

**MINAT MAHASISWA TERHADAP DESAIN GRAFIS
PADA DAKWAH ERA DIGITAL**
(Studi Pada Mahasiswa Jurusan KPI UIN Raden Intan Lampung)

Skripsi

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi
Syarat-Syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana S1
Dalam Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Oleh :

FAKHRI ARDIANSYAH
1741010145

Jurusan: Komunikasi Penyiaran Islam



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

**MINAT MAHASISWA TERHADAP DESAIN GRAFIS
PADA DAKWAH ERA DIGITAL**
(Studi Pada Mahasiswa Jurusan KPI UIN Raden Intan Lampung)

Skripsi

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi
Syarat-Syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana S1
Dalam Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Oleh :

FAKHRI ARDIANSYAH
NPM. 1741010145

Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam

Pembimbing I : Dr. Abdul Syukur, M.Ag.

Pembimbing II : 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

Skripsi ini membahas tentang pentingnya desain grafis dalam dakwah di era digital. Era digital membawa perubahan signifikan dalam menyebarkan dakwah, dimana informasi dapat diakses dengan mudah melalui internet dan media sosial. Oleh karena itu, desain grafis menjadi salah satu elemen penting dalam menyampaikan pesan dakwah. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi penggunaan desain grafis dalam dakwah, mengevaluasi pengaruhnya pada audiens, serta mengeksplorasi strategi desain grafis yang efektif untuk menyampaikan pesan dakwah. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan analisis dokumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan desain grafis dalam dakwah dapat meningkatkan daya tarik dan memudahkan pemahaman pesan dakwah oleh audiens. Berbagai strategi desain grafis efektif yang dapat digunakan dalam dakwah termasuk penggunaan gambar, tipografi yang jelas, pemilihan warna yang tepat, dan penggunaan elemen visual lainnya. Penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada pengembangan dakwah di era digital dengan meningkatkan kualitas pesan dakwah melalui desain grafis yang efektif. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi sumber informasi bagi para desainer grafis dan pembuat konten dakwah dalam mengembangkan strategi desain grafis yang efektif untuk menyampaikan pesan dakwah yang lebih efektif dan efisien di era digital

Kata Kunci: Dakwah, Desain Grafis, Minat.

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fakhri Ardiansyah
NPM : 1741010145
Jurusan/ Prodi : Komunikasi Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah & Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “**MINAT MAHASISWA KPI TERHADAP DESAIN GRAFIS PADA DAKWAH ERA DIGITAL (STUDI MAHASISWA KPI UIN RADEN INTAN LAMPUNG)**” adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusunan sendiri, bukan duplikasi 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 tanggungjawab sepenuhnya ada pada penyusun/penulis.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya agar dapat dimaklumi.

Bandar Lampung, Juli 2022



Fakhri Ardiansyah
NPM. 1741010145

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : MAHASISWA KPI TERHADAP DESAIN
GRAFIS PADA DAKWAH ERA DIGITAL
(STUDI MAHASISWA KPI UIN MINAT
RADEN INTAN LAMPUNG)

Nama : Fakhri Ardiansyah

NPM : 1741010145

Jurusan : Komunikasi Penyiaran Islam

Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

MENYETUJUI

- Untuk dimunaqsyahkan dan dipertahankan dalam Sidang
Munaqsyah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN
Raden Intan Lampung

Pembimbing I,

Pembimbing II


Dr. Abdul Syukur., M. Ag.


Dr. Yunidar Cut Mutia Yanti., S. Sos., M. Sos. I.

NIP: 1965110119950310001

NIP: 19680720199603102

Mengetahui,
Ketua Komunikasi Penyiaran Islam


Dr. Khairullah, S.Ag., M.A

NIP. 197209291998031003



**KEMENTERIAN AGAMA
UIN RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**

Alamat : Jl. Let. Kol. H. Endro Suratmin Sukarame 1 Bandar Lampung 35131 ☎(0721) 703260

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “Minat Mahasiswa KPI Terhadap Desain Grafis Pada Dakwah Era Digital (Studi Mahasiswa KPI UIN Raden Intan Lampung) disusun oleh Fakhri Ardiansyah, NPM: 1741010145, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, telah diujikan dalam sidang Munaqosyah di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung. Pada Hari/Tanggal : Jum’at, 1 Juli 2022

TIM PENGUJI

Ketua Sidang : Badaruddin, S.Ag., M.Ag
Sekretaris : Sri Wahyuni, M.Sos
Penguji I : Dr. H. Zamhariri, S.Ag., M.Sos.I
Penguji II : Dr. Abdul Syukur, M.Ag
Penguji Pendamping: Dr. Yumdar Cut Mutia Yanti. S.Sos.,M.Sos.I (...)

