentang kebenaran islam. Orang yang percaya bahwa yang menciptakan langit dan bumi adalah Allah Swt, namun dia tidak mau menerima hukum Allah, enggan melaksanakan perintah dan menjauhi larangan-Nya maka sebenarnya dia masih digolongkan kafir, seperti di jelaskan dalam surah An-Nisa ayat 136:³¹

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا آمِنُوا بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ وَالْكِتَابِ الَّذِي نَزَّلَ عَلَى
رَسُولِهِ وَالْكِتَابِ الَّذِي آتَزَّلَ مِنْ قَبْلُ وَمَنْ يَكْفُرْ بِاللَّهِ وَمَلَائِكَتِهِ
وَكُتُبِهِ وَرُسُلِهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ فَقَدْ ضَلَّ ضَلَالًا بَعِيدًا

Artinya: *Wahai orang-orang yang beriman, tetaplal beriman kepada Allah dan Rasul-Nya dan kepada kitab yang Allah turunkan kepada Rasul-Nya serta kitab yang Allah turunkan sebelumnya. Barangsiapa yang kafir kepada Allah, Malaikat- Malaikat-Nya, kitab-kitab-Nya, rasul-rasul-Nya, dan hari Akhir, Maka Sesungguhnya orang itu telah sesat sejauh-jauhnya.* (Q.S An-Nisa [4]: 136

Ayat ini juga menegaskan bahaya kekafiran terhadap Allah, Malaikat-Nya, kitab-kitab-Nya,

³¹ Saehudin Rosihon Anwar, *Akidah Akhlak* (Bandung: CV. PUSTAKA SETIA, 2019), 202.

rasul-rasul-Nya, dan hari Akhirat. Mengingkari atau tidak beriman kepada hal-hal tersebut akan membawa seseorang kepada kesesatan yang sangat jauh.

Aqidah dalam Islam adalah bersifat *'Itiqad bathiniyah* yang mencakup masalah-masalah yang erat hubungannya dengan iman: Iman kepada Allah, Iman kepada Malaikat-Nya, Iman kepada Kitab-Kitab-Nya, Iman kepada Rasul-Rasul-Nya, Iman kepada Hari Akhir, Iman kepada Qadha dan Qadhar. Iman kepada Allah mengharuskan memebenarkan semua yang diberitakan-Nya, diantaranya adalah kedatangan hari akhir. Iman kepada hari akhir berarti meyakini dengan sepenuh hati akan datangnya hari akhir dan munculnya alam akhirat tempat manusia mempertanggungjawabkan di hadapan Allah SWT. segala amal perbuatan ketika hidup didunia. Allah SWT. berfirman dalam Q.S Al-Baqarah ayat 281:

وَاتَّقُوا يَوْمًا تُرْجَعُونَ فِيهِ إِلَى اللَّهِ ثُمَّ تُوَفَّى كُلُّ نَفْسٍ مَّا كَسَبَتْ وَهُمْ لَا يُظْلَمُونَ

Artinya: “Dan takutlah pada hari (ketika) kamu semua dikembalikan kepada Allah. Kemudian, setiap orang diberi balasan yang sempurna sesuai dengan apa yang telah dilakukannya, dan mereka tidak dizalimi (dirugikan).” (Q.S Al-Baqarah [2]: 281)

Beriman pada Qadha dan qadar adalah setiap manusia wajib mempunyai iktikad atau keyakinan yang sungguh-sungguh bahwa segala sesuatu yang dilakukan oleh seluruh makhluk, baik sengaja, seperti makan, minu, duduk, berdiri ataupun yang tidak disengaja, seperti jatuh, terpeleset dan

sebagainya telah ditetapkan Allah SWT. Allah berfirman:³²

مَا أَصَابَ مِنْ مُصِيبَةٍ فِي الْأَرْضِ وَلَا فِي أَنْفُسِكُمْ إِلَّا فِي كِتَابٍ مِنْ قَبْلِ
 أَنْ نَبْرَأَهَا إِنَّ ذَلِكَ عَلَى اللَّهِ يَسِيرٌ

Artinya: “Tidak ada bencana (apa pun) yang menimpa di bumi dan tidak (juga yang menimpa) dirimu, kecuali telah tertulis dalam Kitab (Lauhulmahfuz) sebelum Kami mewujudkannya. Sesungguhnya hal itu mudah bagi Allah.” (Q.S Al-Hadid [57]: 22)

Ayat ini mengingatkan takdir Allah dan kekuasaan-Nya dalam menentukan segala peristiwa yang terjadi di bumi dan dalam kehidupan individu. Ayat ini mengajarkan kepada umat Muslim untuk memahami bahwa segala bencana dan ujian yang terjadi dalam kehidupan ini telah ditetapkan dalam ketentuan Allah sebelum ciptaan-Nya.

Aqidah Islam disebut tauhid dan merupakan inti dari kepercayaan. Aspek aqidah adalah yang akan membentuk akhlak (moral) manusia.³³ Dalam bidang akidah ini bukan saja pembahasannya tertuju pada masalah-masalah yang wajib diimani, akan tetapi materi dakwah juga meliputi masalah-masalah yang dilarang sebagai lawannya, misalnya syirik, ingkar dengan adanya Allah dan sebagainya.

b. Syariah

Syariah berasal dari kata *syara'a*, kata ini menurut ar-Rizi dalam bukunya Mukhtar-us Shihab bisa berarti *nahaja* (menempuh), *awdhaha* (menjelaskan) dan *bayyan-al masalik* (menunjukkan

³² Ibid., 234.

³³ Munir, Muhammad, Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*, 24.

jalan), sedangkan menurut Al-Jurjani syariah bisa juga disebut mazhab dan jalan yang lurus. Secara bahasa, syariah artinya peraturan atau undang-undang. Sedangkan secara istilah, syariah adalah hukum-hukum yang ditetapkan Allah SWT untuk mengatur manusia baik dalam hubungannya dengan Allah SWT, dengan sesama manusia, dengan alam semesta dan dengan makhluk ciptaan lainnya.

Materi dakwah yang bersifat syariah ini sangat luas dan mengikat seluruh umat Islam. Syariah ini bersifat universal yang menjelaskan hak-hak umat Muslim dan non-Muslim bahkan hak seluruh umat manusia. Dengan adanya materi syariah ini, maka tatanan sistem dunia akan teratur dan sempurna. Materi dakwah yang menyajikan unsur syariah harus dapat menggambarkan atau memberikan informasi yang jelas di bidang hukum dalam bentuk status hukum yang bersifat wajib, *mubah* (dibolehkan), *mandub* (dianjurkan), *makruh* (diajarkan supaya tidak dilakukan) dan *haram* (dilarang).

1) Ibadah

Ibadah (dalam arti sempit) seperti, thaharah, shalat, zakat, puasa, haji bagi yang mampu. Ibadah secara umum memiliki arti mengikuti, arti mengikuti segala hal yang dicintai Allah dan di ridhoi-Nya, baik perkataan maupun perbuatan lahir dan batin. Dalam Islam, ibadahlah yang memberikan latihan rohani yang diperlukan manusia. Semua ibadah yang ada di dalam Islam seperti shalat, puasa, zakat dan haji, bertujuan untuk membuat ruh manusia agar senantiasa tidak lupa kepada Allah SWT, bahkan senantiasa dekat dengan Tuhan. Karena tujuan diciptakan manusia adalah untuk

beribadah kepada-Nya. Allah Berfirman dalam surah Az-Zariyat ayat 56:³⁴

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ

Artinya: *Dan Aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan supaya mereka beribadah kepada-Ku.* (Q.S Az-Zariyat [51]: 56).

Ayat ini menyatakan tujuan utama penciptaan jin dan manusia oleh Allah. Allah menciptakan makhluk ini dengan tujuan agar mereka menyembah dan beribadah kepada-Nya. Ibadah di sini meliputi segala bentuk pengabdian, taat, dan pemujaan kepada Allah.

Penciptaan jin dan manusia memiliki makna yang lebih mendalam daripada sekadar penciptaan fisik. Allah menghendaki agar makhluk-Nya mengenal, memperoleh pengetahuan, dan menjalankan perintah-perintah-Nya dengan sepenuh hati.

2) Muamalah

Menurut bahasa, muamalah berasal dari kata *'amala, ya'amilu, muamalatan*, artinya saling bertindak, saling berbuat, dan saling mengamalkan. Menurut istilah, pengertian muamalah dapat dibagi menjadi dua macam, yaitu pengertian muamalah dalam arti luas dan pengertian muamalah dalam arti sempit, definisi muamalah dalam arti luas menurut Muhammad Yusuf Musa yaitu, Peraturan-peraturan Allah yang harus diikuti dan ditaati dalam hidup

³⁴ Abdul Kallang, "Konteks Ibadah Menurut Al-Quran," *Al-Din: Jurnal Dakwah Dan Sosial Keagamaan* 4, no. 2 (2018): 2, <https://doi.org/10.35673/ajdsk.v4i2.630>.

bermasyarakat untuk menjaga kepentingan manusia.³⁵

Muamalah dalam arti luas mencakup berbagai aspek kehidupan manusia, beberapa bidang hukum yang terkait dengan muamalah meliputi: *Al-Qununul Khas* (Hukum Perdata): Merujuk pada hukum yang mengatur hubungan pribadi, hak kepemilikan, kontrak, hibah, wasiat, warisan, dan permasalahan hukum lainnya antara individu atau pihak-pihak swasta. *Waratsah* (Hukum Niaga): Merujuk pada hukum yang mengatur transaksi dan kegiatan bisnis, termasuk perjanjian jual beli, sewa-menyewa, perjanjian kerjasama, hukum perseroan terbatas, dan hukum dagang lainnya. *Munakahat* (Hukum Nikah): Merujuk pada hukum yang mengatur pernikahan, perceraian, hak dan kewajiban suami istri, serta masalah keluarga lainnya.