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi**



Dr. Abdul Syukur, M. Ag
NIP: 1965110119950310001

MOTTO

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِنِ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا

بِجَهْلَةٍ فَتُصِيبُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ ﴿٦﴾

“Wahai orang-orang yang beriman! Jika seseorang yang fasik datang kepadamu membawa suatu berita, maka telitilah kebenarannya, agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena kebodohan (kecerobohan), yang akhirnya kamu menyesali perbuatanmu itu”

(Q.S. Al-Hujurat: 6).

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati yang sangat mendalam, aku persembahkan sebuah karya yang sangat sederhana ini, kepada:

1. Kepada Bapak Saya Haris Junaidi, dan Ibu Saya Sumarni, serta kakak saya Mutmainah, Fitri Yani, Muhromi dan Adik Saya Muhammad Rizki Fajri Abdillah, yang tak henti-hentinya memberikan do'a, perjuangan, pengorbanan, harapan, serta dukungan moral dan materil. Sehingga saya dapat menyelesaikan studi di perguruan tinggi.
2. Kepada almamater tercinta Jurusan Komunikasi penyiaran islam UIN Raden Intan Lampung yang telah membentuk penulis menjadi lebih baik hingga saat ini.

RIWAYAT HIDUP

Fakhri Ardiansyah atau disapa akrab Fahri, lahir di Pesawaran 02 Juli 1999. Penulis merupakan anak ke 4 (Empat) dari Bapak Haris Junaidi dan Ibu Sumarni. Menempuh pendidikan di SDN 2 Pasar Baru Kedondong Pesawaran Tahun 2005-2010, Mts N 1 Pesawaran Tahun 2010-2013, MAN 1 Pesawaran Tahun 2013-2016, selanjutnya penulis tidak langsung melanjutkan Pendidikan akan tetapi memilih untuk mengurus Tekniksi Komputer dan Desain Grafis hingga kerja sebagai freelance Teknisi Komputer dan jasa Desain cetak banner sampai saat ini dan melanjutkan pendidikannya di UIN Raden Intan Lampung Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi (2017-2022).

Dewan Eksekutif Mahasiswa sebagai Sekretaris Umum tahun 2020-2021, Ikatan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Indonesia Cabang Lampung sebagai Sekretaris Bidang Minat Bakat Tahun 2019-2021.

Prestasi yang pernah diraih penulis sampai saat ini adalah:

1. Juara 1 Lomba Logo Harlah PMII Ke 60 Se Cabang bandar Lampung
2. Juri pada Lomba Desain Postes HMJ PMI UIN Raden Intan Lampung
3. Juri pada Lomba Desain Microblog HMJ KPI UIN Raden Intan Lampung

Dengan ketekunan, motivasi tinggi untuk terus belajar dan berusaha. Penulis telah berhasil menyelesaikan pengerjaan tugas akhir skripsi ini. Semoga dengan penulisan tugas akhir skripsi ini mampu memberikan kontribusi positif bagi dunia pendidikan. Akhir kata penulis mengucapkan rasa syukur yang sebesar-besarnya atas terselesaikannya skripsi yang berjudul “Minat Mahasiswa Terhadap Desain Grafis Pada Dakwah Era Digital (Studi Mahasiswa KPI UIN Raden Intan Lampung)”.

Bandar Lampung, Juli 2022

Fakhri Ardiansyah

NPM 1741010145

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam semoga selalu tersampaikan kepada junjungan kita, Nabi besar Muhammad SAW, yang selalu menjadi inspirator bagi setiap muslim.