Selain itu, terdapat pula aspek-aspek hukum publik yang juga menjadi bagian dari muamalah, di antaranya: *Hinayah* (Hukum Publik): Merujuk pada hukum yang berkaitan dengan keamanan dan perlindungan publik, termasuk hukum pidana, hukum polisi, dan hukum kejahatan lainnya. *Khalafah* (Hukum Negara): Merujuk pada hukum yang mengatur tata cara pemerintahan, sistem politik, pembentukan undang-undang, kekuasaan negara, dan aspek hukum yang berkaitan dengan pemerintahan suatu negara. *Jihad* (Hukum Perang dan Damai): Merujuk pada

³⁵ Rachmat Syafe'i, *Fiqih Muamalah* (Bandung: CV. PUSTAKA SETIA, 2020), 15.

hukum yang mengatur konflik bersenjata, pertahanan negara, perdamaian, dan prinsip-prinsip hukum internasional yang berkaitan dengan perang dan perdamaian. Dalam muamalah, berbagai aspek hukum ini menjadi bagian integral dalam mengatur hubungan sosial, ekonomi, keluarga, dan kehidupan sehari-hari manusia dalam masyarakat.

Sedangkan pengertian muamalah dalam arti sempit didefinisikan oleh para ulama salah satunya menurut Idris Ahmad yang berpendapat bahwa muamalah adalah aturan Allah yang mengatur hubungan manusia dengan manusia dalam usahanya mendapatkan alat-alat keperluan jasmaninya dengan cara yang paling baik. Perbedaan pengertian muamalah dalam arti sempit dengan pengertian muamalah dalam arti luas adalah cakupannya. Sedangkan persamaannya ialah sama-sama mengatur hubungan manusia dengan manusia dalam kaitan dengan pemutaran harta.³⁶

Dalam praktiknya umat Islam dianjurkan untuk menghasilkan dan berperan dalam berbagai bentuk aktivitas ekonomi, seperti bertani, berkebun, menangkap ikan, perkilangan, perdagangan. Islam memberkati pekerjaan dunia ini dan menjadikannya sebagai ibadah dan jihad. Oleh karenanya bekerja bagi seorang Muslim adalah suatu upaya sungguh-sungguh dengan mengeluarkan semua aset, fikir, dan zikirnya sebagai bentuk aktual atau menampakkan dirinya sebagai hamba Allah

³⁶ Moh Syadeli, "Corporate Social Responsibility CSR | Corporate Social Responsibility | Globalization" 2, no. 2 (2013): 5, <https://www.scribd.com/doc/16870363/Corporate-Social-responsibility-CSR>.

yang harus menundukkan dunia dan menempatkan dirinya sebagai bagian dari masyarakat yang terbaik. Untuk mendapatkan rezeki yang baik maka manusia perlu untuk bekerja dengan benar sesuai dengan perintah Allah. Firman Allah di dalam Al-Quran:³⁷

وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللّٰهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ اِلَى
عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ

Artinya: “Dan katakanlah: Bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui akan yang gaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan”. (Q.S. At-Taubah [9]:105)

c. Akhlak

Secara umum, akhlak mencakup segala pengertian tentang tingkah laku, perangai, dan karakter manusia yang baik maupun yang buruk dalam hubungannya dengan sang pencipta maupun dengan sesama makhluk ciptaanya. Akhlak berasal dari bahasa Arab yaitu *Khuluqun* yang dapat diartikan sebagai budi pekerti, perangai, maupun tingkah laku.³⁸ Secara terminologi akhlak adalah suatu keinginan yang ada di dalam jiwa yang akan dilakukan dengan perbuatan tanpa melibatkan akal dan pikiran, atau dengan kata lain akhlak adalah sifat yang melekat dalam jiwa seseorang yang

³⁷ Azuar Juliandi, “Paramater Prestasi Kerja Dalam Perspektif Islam,” *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis* 14, no. 01 (2014): 34, <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/mbisnis/article/view/118>.

³⁸ Rosihon Anwar, *Akidah Akhlak*, 225.

menjadikan seseorang itu dengan mudah melakukan sesuatu tanpa banyak pertimbangan.³⁹

Pribadi Rasulullah adalah contoh yang paling tepat untuk dijadikan teladan dalam membentuk pribadi yang akhlakul karimah, sebagaimana firman Allah pada surah Al-Ahzab ayat 21:⁴⁰

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ
وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا

Artinya: “*Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan Dia banyak menyebut Allah.*” (Q.S Al-Ahzab [33]: 21)

Ayat ini menyampaikan pesan bahwa Rasulullah Muhammad saw. adalah teladan yang baik bagi umat Muslim. Beberapa poin penting dalam ayat ini adalah ayat ini mengajak umat Muslim untuk memperhatikan dan mengikuti teladan Rasulullah Muhammad saw. sebagai contoh yang baik dalam kehidupan mereka. Dengan mengambil teladan dari beliau, umat Muslim dapat mengamalkan ajaran Islam dengan benar, berharap mendapatkan rahmat Allah, dan mempersiapkan diri untuk hari kiamat.

Yang menjadi materi akhlak dalam Islam adalah mengenai sifat dan kriteria perbuatan manusia serta berbagai kewajiban yang harus dipenuhinya. Karena semua manusia harus mempertanggung jawabkan setiap perbuatannya,

³⁹ Retno Widiyastuti, *Kebaikan Akhlak Dan Budi Pekerti* (Semarang: ALPRIN, 2010), 2.

⁴⁰ Rosihon Anwar, *Akidah Akhlak*, 263.

maka Islam mengajarkan perbuatan dan kewajiban yang mendatangkan kebahagiaan, bukan siksaan.

Kedatangan Nabi SAW. adalah dalam rangka menyempurnakan akhlak manusia, sebagaimana ungkapan Rasulullah SAW.:⁴¹

إِنَّمَا بُعِثْتُ لِأَتَمِّمَ مَكَارِمَ الْأَخْلَاقِ

Artinya: “*Sesungguhnya aku diutus hanya untuk menyempurnakan akhlak yang mulia.*” (H.R. Malik)

Hadis ini menunjukkan salah satu tujuan utama diutusnya Nabi Muhammad saw. oleh Allah. Beliau dikirim sebagai seorang Nabi dan Rasul untuk memperbaiki dan menyempurnakan akhlak manusia. Akhlak yang mulia merujuk pada sikap dan perilaku yang baik, luhur, dan sesuai dengan tuntunan agama. Melalui pembinaan akhlak yang mulia, umat Muslim diharapkan dapat mencapai kedekatan dengan Allah, memperoleh kebahagiaan di dunia dan akhirat, serta menjadi teladan yang baik bagi masyarakat sekitarnya.

Secara garis besar, akhlak dapat dikelompokkan menjadi lima yaitu:⁴²

- 1) Akhlak kepada Allah SWT. yaitu Menauhidkan Allah, berbaik sangka kepada Allah, dzikrullah (mengingat Allah) dan tawakal.
- 2) Akhlak terhadap diri sendiri. Akhlak terhadap diri sendiri adalah pemenuhan kewajiban seseorang terhadap dirinya sendiri, baik yang menyangkut kebutuhan jasmani maupun rohani, adapun akhlak atau perilaku terpuji antara lain: sabar, jujur, percaya diri, ramah dan sopan,

⁴¹ M. Tata Taufik, *Etika Komunikasi Islam (Komparasi Komunikasi Islam Dan Barat)* (Bandung: Pustaka Setia, 2012), 234.

⁴² Rosihon Anwar, *Akidah Akhlak*, 280.

bekerja kerasa dan disiplin, dan ikhlas. Ketika ditimpa ujian dan cobaan dari Allah maka kita harus bersikap sabar, seperti dijelaskan dalam surah Al-Baqarah ayat 155-156:⁴³

وَإِذْ قُلْتُمْ يَا مُوسَى لَنْ نُؤْمِنَ بِكَ حَتَّىٰ نَرَىٰ اللَّهَ جَهْرَةً فَأَخَذَتْكُمُ الصَّعِقَةُ
وَإِنَّكُمْ تَنْظُرُونَ

ثُمَّ بَعَثْنَاكُمْ مِنْ بَعْدِ مَوْتِكُمْ لَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ

Artinya: *Dan Kami pasti akan menguji kamu dengan sedikit ketakutan, kelaparan, kekurangan harta, jiwa, dan buah-buahan. Sampaikanlah kabar gembira kepada orang-orang sabar, (yaitu) orang-orang yang apabila ditimpa musibah, mereka mengucapkan “Innā lillāhi wa innā ilaihi rāji‘ūn” (sesungguhnya kami milik Allah dan kepada-Nyalah kami kembali). (Al-Baqarah [2]:155-156)*

- 1) Akhlak terhadap keluarga. Keluarga adalah sekelompok orang yang memiliki hubungan darah sebagai hasil dari adanya ikatan perkawinan. Akhlak dalam keluarga seperti berbakti kepada orang tua, bersikap baik kepada saudara dan lain sebagainya.
- 2) Akhlak terhadap masyarakat, seperti berbuat baik kepada tetangga, menolong orang lain dan lain-lain. Umat Muslim diajarkan untuk menggunakan harta mereka dengan cara yang baik dan bermanfaat, serta untuk membantu mereka yang membutuhkan dengan memberikan kepada mereka yang berhak menerima. Seperti dijelaskan dalam Surat Al-Isra' ayat 26-27:

⁴³ Ibid., 288.

وَأْتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تَبْذِرْ تَبَذِيرًا
 إِنَّ الْمُبْذِرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۗ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Artinya: “Berikanlah kepada kerabat dekat haknya, (juga kepada) orang miskin, dan orang yang dalam perjalanan. Janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya para pemboros itu adalah saudara-saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya.” (Q.S Al-Isra' [17]: 26-27)

Ayat ini menekankan pentingnya memberikan harta kepada kerabat yang membutuhkan, orang miskin, dan orang yang dalam perjalanan. Ayat ini juga menekankan untuk tidak menghambur-hamburkan harta secara boros, karena hal tersebut termasuk tindakan yang tidak disukai Allah.

- 3) Akhlak terhadap lingkungan, seperti memelihara binatang, memelihara dan menyayangi tumbuhan.

Terdapat dua jenis akhlak di dalam Islam, yaitu *akhlaqul mahmudah* (akhlak terpuji) dan *akhlaqul madzmumah* (akhlak tercela), sebagai berikut:⁴⁴

- 1) Akhlak Tercela (*akhlaqul madzmumah*)
Akhlaqul madzmumah ialah perangai atau tingkah laku pada tutur kata yang tercermin pada diri manusia, cenderung melekat dalam bentuk yang tidak menyenangkan orang lain. Sifat-sifat buruk dalam kehidupan manusia tergambar dari perkataan dan perbuatannya. Sifat-sifat buruk itu secara umum yaitu Dengki, Iri Hati, Angkuh (Sombong), *Nifaq* (munafiq), dan *riya'*.
- 2) Akhlak Terpuji (*akhlaqul mahmudah*)
 Akhlak yang baik ialah tingkah laku yang terpuji yang merupakan tanda kesempurnaan

iman seseorang kepada Allah. Akhlak mahmudah dilahirkan berdasarkan sifat-sifat terpuji. Al-Ghazali menerangkan bentuk keutamaan bentuk keutamaan akhlak mahmudah yang dimiliki seseorang misalnya sabar, benar dan tawakal, itu dinyatakan sebagai gerak jiwa dan gambaran batin seseorang yang secara tidak langsung menjadi akhlaknya. Adapun bentuk-bentuk akhlak mahmudah yaitu: Sabar (Sabar dalam menjalankan ketaatan, Sabar terhadap maksiat, Sabar dalam menghadapi musibah), *Istiqamah*, Memelihara Amanah, Adil, Kasih Sayang, Berani, Bersifat Kuat (*Al-Quwwah*), Menepati Janji, *Ridla* (menerima kenyataan), dan *Tawadhu'* (rendah hati).

4. Karakteristik Pesan Dakwah

Pesan dakwah terdiri dari ajaran islam yang disampaikan oleh Rasulullah SAW kepada umatnya, baik dalam Al-Qur'an maupun Hadis. Untuk memahami kedua sumber pesan dakwah tersebut, dibutuhkan pengetahuan yang mendalam tentang metodologinya, antara lain: usul fiqih, ilmu tafsir, dan ilmu Hadis. Pengetahuan metodologi ini penting bagi pendakwah agar tidak terjadi penyimpangan atau kekeliruan dalam

menggalikan pesan dakwah. Dengan demikian karakteristik pesan dakwah adalah sebagai berikut:⁴⁵

- a. Orisinalitas merupakan pesan dakwah islam yang benar-benar berasal dari Allah Swt telah menurunkan wahyu melalui malaikat jibril kepada Nabi Muhammad Saw, selanjutnya Nabi Saw mendakwahkan wahyu tersebut untuk membimbing manusia ke jalan yang benar.
- b. Rasionalitas, dakwah mengajarkan rasionalitas ajaran islam. Salah buktinya adalah ajaran keseimbangan (*al-mizan*) keseimbangan merupakan posisi di tengah-tengah di antara dua kecenderungan. Dua kecenderungan yang saling bertolak belakang pasti terjadi dalam kehidupan manusia.
- c. Universal yaitu mencakup semua bidang kehidupan dengan nilai-nilai mulia yang diterima oleh semua manusia beradab. Ajaran islam mengatur hal-hal yang paling kecil dalam kehidupan manusia hingga hal yang paling besar.
- d. Kemudahan yaitu ajaran islam juga menjadi karakter pesan dakwah. Semua perintah islam bisa ditoleransi dan diberi keringanan jika menemui kesulitan dalam pelaksanaannya.

Pesan dakwah yang memenuhi sejumlah karakteristik di atas dapat semakin meneguhkan keimanan seorang muslim. Orang-orang di luar islam pun mengagumi butir-butir ajaran islam walaupun mereka tidak mengimaninya. Mereka juga kagum bagaimana kaum muslimin bersedia berkorban apa saja demi keyakinan itu. Kehebatan agama Allah SWT. yang disajikan dalam dakwah tidak akan berpengaruh secara maksimal jika salah dalam memilih metode

⁴⁵ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana Perdana Media, 2017), 290.

penyampaiannya. Dengan metode yang tepat sesuatu yang sulit bisa menjadi mudah, lawan bisa menjadi kawan, dan yang semula dirasakan sebagai beban kewajiban berubah menjadi kenikmatan.

5. Pesan Dakwah dalam Desain Komunikasi Visual

Yusuf Al-Qardawi mengatakan bahwa hukum mengenai gambar-gambar dan lukisanlukisan seni yang dilukis di lembaran-lembaran, seperti kertas, pakaian, dinding, lantai, uang dan sebagainya. Menurut Qardawi harus dilihat terlebih dahulu tujuan gambar itu dan apa tujuan pelukisnya. Al-Qardawi mengatakan bahwa jika gambar itu berbentuk sesuatu yang disembah selain Allah, seperti gambar al-Masih bagi orang-orang Kristen atau sapi bagi orang-orang Hindu dan sebagainya, maka bagi pelukisnya untuk tujuan-tujuan tersebut adalah menyiarkan kekufuran dan kesesatan.

Yusuf Al-Qardawi juga mengatakan bahwa pembuatannya tidak dibolehkan apabila bertujuan untuk menandingi ciptaan Allah, yakni dia beranggapan bahwa dia dapat membuat dan menciptakan model terbaru dari ciptaan Allah. Orang yang melukis dengan tujuan itu maka berlaku terhadapnya ancaman dari hadis Nabi Saw. yaitu: Rasulullah *shallallahu ‘alaihi wasallam* bersabda: *“Sesungguhnya orang-orang yang paling keras siksanya pada hari kiamat adalah orang-orang yang membuat sesuatu yang menyamai ciptaan Allah.”*

Mengenai hukum gambar atau lukisan Yusuf Qardawi membagi hukum gambar itu kepada yang diharamkan dan kepada yang dibolehkan. Adapun yang termasuk gambar atau lukisan yang diharamkan menurut Yusuf Qardawi ialah:

- a. Gambar atau lukisan yang disucikan oleh pemiliknya secara keagamaan. Yang termasuk dalam kategori ini seperti gambar-gambar malaikat

dan para Nabi, seperti Nabi Ibrahim, Ishak, Musa dan sebagainya. Gambar-gambar ini biasanya dikuduskan oleh orang-orang Nasrani, dan kemudian sebagian orang Islam ada yang menirunya, yaitu dengan melukiskan Ali r.a. Fatimah, dan lain-lain untuk diagungkan.

- b. Gambar atau lukisan yang diagung-agungkan secara keduniaan, yang termasuk dalam kategori ini adalah seperti gambar raja-raja, pemimpin-pemimpin dan seniman-seniman. Tetapi kalau gambar tersebut tidak seberapa dosanya namun dosanya akan meningkat apabila yang dilukis itu orang-orang kafir, orang-orang zalim atau orang-orang yang fasik, misalnya para hakim yang menghukum dengan selain hukum Allah, para pemimpin yang mengajak ummat untuk berpegang kepada selain agama Allah atau seniman-seniman yang mengagung-agungkan kebatilan dan menyiarkan kecabulan di kalangan ummat.

Adapun yang termasuk gambar yang dibolehkan menurut Yusuf Qardawi adalah:

- a. Lukisan makhluk-makhluk yang tidak bernyawa seperti tumbuhan-tumbuhan, pohonpohon, laut, gunung, matahari, bulan, bintang dan sebagainya.
- b. Gambar atau lukisan bernyawa yang tidak ada unsur-unsur larangan yaitu bukan untuk disucikan dan diagung-agungkan dan bukan pula untuk maksud menyaingi ciptaan Allah.⁴⁶

Berdakwah adalah kewajiban bagi setiap manusia harus dilakukan dengan cara ramah dan berdakwah juga

⁴⁶ Tarmizi M Jakfar and Universitas Islam Negeri Ar-raniry, "Membuat Gambar Dalam Perspektif Hukum Islam (Studi Perbandingan Antara Yusuf Qar Ād Awi Dan Muhammad Ali Al- Ş Abuni)," no. May 2019 (2021): 96–98, <https://doi.org/10.22373/dusturiyah.v9i1.4758>.

tidak harus dilakukan oleh para ustad atau ustadzah. Karena sejatinya berdakwah adalah melakukan amar ma'ruf nahi munkar yaitu mengajak dalam kebaikan dan mencegah kemungkaran. Media dakwah untuk menyampaikan pesan bisa dari apa saja salah satunya adalah media gambar ataupun media visual. Kebanyakan orang lebih menyukai gambar visual dari pada teks maupun bacaan bahkan lisan.

Pesan-pesan dakwah digital sampai sekarang ini masih mengalami kendala dalam berbagai aspek akibat keterbatasan sumber daya da'i dan mubaligh dalam bidang desain komunikasi visual sebagai media produksi kemasan informasi. Keterbatasan ini memperlambat penyebaran pesan-pesan dakwah dalam memudahkan para da'i dan mubaligh dalam mengakses Hadis Al-Quran pandangan para ulama dalam berbagai literatur disiplin ilmu demi kebutuhan dakwah masih minim. Pesan dakwah tidak boleh monoton, tetapi ia laksana supermarket da'i dan mubaligh perlu menyediakan berbagai macam pilihan kebenaran bagi mad'u sesuai karakter budaya tingkat pendidikan yang dimiliki mad'u. Kemasan yang lebih menarik untuk memberikan ketertarikan kepada orang untuk mengikuti ajaran tersebut.

Seorang desainer yang profesional perlu mengetahui komposisi. Komposisi berarti mengorganisasi unsur-unsur rupa yang disusun dalam karya desain komunikasi visual untuk memanjakan mata mad'u jika mengakses data, atau dapat dimaknai juga komposisi menurut Syarifudin, komposisi adalah menempatkan suatu objek berdasarkan fungsi/karakter yang tepat sehingga dapat memudahkan panca indra manusia dalam menyerap pesan-pesan dakwah. Hal ini diperkuat oleh teori Mc Luhan bahwa media adalah merupakan perpanjangan panca indra manusia maka

unsur-unsur yang perlu diperhatikan dalam kemasan dakwah adalah prinsip-prinsip komposisi pesan dakwah antara lain:

- a. Kesatuan satu ide yang tersusun dari unsur-unsur warna garis *text* cita rasa yang saling mendukung dan membentuk satu kekuatan karakter yang indah dan menarik perhatian panca indra manusia.
- b. Menentukan dominasi dalam sebuah titik fokus sehingga pesan yang disampaikan bisa tepat sasaran. Misalnya dalam sebuah karya desain komunikasi visual seni budaya Islam. Terdapat brosur tentang sejarah masuk Islam di Maluku. Dalam tulisan itu ditonjolkan tokoh pembawa Islam dengan menggunakan bahasa khas sehingga orang dengan mudah inti pesan yang disampaikan.
- c. Dominasi ukuran sebuah karya desain komunikasi visual ukuran memiliki daya tarik tersendiri. untuk semua bidang perlu diberi sentuhan garis sehingga semua bidang saling menunjang dan mengokohkan.
- d. Dominasi warna setiap karya ada warna yang mendominasi sesuai visi dan misi dari semangat yang melatarbelakangi pembuatan sebuah karya. Gunakan warna yang saling mendukung tidak kontra produktif antara warna yang satu dengan warna yang lain. Setiap sentuhan garis dan warna memiliki makna filosofi yang memiliki nilai estetika.
- e. Dominan pada letak penempatan faktor penunjang sebuah karya seni desain komunikasi visual digital adalah tempat lingkungan dimana diletakkan atau dipajang yang mudah dilihat oleh orang. Menyatukan arah setiap karya harus memiliki *point of view*. sebagai daya tarik awal dari mad'u.
- f. Menyatukan bentuk-bentuk yang tidak boleh terlalu rumit sehingga responden sulit mencerna respon yang ingin disampaikan. Dengan demikian Pesan

- yang disampaikan harus jelas dan memiliki, satu kesatuan bentuk yang dapat memacu adrenalin responden sehingga mudah dicerna.
- g. Keseimbangan atau balance yang dimaksudkan disini adalah sebuah bidang ruang titik fokus objek yang di desain memiliki simetris memusat dan menyebar. Ketiga model keseimbangan ini memiliki karakter dan kekuatan tersendiri sebagai seorang desainer hanya perlu memperhatikan kondisi budaya dan naluri (psikolog) responden setempat.⁴⁷

B. Desain Komunikasi Visual

1. Pengertian Desain Komunikasi Visual

Desain secara etimologi berasal dari beberapa serapan bahasa yang diambil dari bahasa itali yaitu “*Designo*” yang secara gramatikal berarti gambar.⁴⁸ Menurut Adi Kusrianto, desain didasarkan pada perancangan estetika, cita rasa dan kreativitas. Meskipun pernyataan visual ditujukan untuk indera penglihatan, namun melalui perspektif media kita dapat mengembangkan imajinasi dan kreativitas dengan kemungkinan yang berbeda. Sedangkan Komunikasi visual terdiri dari dua kata yaitu komunikasi dan visual, komunikasi sendiri berarti kegiatan menyampaikan pesan tertentu pada komunikan yang ingin kita kirimkan pesan, sementara itu kata visual merupakan kata serapan dari bahasa Inggris “visual” tetapi kata utamanya berasal dari bahasa latin yaitu *videre* yang artinya melihat, maka dapat disimpulkan bahwasannya visual merupakan suatu objek yang bisa kita lihat.

⁴⁷ Syarifudin, *Paradigma Teori Desain Grafis* (Ambon: IAIN Ambon Press, 2011), 192.

⁴⁸ Klirana Natalia Lia Angraini S, *Desain Komunikasi Visual, Dasar-Dasar Panduan Untuk Pemula* (Bandung: Nuansa Cendikia, 2014), 13–14.

Wulyanto mengatakan komunikasi visual adalah komunikasi yang menggunakan unsur visual sebagai sarana utama dalam proses penyampaian pesan, unsur tersebut adalah sesuatu yang dapat dilihat dan dipakai untuk menyampaikan arti, makna, dan mediana.⁴⁹

Berdasarkan pengertian di atas, desain komunikasi visual adalah tahap perancangan yang menggunakan keterampilan dan kreativitas untuk menyampaikan pesan kepada audiens melalui visualisasi. Agar pesan desain komunikasi visual bisa mudah dimengerti dan disukai oleh komunikan, maka dalam hal ini desainer merancang terlebih dahulu Pesan yang ingin disampaikan dengan menggunakan berbagai macam *software* desain grafis dengan memperhatikan unsur-unsur dan prinsip desain.

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 serta *Layout* (tata letak atau perwajahan). Dengan demikian, gagasan bisa diterima oleh orang atau kelompok yang menjadi sasaran penerima pesan.⁵⁰

Ruang lingkup desain komunikasi visual sangat beragam seperti: desain periklanan, desain identitas usaha, desain marka lingkungan, desain multimedia, desain grafis industri, desain grafis media, cerita bergambar, fotografi, videografi, ilustrasi, Animasi, dan media interaktif. Sedangkan ditinjau dari fungsi dan tujuannya desain komunikasi visual memiliki 3 (tiga)

⁴⁹ Ana Yuli Astanti, *Bekerja Sebagai Desainer Grafis* (Jakarta: Erlangga, 2018), 23.

⁵⁰ Adi Kusrianto, *Pengantar Desain Komunikasi Visual* (Yogyakarta: Andi, 2007), 2.

fungsi dasar yaitu; sarana identifikasi, sarana informasi dan instruksi, serta sarana presentasi dan promosi.

Bidang desain komunikasi visual lebih menekankan pada komunikasi yang efektif (pemahaman) dari penikmatnya. Ada tiga konsep mendasar yang harus dicapai dalam desain komunikasi visual: konsep komunikasi, melalui ekspresi kreatif dan, melalui berbagai media. Oleh karena itu, bidang desain komunikasi visual hendaknya tidak subyektif (mengutamakan ekspresi) untuk mencapai konsep komunikasi. Secara konseptual, desain komunikasi visual merupakan proses komunikasi yang diwujudkan melalui ekspresi kreatif dengan berbagai bentuk media visual.⁵¹

2. Elemen Desain Komunikasi Visual

Elemen atau unsur merupakan bagian dari suatu karya desain. Elemen-elemen tersebut saling berhubungan satu sama lain. Untuk mewujudkan suatu tampilan visual, ada beberapa elemen yang diperlukan, yaitu:

a. Tipografi

Tipografi berasal dari kata Yunani *tupos* (yang diguratkan) dan *graphoo* (tulisan) Tipografi memiliki peran yang penting bagi terciptanya karya desain visual. Karya-karya yang lahir senantiasa mewakili semangat zaman. Seorang desainer harus mampu menyikapi setiap kebutuhan karya visual melalui dimensi yang terdapat dalam tipografi.

Tipografi adalah seni menyusun huruf-huruf sehingga dapat dibaca tetapi masih mempunyai nilai desain. Tipografi digunakan sebagai metode untuk menerjemahkan kata-kata (lisan) ke dalam bentuk tulisan (visual). Fungsi bahasa visual ini adalah

⁵¹ Ni Nyoman Sriwitari dan I Gusti Nyoman Widnyana, *Desain Komunikasi Visual* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), 9.

untuk mengkomunikasikan ide, cerita dan informasi melalui segala bentuk media, mulai dari label pakaian, tanda-tanda lalu lintas, poster, buku, surat kabar dan majalah. Karena itu pekerjaan seorang tipografer (penata huruf) tidak dapat lepas dari semua aspek kehidupan sehari-hari.⁵²

Rangkaian huruf dalam sebuah kata atau frase tidak hanya dapat menyampaikan makna yang berarti sesuai gagasan, tetapi juga memiliki kemampuan untuk mengungkapkan citra atau gagasan secara visual. Hal ini dikarenakan di dalam sebuah huruf memiliki nilai fungsional dan estetika. Maka, pemilihan huruf disesuaikan dengan perasaan yang diinginkan.⁵³ Dalam usaha memahami karakter desain kita perlu mempelajari tentang huruf. Setiap huruf memiliki identitas visual yang membedakan antara satu sama lain. Cara mengenali huruf dapat dilihat dari gaya (*style*) dari huruf tersebut. Dalam tipografi, jenis dan bentuk huruf dapat diklasifikasikan menjadi beberapa kelompok, antara lain adalah:⁵⁴

Tabel 2.1 Jenis Dan Karakter Tipografi

Jenis huruf	Keterangan	Karakter
Huruf Tak Berkait (<i>Sans Serif</i>)	<i>Sans Serif</i> merupakan huruf yang tidak memiliki kait atau sirip pada ujung, bertangkai tebal, sederhana dan	Ramah, kurang formal, kenyamanan, sederhana dan akrab. Memiliki keuntungan yakni mudah dibaca. Cocok

⁵² christine Suharto Cenadi, "Elemen-Elemen Dalam Desain Komunikasi Visual," *NIRMANA* Vol. 1, No, no. 3 (1999): 5, <https://doi.org/10.3181/00379727-206-43745>.

⁵³ Adi Kusrianto, *Pengantar Desain Komunikasi Visual* (Yogyakarta: Andi, 2009), 191.

⁵⁴ Maria Fitriah, *Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Komunikasi Visual* (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 33.

<p>Aa</p>	<p>mudah dibaca serta karakter huruf kurang formal. Contoh: Arial, Acant Garde, Switzerland, Vaground, Si Kancil dan lain-lain.</p>	<p>untuk huruf desain di layar komputer web, e-book, desain untuk pertelevisian dan media elektronik lainnya.</p>
<p>Huruf Berkait (<i>Serif</i>)</p> <p>Aa</p>	<p><i>Serif</i> adalah huruf yang memiliki kait atau kaki diujungnya. Huruf <i>serif</i> memiliki ketebalan yang kontras, sifat huruf yang formal, berkesan sangat anggun dan konservatif. Contoh: Times New Roman, Garamond, Dwitan, Tiffany dan lain sebagainya.</p>	<p>Memiliki kesan formal, elegant, mewah, anggun, intelektual. Kurang mudah dibaca. Cocok untuk huruf desain media cetak seperti koran, skripsi, brosur dan media cetak</p>
<p>Huruf Tulis atau Latin (<i>Script</i>)</p> <p>Aa</p>	<p>Jenis ini berasal dari bentuk huruf tulisan tangan (<i>handwriting</i>). Huruf <i>script</i> memiliki kontras yang tebal dan memberikan kesan elegan dan sentuhan pribadi. Contoh: Brush Script, Shelley, Mystral, Comic Sans dan lain-lain</p>	<p>Sifatnya anggun, tradisional, pribadi, informal. Sulit dibaca apalagi terlalu banyak dan terlalu kecil. Cocok untuk desain undangan pernikahan, ualng tahun, keluarga dan lain-lain</p>
<p>Huruf Dekorative (<i>Graphic</i>)</p> <p>Aa</p>	<p>Huruf dekoratif tidak termasuk ke dalam huruf teks, sehingga tidak cocok digunakan untuk teks panjang. Bentuk desain hurufnya sangat</p>	<p>Memiliki karakter mewah, bebas, anggun, tradisional. Sangat sulit dibaca, hanya baik tampil satu huruf saja atau individu. Cocok</p>

	rumit dan sifatnya terbatas dalam penggunaannya. Contoh: Augsburg Initial, English dan lain-lain.	untuk aksent, hiasan, huruf pada awal alinea, dan logo perusahaan.
Comic Aa	Memiliki huruf yang menyerupai tulisan tangan, masih satu keluarga dengan jenis script, akan tetapi tulisan ini tidak terkait satu sama lain. Contoh: Comic Book, Comic Sans dan lain-lain.	Informal, friendly, enak dibaca dan gaul. Cocok untuk buku komik, buku bergambar, kartun dan sebagainya.

Sumber Data: Maria Fitriah, 33, 2018.

b. Ilustrasi

Ilustrasi adalah bidang seni yang berspesialisasi dalam menggunakan gambar yang tidak dihasilkan oleh kamera atau fotografi untuk divisualisasikan. Secara luas, ilustrasi tidak terbatas pada gambar foto. Melainkan ilustrasi dapat berupa garis, bidang dan bahkan susunan huruf biasa dapat disebut ilustrasi. Sedangkan secara umum, ilustrasi merupakan gambar atau foto yang memiliki tujuan menjelaskan teks dan membangkitkan daya tarik.⁵⁵ Ilustrasi menjadi elemen yang sangat kreatif dan fleksibel, dalam arti dapat menjelaskan beberapa subjek yang tidak dapat dilakukan oleh fotografi. Ilustrasi juga dapat berbentuk macam-macam,

⁵⁵ Rakhmat Supriyono, *Desain Komunikasi Visual: Teori Dan Aplikasi* (Yogyakarta: Andi Offset, 2019), 51.

seperti karya seni sketsa, lukis, grafis, karikatur dan lain-lain. Penggunaan ilustrasi akan meningkatkan nilai estetika dan memberikan gambaran pesan yang jelas. Sehingga gambar atau foto ilustrasi pada dasarnya mempunyai karakter yang mengutamakan fungsi gambar atau foto sebagai bahasa yang menjelaskan dan menerangkan suatu objek atau keadaan. Ilustrasi biasanya bersifat emosional dan dapat bercerita banyak dibandingkan dengan fotografi. Hal ini karena sifat ilustrasi lebih hidup daripada fotografi.⁵⁶

c. Warna

Warna adalah elemen terpenting dalam suatu objek. Karena warna dapat mencerminkan citra dan kepribadian yang ingin disampaikan. Dalam setiap warna mempunyai sifat dan karakter yang berbeda pula.⁵⁷ Warna merupakan elemen yang dapat menangkap perhatian, meningkatkan mood dan menggambarkan citra perusahaan dan lain-lain. Pemilihan warna yang tepat dalam suatu desain akan memberikan kesan indah dan menarik perhatian. Warna dikelompokkan menjadi 4 yaitu:

- 1) Warna Primer adalah warna yang menjadi dasar dari semua warna yang ada. Warna-warna yang paling kuat, ia merupakan warna yang utama dalam pembentukan warna-warna lainnya, warna pokok terdiri dari tiga yaitu; merah, biru, kuning.
- 2) Warna Sekunder adalah merupakan hasil pencampuran warnawarna primer dengan proporsinya. Misalnya warna jingga merupakan

⁵⁶ Menul Teguh Riyanti Marsha Anindita, "Tren Flat Design Dalam Desain Komunikasi Visual," *Dimensi DKV* vol.1 no.1 (2016): 4.

⁵⁷ Lia Angraini S, *Desain Komunikasi Visual, Dasar-Dasar Panduan Untuk Pemula*, 37.

hasil campuran warna merah dengan kuning, hijau adalah campuran biru dan kuning, dan ungu adalah campuran warna merah dan biru.

- 3) Warna Tersier adalah warna yang diperoleh dari perpaduan antara warna primer dan sekunder. Misalnya warna jingga kekuningan didapat dari pencampuran warna kuning dan jingga. Warna coklat merupakan campuran dari ketiga warna, yakni merah, kuning, dan biru.
- 4) Warna Netral, merupakan hasil campuran ketiga warna dasar alam proporsi 1:1:1 warna ini sering muncul sebagai penyeimbang warna warna-warna kontras di alam. Biasanya hasil campuran yang tepat akan menuju hitam.

Di setiap Negara arti warna memiliki makna yang berbeda-beda. Menurut Hendri Hendratman, karakter atau makna warna secara universal yaitu:⁵⁸

Tabel 2.2 Warna dan Karakternya

Warna	Karakter
Merah	Warna yang memiliki karakter emosional kuat dan cenderung ekstrem, agresif, berani, semangat, optimis, kekuatan dan bergairah.
Merah Muda	Salah satu warna yang paling banyak disukai oleh perempuan yang memiliki arti lembut, menenangkan, cinta dan kasih sayang, feminisme.
Biru	Tidak lepas dari elemen warna langit, air dan udara, berasosiasi dengan alam, harmonis, setia, memberi ketenangan dan kepercayaan.
Kuning	Meningkatkan konsentrasi, warna persahabatan, optimisme, gembira, santai, toleran.
Hijau	Warna yang melambangkan alam, kehidupan,

⁵⁸ Hendri Hendratman, *Computer Graphyc Desain Edisi Revisi Ke-3* (Bandung: Informatika Bandung, 2017), 161.

	sehat, natural, subur, keberuntungan.
Orange	Melambangkan keceriaan, sosialisasi, kehangatan, semangat, seimbang, segar dan energi.
Ungu	Memiliki karakter spiritual, magis, misterius, menarik perhatian, Ungu Memiliki karakter spiritual, magis, misterius, menarik perhatian,
Coklat	Warna netral, natural, hangat, menghadirkan kenyamanan, membumi, solidaritas, anggun, sejahtera dan elegan.
Abu-Abu	Memiliki arti kesederhanaan, intelek, tidak berpihak, kedewasaan, futuristik, netral.
Putih	Suci, bersih dan tidak bersalah
Hitam	Warna yang melambangkan kekuatan, penuh percaya diri, melindungi, dramatis, misterius, kemakmuran, sederhana.
Krem	Warna Krem merupakan warna netral merepresentasikan dapat diandalkan, konservatif dan fleksibel.

Sumber data: Hendri Hendratman, 161, 2017.

a. Garis

Pada dasarnya garis adalah sekumpulan titik yang berdampingan secara memanjang dan memiliki dua buah ujung. Garis tidak seperti yang dilihat mata atau penglihatan. Pada dasarnya garis adalah hasil dari ilusi optik, yang tercipta karena perbedaan warna, jarak dan cahaya.⁵⁹ Garis merupakan salah satu unsur dasar untuk membangun sebuah bentuk, dan wujud garis dapat dimanfaatkan secara fleksibel sesuai dengan citra yang ingin ditampilkan. Garis

⁵⁹ *Wahana Komputer, Seri Buku Pintar, Menjadi Seorang Desainer Grafis* (Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2007), 123.

juga merupakan unsur seni rupa yang paling utama, karena dengan garis kita dapat membuat karya dwimatra atau trimatra. Berdasarkan wujudnya dan karakternya garis dibagi atas:

- 1) Garis nyata yaitu garis yang sifatnya mudah diamati hasil goresan langsung. Bentuknya bermacam-macam dan mempunyai karakter tersendiri, misalnya garis vertikal berkesan agung/statis, garis horisontal berkesan seimbang.
- 2) Garis khayal yaitu garis yang sifatnya imajinatif yang timbul.

Garis juga memperlihatkan emosi dan sifat-sifat perseorangan seperti tegas, ragu-ragu, lincah, dan berbagai ekspresi yang ditimbulkan dari emosi manusia.⁶⁰

b. Bentuk

Bentuk merupakan suatu bidang yang ada karena dibatasi oleh sebuah kontur atau garis dan dibatasi oleh adanya warna yang berbeda atau perbedaan dalam pencahayaan, gelap terang, asiran atau disebabkan adanya tekstur tertentu. Pada dasarnya ada unsur yang membentuk ruang. Unsur dasar itu adalah tiga bentuk yaitu persegi, lingkaran dan segitiga. Bentuk juga merupakan gambaran umum sesuatu atau formasi yang tertutup atau jalur yang tertutup. Salah satu cara melukiskan bentuk adalah segala sesuatu yang memiliki diameter, tinggi, dan lebar dengan garis hingga menjadi bentuk-bentuk seperti lingkaran, elips, silinder, piramid, kubus, kemudian bentuk diisi dengan warna, nada, atau tekstur, sehingga akan menggambarkan atau menampilkan kualitasnya.

⁶⁰ Ernias, *Buku Ajar: Dasar Konsep Visual* (Padang: UNP, 2005), 4.

Bentuk dibagi ke dalam dua jenis yakni geometris dan nongeometris. Bentuk geometris kita kenal dengan bentuk segi empat, lingkaran, segitiga, kerucut, persegi panjang dan bangun ruang lainnya. Sedangkan non-geometris adalah bentuk yang tidak terpaku pada bangun ruang, melainkan lebih fleksibel misalnya gambar makanan, hewan dan tumbuhan.

Sumber data: Ernisa, 4, 2005.

3. Prinsip Desain Komunikasi Visual

Dalam buku karya Lia Anggraini dan Kirana Nathalia "Desain Komunikasi Visual, Dasar-dasar Panduan untuk Pemula", dalam desain komunikasi visual, prinsip desain dikenal dan digunakan sebagai pedoman dan konsep desain. Prinsip-prinsip tersebut antara lain:⁶¹

a. Keseimbangan (*balance*)

Keseimbangan merupakan pembagian berat yang merata, baik secara visual maupun optik. Komposisi desain bisa dikatakan seimbang apabila objek pada bagian kiri dan kanan tampak memiliki berat yang sama. Dalam desain harus mempunyai keseimbangan agar kelihatan nyaman jika dipandang dan tidak membuat gelisan atau khawatir.

Terdapat dua jenis pendekatan untuk menciptakan keseimbangan, yaitu keseimbangan formal (*formal balance*) dan keseimbangan asimetris (*informal balance*). Disebut dengan keseimbangan formal jika itu dicapai dengan membagi sama berat antara kanan-kiri atau atas bawah secara simetris sama rata. Sebaliknya, dikatakan keseimbangan asimetris jika dilakukan dengan membagi tidak sama rata antara

⁶¹ Lia Anggraini S, *Desain Komunikasi Visual, Dasar-Dasar Panduan Untuk Pemula*, 75.

- kanan-kiri atau atas-bawah namun terasa seimbang.⁶²
- b. Tekanan (*emphasis*)
- Prinsip desain komunikasi visual yang kedua adalah tekanan. Tekanan merupakan salah satu elemen yang ditonjolkan dalam desain dengan tujuan untuk menarik perhatian. Selain untuk menarik perhatian, penekanan juga memiliki tujuan untuk menghalau kebosanan dan memecah keberaturan. Penekanan ini biasa disebut *point of interest* (POI). Cara untuk memberi penekanan pada desain bisa menggunakan kontras, yaitu objek yang dianggap penting, dibuat berbeda dengan elemen lain secara warna atau bentuknya. Cara kedua bisa dengan menempatkan objek yang ingin dibuat berada di tengah-tengah.
- c. Irama (*rhythm*)
- Irama adalah penyusunan elemen-elemen visual yang dilakukan secara berulang-ulang dalam satu layout. Irama visual dalam desain terdiri dari dua jenis, yaitu repetisi dan variasi. Repetisi yaitu penyusunan elemen dalam sebuah desain visual yang dilakukan secara berulang-ulang (konsisten). Sedangkan, variasi adalah pengulangan visual dengan perubahan bentuk, ukuran dan posisi.
- d. Kesatuan (*unity*)
- Kesatuan merupakan salah satu prinsip dasar yang sangat penting dalam elemen visual. Tidak adanya kesatuan dalam karya desain, akan membuat desain menjadi berantakan dan kacau balau. Prinsip kesatuan ini sesungguhnya merupakan prinsip hubungan. Jika satu atau lebih memiliki hubungan (warna, tampilan, arah), maka kesatuan telah

⁶² Rakhmat Supriyono, *Desain Komunikasi Visual: Teori Dan Aplikasi*, 87.

tercapai. Suatu desain dianggap menyatu jika tampilan keseluruhan terlihat harmonis, terdapat kesatuan antara tema, tipografi, ilustrasi atau foto.

C. Semiotika

1. Pengertian Semiotika

Secara etimologis, definisi semiotika dapat dipahami melalui pengertiannya yang berasal dari bahasa Yunani yaitu dari kata “*Semeion*”, yang berarti tanda. Semiotika merupakan cabang ilmu yang berurusan dengan tanda yang pada awalnya dimaknai sebagai suatu hal yang menunjuk pada adanya hal lain. Sebenarnya, kajian semiotika bukanlah kajian yang benar-benar baru, namun analisis-analisis tentang bagaimana interpretasi dan penggunaan citra simbolik sudah berkembang di era 1940-an dan sedikit bersaing dengan penelitian efek atau dampak media massa yang populer di Amerika saat itu. Ilmu tanda, sistem tanda, serta proses dalam penggunaan tanda hingga pada taraf pemahaman melalui makna memerlukan kepekaan yang besar. Makna yang berada dibalik setiap karya sastra atau bahasa, dengan kepekaan tersebut akan dapat diungkap dan dipahami dengan baik.

Semiotika mempelajari sistem-sistem, aturan-aturan, konvensi-konvensi yang memungkinkan tanda tanda tersebut mempunyai arti. Tujuan analisis semiotika berupaya menemukan makna tanda termasuk hal-hal yang tersembunyi di balik sebuah tanda (teks, iklan, berita). Karena sistem tanda sifatnya amat kontekstual dan bergantung pada penggunaan tanda tersebut. Pemikiran pengguna tanda merupakan hasil pengaruh dari berbagai konstruksi sosial dimana pengguna tanda tersebut berada.⁶³

⁶³ A'yun Masfufah, “Konstruksi Nilai-Nilai Nasionalisme Dalam Lirik Lagu (Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure Pada Lirik Lagu ‘Menoleh’

Secara sederhana semiotika didefinisikan sebagai teori tentang tanda atau sistem tanda. Sedangkan tanda adalah sesuatu yang memiliki makna, yang mengkomunikasikan pesan-pesan kepada seseorang. Sebuah tanda (*sign*) dalam sistem dipisahkan menjadi dua komponen yaitu penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*). Penanda adalah materi yang membawa makna, sedangkan signified adalah maknanya. Penanda menunjuk pada dimensi konkret dari tanda, sedangkan petanda merupakan isi abstrak tanda, yakni makna yang diletakkan pada tanda.

Ide dasar semiotik adalah pesan dan kode. Satu-satunya cara pesan dapat dikirim dari satu orang ke orang lain adalah menggunakan kode. *Encoding* adalah proses mengubah pikiran atau komunikasi ke dalam pesan. *Decoding* adalah kebalikannya yaitu proses membaca pesan dan memahami artinya. Terdapat berbagai macam kode yang biasa digunakan dalam komunikasi antar manusia.

Kajian semiotika membedakan dua jenis semiotika, yakni semiotika komunikasi dan semiotika signifikasi. Semiotika komunikasi menekankan pada teori tentang produksi tanda yang salah satu diantaranya mengasumsikan adanya enam faktor dalam komunikasi, yaitu pengirim, penerima kode (sistem tanda), pesan, saluran komunikasi, dan acuan (hal yang dibicarakan) serta memberikan tekanan pada teori tanda dan pemahamannya dalam suatu konteks tertentu. Semiotika signifikasi tidak mempersoalkan adanya tujuan berkomunikasi, yang diutamakan adalah segi pemahaman suatu tanda sehingga proses kognisinya pada penerima

tanda lebih diperhatikan dari pada proses komunikasinya.⁶⁴

2. Tahapan Analisis Semiotika

Secara sederhana tahapan riset semiotika dapat dilakukan sebagai berikut:⁶⁵

- 1) Cari topik yang menarik perhatian.
- 2) Buat pertanyaan riset yang menarik (mengapa, bagaimana, dimana, apa).
- 3) Tentukan alasan/rasionalitas penelitian.
- 4) Tentukan metode pengolahan data (model semiotikanya).
- 5) Klasifikasi data:
 - a) Identifikasi teks/tanda
 - b) Berikan alasan mengapa tes/tanda tersebut dipilih dan perlu diidentifikasi.
 - c) Tentukan pola semiosis yang umum dengan mempertimbangkan hierarki maupun sekuennya atau pola sintagmatis dan paradigmatis.
 - d) Tentukan kekhasan wacananya dengan mempertimbangkan elemen semiotika yang ada.
- 6) Analisis data berdasarkan:
 - a) Ideologi, interpretan kelompok, *frame-work* budaya.
 - b) Pragmatik, aspek sosial, komunikatif.
 - c) Lapis makna, intertekstualitas, kaitan dengan tanda lain hukum yang mengaturnya.
 - d) Kamus vs ensiklopedia.
- 7) Kesimpulan.

⁶⁴ Bambang Mudjiyanto and Emilsyah Nur, "Semiotics In Research Method of Communication," *Jurnal Penelitian Komunikasi, Informatika Dan Media Massa* 16, no. 1 (2013): 73–74, <https://media.neliti.com/media/publications/222421-semiotics-in-research-method-of-communic.pdf>.

⁶⁵ *Ibid.*, 79–80.

3. Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure

Ferdinand De Saussure dikenal sebagai pendiri linguistik modern asal Swiss, ia merupakan pendiri tentang tanda. Saussure dilahirkan di Jenewa pada tahun 1857, dan dia hidup sezaman dengan Sigmund Freud dan Emile Durkheim. Saussure adalah anak lelaki dari seorang naturalis terpandang dan anggota keluarga dengan tradisi keberhasilan yang kuat dalam bidang ilmu alam. Ia diperkenalkan ke penelitian linguistik pada awal-awal usianya oleh seorang ahli filologi dan teman keluarganya, yakni Adolf Pictet.⁶⁶

Selain sebagai seorang ahli linguistik, Saussure juga seorang spesialis bahasa-bahasa Indo Eropa dan Sanskerta yang menjadi sumber pembaruan intelektual dalam bidang ilmu sosial dan kemanusiaan. Saussure mulai menyukai bidang bahasa dan kesustraan sejak kecil, bahkan pada usia lima belas tahun ia mencoba menemukan suatu sistem bahasa yang umum' dan menuliskan sebuah esai untuk Pictet berjudul "Essay on Languages". Ia menganjurkan bahwa semua bahasa berakar pada suatu sistem dua atau tiga konsonan dasar. Pictet tersenyum melihat reduksionisme ekstrim dari upaya yang dini tersebut, ia tidak mengecilkan hati anak didiknya yang mulai mempelajari bahasa Sanskerta pada waktu masih sekolah. Saussure kemudian mempelajari bidang bahasa lebih mendalam di Leipzig dan Berlin, serta mempelajari berbagai bahasa yang salah satunya adalah bahasa Yunani selain bahasa Perancis, Jerman, Inggris, dan Sanskerta.

Dengan latar belakang kajian linguistik dan bahasa, Saussure menempatkan bahasa sebagai dasar dari sistem tanda dalam teori semiologi yang dibuatnya.

⁶⁶ Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2016), 17.

Bahasa dipandang oleh Saussure sebagai sistem tanda yang dapat menyampaikan dan mengekspresikan ide serta gagasan dengan lebih baik dibanding sistem lainnya. Bahasa merupakan suatu sistem atau struktur yang tertata dengan cara tertentu, dan bisa menjadi tidak bermakna jika terlepas dari stuktur yang terkait. Saussure menjelaskan bahwa kajian linguistik masih terlalu umum untuk membahas sistem tanda, karenanya perlu dibuat kajian yang lebih khusus yang ia namakan semiologi. Karena berangkat dari dasar linguistik itulah, kajian semiotika dari Saussure ini dikenal juga dalam dunia ilmu pengetahuan sebagai semiotika linguistik. Saussure sendiri menyebutkan tiga kata dalam bahasa Prancis yang berarti “bahasa”, yaitu *parole*, *langage*, dan *langue*.⁶⁷

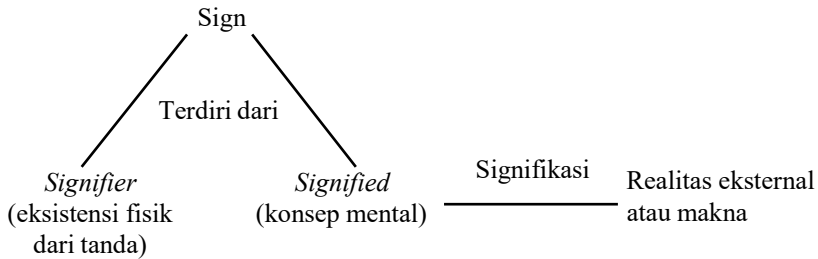
Tanda menurut Saussure adalah kombinasi dari sebuah konsep dan sebuah *sound-image* yang tidak dapat dipisahkan. Hubungan antara *signifier* dan *signified* adalah arbitrary. Tidak ada hubungan logis yang pasti diantara keduanya, yang mana membuat tanda menjadi menarik dan problematik pada saat yang bersamaan, Dengan demikian proses signifikasi bersifat subyektif, tidak bebas nilai dan bergantung atas siapa yang merepresentasikannya.⁶⁸

Semiotik yang disebut sebagai ilmu tentang tanda terdiri atas dua muka yang tidak terpisahkan, yakni *significant* dan *signifie*. Proses signifikasi yang

⁶⁷ Anni Lamria Sitompul, Mukhsin Patriansyah, and Risvi Pangestu, “Analisis Poster Video Klip Lathi : Kajian Semiotika Ferdinand De Saussure,” *Besaung : Jurnal Seni Desain Dan Budaya* 6, no. 1 (2021): 25–26, <https://doi.org/10.36982/jsdb.v6i1.1830>.

⁶⁸ I. Husna and E Hero, “Analisis Semiotika Ferdinand De Sausures Makna Pesan Iklan Rokok A Mild Versi Langkah,” *Journal of Discourse and Media Research* 1, no. 01 (2022): 48.

dikemukakan Saussure sebagai bagian dari makna adalah sebagai berikut:⁶⁹



Gambar 2.1 Struktur Teori Semiotika Ferdinand De Saussure

Sumber Data: (McQuail, 2000), dalam Journal e-Proceeding of Management, 5343, 2019.

Tanda adalah sesuatu dari bentuk fisik (gambar, suara, atau apa pun) yang dapat Anda lihat atau dengar, dan biasanya dikaitkan dengan objek atau aspek realitas yang ingin disampaikan. Objek disebut referensi. Dalam komunikasi, seseorang menggunakan simbol-simbol untuk menyampaikan makna tentang suatu objek, dan orang lain menafsirkan simbol-simbol tersebut. Prasyaratnya adalah bahwa orang yang berkomunikasi dengan komunikator memiliki pengetahuan tentang bahasa atau sistem tanda yang sama.

Dalam model analisis ini, semiotika dibagi menjadi dua bagian: *signifier* dan *signified*. Label dipandang sebagai bentuk-bentuk fisik yang dapat dipersepsikan melalui wujud suatu karya arsitektur,

⁶⁹ RA Kartiko, "Analisis Semiotika Pada Iklan Bukalapak Versi Sumpah Pemuda 28 Oktober,"Telkomuniversity.Ac.Id 2, no. 2 (2019): 5342–43, <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/10597>.

sedangkan label dipandang sebagai makna yang diungkapkan melalui konsep, fungsi, dan atau nilai yang terkandung dalam suatu karya arsitektur. Melalui tahapan-tahapan tersebut, ia mencapai level “*referent*”, yaitu level berpikir yang menafsirkan fenomena (yang bisa disebut makna objek). Eksistensi semiotika Saussure merupakan hubungan berbasis konveksi antar penanda, yang biasa disebut dengan makna. Semotik makna adalah suatu sistem simbol yang mengkaji hubungan-hubungan antara unsur-unsur suatu simbol dalam sistem tersebut berdasarkan suatu kaidah atau kaidah tertentu.⁷⁰

Menurut Saussure, semiologi merupakan suatu ilmu yang mengkaji tanda-tanda dalam kehidupan sosial.⁷¹ Ciri khas Saussure terletak pada kenyataan bahwa bahasa adalah suatu tanda. Saussure dalam buku *Cours de Linguistique Generale* yang dikutip oleh Van Zoest terdapat pengertian bahwa “bahasa adalah suatu sistem tanda yang mengungkapkan ide-ide dan dapat dibandingkan dengan tulisan, abjad tuna rungu, situs simbolik, bentuk sopan santun, isyarat militer dan seterusnya”. Semiologi Saussure didasarkan pada pemikiran dua dimensi. Pemikiran ini melibatkan pasangan konsep yang berlawanan, yakni dikotomi (dualitas) antara *langue* dan *parole*, dikotomi antara *signified* dan *signifier* serta dikotomi antara *sintagma* dan *paradigma*.

Langue dan *parole*. *Langue* merupakan fakta sosial dan sistem abstrak yang secara kolektif diketahui disadari, dan seolah telah disepakati bersama oleh semua pemakai bahasa dan menjadi panduan bagi praktik

⁷⁰ Arif Budi Prasetya, *Analisis Semiotika Film Dan Komunikasi* (Malang: Intrans Publising, 2019), 9–10.

⁷¹ Fedinand De Saussure, *Cours De Linguistique Generale, Pengantar Linguistik Umum Terj. Rahayu S. Hidayat* (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 1996), 82.

berbahasa masyarakat.⁷² Sementara *parole* adalah praktik berbahasa di dalam kehidupan masyarakat atau wujud ujaran individu pada suatu saat tertentu. Hubungan *langue* dan *parole*, kedua konsep ini saling terkait dan membentuk sebuah struktur yang disebut *langage*. *Langue* diperlukan agar *parole* dapat dipahami dan memiliki dampak yang efektif. Dengan adanya kesepakatan dalam penggunaan bahasa, *parole* dapat diartikan dengan benar dan memiliki makna yang sama bagi semua orang. Namun, sebaliknya, *parole* juga berperan dalam membentuk dan mempengaruhi perkembangan *langue*. Melalui praktik berbahasa yang terus-menerus, bahasa dapat berkembang dan berubah seiring waktu. Dengan demikian, hubungan antara *langue* dan *parole* mencerminkan interaksi yang kompleks antara sistem bahasa yang ada (*langue*) dan penggunaan bahasa dalam kehidupan sehari-hari (*parole*).

Menurut Umberto Eco, semiologi oleh Saussure lebih mengarah pada semiologi signifikasi. Signifikasi adalah semiotika yang mempelajari hubungan antara penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*) dalam sebuah sistem berdasarkan konvensi tertentu. Untuk mencari makna harus menganalisis hubungan masing masing unsur dengan memperhatikan aspek aturan yang dipakai di sekelilingnya. Hubungan antara penanda dan petanda ditegaskan oleh sistem aturan dalam *langue*.

Saussure berpendapat bahwa ciri dasar tanda bahasa adalah arbitrari. Hubungan antara *signifier* dan *signified* disebut bersifat *arbiter* atau sewenang-wenang, tidak ada hubungan wajib antara keduanya. Sebagai contoh, ketika seseorang melihat sebuah timbangan, bagi orang tersebut timbangan menjadi simbol keadilan. Orang tidak dapat mengganti timbangan dengan obyek

⁷² Abdul Chaer, *Linguistik Umum* (Jakarta: Rineka Cipta, 2012), 48.

lainnya tanpa mengubah hubungan makna antara penanda dan petanda.

Hubungan *sintagma* adalah hubungan antara unsur yang terdapat dalam suatu tuturan yang tersusun berurutan dan bersifat linear. Hubungan *paradigma* yakni hubungan antar unsur dalam suatu tuturan dengan unsur sejenis yang tidak terdapat dalam tuturan yang bersangkutan.⁷³ Hubungan sintagma terdapat di antara satuan bahasa di dalam kalimat konkret. Sedangkan paradigma adalah hubungan yang terdapat dalam bahasa, namun tidak tampak dalam kalimat. Hubungan ini akan tampak apabila suatu kalimat diandingkan dengan kalimat lainnya.⁷⁴

Analisis semiotika Ferdinand De Saussure dapat digunakan dalam desain komunikasi visual pesan dakwah untuk memahami bagaimana simbol-simbol visual digunakan untuk menyampaikan pesan kepada audiens. Berikut adalah langkah-langkah umum dalam menerapkan analisis semiotika Saussure pada desain komunikasi visual pesan dakwah:⁷⁵

- a. Identifikasi elemen-elemen visual: Pertama, identifikasi elemen-elemen visual dalam desain komunikasi visual pesan dakwah. Misalnya, gambar, warna, tipografi, dan komposisi.
- b. Identifikasi tanda-tanda: Setelah mengidentifikasi elemen-elemen visual, identifikasi tanda-tanda yang terkandung di dalamnya. Saussure membagi tanda menjadi dua komponen penting, yaitu "*signifier*" (pengindra) dan "*signified*" (yang diindra). Misalnya, dalam konteks pesan dakwah, sebuah

⁷³ Ibid., 350.

⁷⁴ Ibid., 19.

⁷⁵ Rahina Nugrahani, Muhammad Zaffwan Idris, and Arif Ardy Wibowo, "Illustration Images in Muslimah Visual Communication Da'wah Movement on Instagram," *Jurnal Komunikator* 13, no. 1 (2021): 40–51, <https://doi.org/10.18196/jkm.131049>.

- gambar masjid dapat menjadi *signifier* yang mengindera konsep “keagamaan” sebagai *signified*.
- c. Analisis hubungan antara *signifier* dan *signified*: Selanjutnya, analisis hubungan antara *signifier* dan *signified* dalam konteks desain komunikasi visual. Fokus pada bagaimana elemen visual seperti gambar, warna, dan tipografi dipilih untuk mewakili konsep atau pesan yang ingin disampaikan. Misalnya, warna hijau dan gambar tangan yang sedang berdoa dapat digunakan untuk menyampaikan pesan tentang perdamaian dan keberagaman dalam Islam.
 - d. Analisis hubungan antara *signifier* dan konteks sosial: Selain itu, analisis hubungan antara *signifier* dan konteks sosial juga penting. Pertimbangkan bagaimana penggunaan simbol-simbol visual tertentu dalam desain komunikasi visual dapat dipahami oleh audiens dalam konteks budaya dan sosial mereka. Misalnya, penggunaan simbol atau gaya visual yang spesifik dapat memiliki konotasi tertentu dalam budaya atau tradisi tertentu.
 - e. Penafsiran dan pemahaman pesan: Terakhir, tafsir dan pemahaman pesan yang disampaikan dalam desain komunikasi visual pesan dakwah. Menggunakan hasil analisis semiotika Saussure, interpretasikan bagaimana elemen visual dan tanda-tanda yang digunakan dalam desain tersebut berkontribusi pada pesan yang ingin disampaikan kepada audiens.

Penerapan analisis semiotika Saussure dalam desain komunikasi visual pesan dakwah dapat membantu memahami cara simbol-simbol visual digunakan untuk menyampaikan pesan secara efektif kepada audiens. Membantu desainer untuk lebih sadar dalam memilih

elemen visual yang tepat dan memahami bagaimana audiens mempersepsikan dan menginterpretasikan pesan tersebut.



DAFTAR RUJUKAN

Buku

- Abdullah. *Ilmu Dakwah: Kajian Ontologi, Epistemologi, Aksiologi Dan Aplikasi Dakwah*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2018.
- Alex Sobur. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013.
- Aziz, Moh. Ali. *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2017.
- Effendy, Onong Uchjana. *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktik*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005.
- Faizah, Lalu Muchsin Effendi. *Psikologi Dakwah*. Jakarta: Kencana, 2006.
- Jonathan Sarwono. *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu, 2006.
- Lakum. *Filsafat Dakwah*. Medan: Pusdikra Mitra Jaya, 2022.
- Lia Angraini S, KIrana Natalia. *Desain Komunikasi Visual, Dasar-Dasar Panduan Untuk Pemula*. Bandung: Nuansa Cendikia, 2014.
- M. Tata Taufik. *Etika Komunikasi Islam (Komparasi Komunikasi Islam Dan Barat)*. Bandung: Pustaka Setia, 2012.
- Maria Fitriah. *Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2019.
- Munir, Muhammad, Wahyu Ilahi. *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006.
- Prasetya, Arif Budi. *Analisis Semiotika Film Dan Komunikasi*. Malang: Intrans Publising, 2019.
- Rachmat Kriyantono. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenamedia Group, 2020.
- Rachmat Syafe'i, *Fiqh Muamalah*. Bandung: CV. Pustaka Setia, 2020.

- Rahina Nugrahani. *Muslimah Dakwah Visual Di Jagat Virtual*. Semarang: LPPM UNNES, 2021.
- Rakhmat Supriyono. *Desain Komunikasi Visual: Teori Dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi Offset, 2019.
- Rosihon Anwar, Saehudin. *Akidah Akhlak*. Bandung: CV. Pustaka Setia, 2019.
- Saussure, Ferdinand De. *Cours De Linguistique Generale, Pengantar Linguistik Umum Terj. Rahayu S. Hidayat*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 1996.
- Samsul Munir Amin. *Sejarah Dakwah*. Jakarta: Amzah, 2014.
- Soyomukti, Nurani. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. 11th ed. Yogyakarta: Ar-Ruzza Media, 2012.
- Sugiono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta, 2019.

Jurnal

- Al-Maquro' Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam. "Pesan Dakwah Dalam KH. Ahmad Mustofa Bisri Tentang Pembakaran Bendera Tauhid Di Youtube (Analisis Semiotika Charles Sander Pierce)" 02, no. 02 (2021): 1–23.
- Azmi Fadhilah Mujahid, Rachmat Effendi, and Fauzi Arief. "Analisis Isi Pesan-Pesan Dakwah Yang Terkandung Dalam Akun Instagram @Shiftmedia.Id." *Bandung Conference Series: Islamic Broadcast Communication 2*, no. 2 (2022): 105–10. <https://doi.org/10.29313/bcsibc.v2i2.3963>.
- Cenadi, Christine Suharto. "Elemen-Elemen Dalam Desain Komunikasi Visual." *NIRMANA* Vol. 1, No. 3 (1999): 1–11. <https://doi.org/10.3181/00379727-206-43745>.
- Hidayati, Tri Wahyu. "Perwujudan Sikap Zuhud Dalam Kehidupan." *Journal of Islamic Studies and Humanities 1*, no. 2 (2016): 91–106.

- Husna, I., and E Hero. "Analisis Semiotika Ferdinand De Saussures Makna Pesan Iklan Rokok A Mild Versi Langkah." *Journal of Discourse and Media Research* 1, no. 01 (2022): 44–59.
- Juliandi, Azuar. "Paramater Prestasi Kerja Dalam Perspektif Islam." *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis* 14, no. 01 (2014): 34–48.
- Luthfi Hidayah, "Analisis desain Komunikais Visual Dakwah Pada Akun Instagram @nuonlinejatim Sebagai Media Dawah Di Era Digital", *Journal of Broadcasting and Islamic Communication Studies* 3, no. 01(2023): 25.
- Kallang, Abdul. "Konteks Ibadah Menurut Al-Quran." *Al-Din: Jurnal Dakwah Dan Sosial Keagamaan* 4, no. 2 (2018): 1–13. <https://doi.org/10.35673/ajdsk.v4i2.630>.
- Kartiko, RA. "Analisis Semiotika Pada Iklan Bukalapak Versi Sumpah Pemuda 28 Oktober." ... *Telkomuniversity.Ac.Id* 2, no. 2 (2019): 5337–50. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/10597>.
- Marsha Anindita, Menul Teguh Riyanti. "Tren Flat Design Dalam Desain Komunikasi Visual." *Dimensi DKV* vol.1 no.1 (2016): 4.
- Marta, R.F., and Virgitta Septyana. "Semiotika Pemasaran Pada Brand Value Melalui Sign Berupa Layout Berita Dan Iklan Ibadah Haji (Studi Komparasi Pada Harian Pos Kota Dengan Rakyat Merdeka)." *Semiotika : Jurnal Komunikasi* 9, no. 2 (2015): 482–508. <https://journal.ubm.ac.id/index.php/semiotika/article/download/24/18>.
- Masfufah, A'yun. "Konstruksi Nilai-Nilai Nasionalisme Dalam Lirik Lagu (Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure Pada Lirik Lagu 'Menoleh' Oleh Pandji Pragiwaksono)." *AL Munir: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 11, no. 2 (2020): 143–52. <https://www.neliti.com/id/publications/237541/konstruksi-nilai-nilai-nasionalisme-dalam-lirik-lagu-analisis-semiotika-ferdinan>.

- M Jakfar, Tarmizi. "Membuat Gambar Dalam Perspektif Hukum Islam (Studi Perbandingan Antara Yusuf Qarāḍawi Dan Muhammad Ali Al-Ṣabuni)." *Dusturiyah: Jurnal Hukum Islam, Perundang-Undangan Dan Pranata Sosial* 9, no. 1 (2019). <https://doi.org/10.22373/dusturiyah.v9i1.4758>.
- Mudjiyanto, Bambang, and Emilsyah Nur. "Semiotics In Research Method of Communication." *Jurnal Penelitian Komunikasi, Informatika Dan Media Massa* 16, no. 1 (2013): 73–82. <https://media.neliti.com/media/publications/222421-semiotics-in-research-method-of-communic.pdf>.
- Ni'mah, Nilnan. "Dakwah Komunikasi Visual." *Islamic Communication Journal* 1, no. 1 (2016): 104–20. <https://doi.org/10.21580/icj.2016.1.1.1241>.
- Nugrahani, Rahina, Muhammad Zaffwan Idris, and Arif Ardy Wibowo. "Illustration Images in Muslimah Visual Communication Da'wah Movement on Instagram." *Jurnal Komunikator* 13, no. 1 (2021): 40–51. <https://doi.org/10.18196/jkm.131049>.
- Purwasito, Andrik. "Analisis Pesan." *Jurnal The Messenger* 9, no. 1 (2017): 103. <https://doi.org/10.26623/themessenger.v9i1.434>.
- Sitompul, Anni Lamria, Mukhsin Patriansyah, and Risvi Pangestu. "Analisis Poster Video Klip Lathi : Kajian Semiotika Ferdinand De Saussure." *Besaung : Jurnal Seni Desain Dan Budaya* 6, no. 1 (2021). <https://doi.org/10.36982/jsdb.v6i1.1830>.
- Syadeli, Moh. "Corporate Social Responsibility CSR Corporate Social Responsibility Globalization" 2, no. 2 (2013): 1–7. <https://www.scribd.com/doc/16870363/Corporate-Social-responsibility-CSR>.
- Wibowo, Ari. "Digitalisasi Dakwah Di Media Sosial Berbasis Desain Komunikasi Visual." *Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam* 02, no. 02 (2020): 179–98. <https://scholar.archive.org/work/zkg7z57b25cyhivkrkaofsgq/access/wayback/https://e-journal.metrouniv.ac.id/index.php/JBPI/article/download/2497/2102>.

E-Book

- Abdul Chaer. *Linguistik Umum*. Jakarta: Rineka Cipta, 2012.
- Adi Kusrianto. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi, 2009.
- Ana Yuli Astanti. *Bekerja Sebagai Desainer Grafis*. Jakarta: Erlangga, 2018.
- Ernis. *Buku Ajar: Dasar Konsep Visual*. Padang: UNP, 2005.
- Kartini kartono. *Pengantar Metodologi Research*. Bandung: ALUMNI, 1993.
- Mamik. *Metodologi Kualitatif*. Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2015.
- Ni Nyoman Sriwitari dan I Gusti Nyoman Widnyana. *Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014.
- Prasetya, Arif Budi. *Analisis Semiotika Film Dan Komunikasi*. Malang: Intrans Publising, 2019.
- Syarifudin. *Paradigma Teori Desain Grafis*. Ambon: IAIN Ambon Press, 2011.
- Wahana Komputer, Seri Buku Pintar, Menjadi Seorang Desainer Grafis*. Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2007.
- Widiyastuti, Retno. *Kebaikan Akhlak Dan Budi Pekerti*. Semarang: ALPRIN, 2010.

Karya Ilmiah

- Ilyunal Iqbal Kahfi, “Karakter Desain Dakwah Visual pada Akun Instagram @lemonmove”, Surabaya (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2021)
- Nadya Khennis Rozana, “Makna Karakter Desain Komunikasi Visual Website NU Online Sebagai Media Dakwah (Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure)”, Surabaya (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2019)

Nanda Aulia Pratiwi, “Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Buku “Kamulah Wanita Tangguh Itu” Karya Arum Faiza. DKK”, Lampung (Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2021)