Penulis menyadari dalam setiap pencapaian membutuhkan sebuah proses yang tidak mudah, sama halnya dengan penulisan skripsi ini. Dan proses dari penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, dukungan serta bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada berbagai pihak tersebut, diantaranya:

1. Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Dr. Abdul Syukur, M.Ag. yang juga sebagai Dosen Pembimbing Akademik yang telah meluangkan waktu, tenaga dan juga pikirannya dalam memberikan arahan, bimbingan dan dukungannya kepada penulis.
2. Dr. Khairullah, M.A. Selaku Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam. Dan Ade Nur Istiani, M.I.Kom. Selaku Sekretaris Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam
3. Dr. Yunidar Cut Mutia Yanti, M. Sos. I, Dosen Pembimbing II. yang telah meluangkan waktu, tenaga dan juga pikirannya dalam memberikan arahan, bimbingan dan dukungannya kepada penulis.
4. Segenap Dosen Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu kepada penulis saat di bangku perkuliahan.
5. Teman-teman terdekat saya, iis ardila, khusnul khotimah, defi ayu lestari, dwi lailatul khasanah, ira oktaviany, fatimahtu zahro, hesti meriyantika, firman ahmad, yang selalu membantu untuk menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih atas kerjasamanya dan pengalaman selama kuliah. Semoga kalian semua sukses duna akhirat. Aamiinn.
6. Teman-teman seperjuangan angkatan 17 dan khususnya teman kelas KPI D 2017 mohon maaf tidak bisa disebutkan satu persatu yang sudah saya anggap keluarga, terima kasih atas

kerjasamanya dan pengalaman Bersama kalian selama di kampus. Semoga kalian semua sukses duna akhirat. Aamiinn.

7. Kepada Keluarga Besar PMII Rayon Dakwah dan Ilmu Komunikasi
8. Semua pihak yang telah membantu dan tidak dapat disebutkan satu persatu. Semoga segala kebaikan dan pertolongan semuanya mendapat berkah dari Allah Swt.

Semoga atas bantuan semua pihak yang tidak semua bisa penulis sebutkan hanya Allah SWT yang membalasnya dan menerima segala amal kebajikannya. Aamiin Ya Robbal Alamiin.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini jauh dari sempurna. Oleh karena itu untuk kesempurnaan skripsi ini, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis pribadi dan bagi para pembaca pada umumnya. Semoga atas segala bantuan dan dukungan dari semua pihak dapat memberikan manfaat dan menjadi catatan amal di sisi Allah SWT. Aamiinn.

Bandar Lampung, Juli 2022
Penulis

Fakhri Ardiansyah
NPM 1741010145

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
PERSETUJUAN.....	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
RIWAYAT HIDUP	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv

BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul	1
B. Latar Belakang Masalah.. Error! Bookmark not defined.	
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian	8
E. Mamfaat Penelitian	8
F. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan	9
G. Metode Penelitian	11

BAB II MINAT MAHASISWA DESAIN GRAFIS DAN DAKWAH ERA DIGITAL

A. Minat.....	15
1. Pengertian Minat	15
2. Jenis-Jenis Minat	16
3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat.....	16
B. Desain Grafis	18
1. Pengertian Desain Grafis	18
2. Sejarah Perkembangan Desain Grafis	20
3. Prinsip-prinsip Desain Grafis	24
4. Jenis-jenis Desain Grafis	28
5. Fungsi dan Mamfaat Desain Grafis	31

C. Dakwah Era Digital.....	32
1. Dakwah dan Era digital	32
2. Dasar Hukum Dakwah	41
3. Jenis Pesan Dakwah	44
4. Unsur-unsur Dakwah.....	47

BAB III GAMBARAN UMUM MAHASISWA KPI TERHADAP DESAIN GRAFIS

A. Gambaran Umum Mahasiswa KPI.....	55
1. Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung	55
2. Sejarah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi	56
3. Visi Misi Jurusan KPI	58
B. Kondisi Mahasiswa KPI.....	59
C. Peminatan Mahasiwa KPI.....	61

BAB IV MINAT MAHASISWA KPI TERHADAP DESAIN GRAFIS

A. Minat Mahasiswa KPI terhadap Desain Grafis	71
B. Mamfaat Desain Grafis Bagi Mahasiswa KPI Pada Dakwah Era Digital.....	73

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	77
B. Saran	77
C. Penutup	78

**DAFTAR RUJUKAN
LAMPIRAN-LAMPIRAN**

DAFTAR TABEL

Table 1 Daftar Mahasiswa KPI Yang Berminat Terhadap Desain Grafis	60
Table 2 Jumlah Mahasiswa KPI Angkatan 2019-2021 Mahasiswa KPI Angkatan 2019-2021	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Desain Poster Dakwah **Error! Bookmark not defined.** 1

BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Sebagai langkah awal untuk memahami judul skripsi ini, dan untuk menghindari kesalah pahaman, maka penulis merasa perlu untuk menjelaskan beberapa kata yang menjadi judul skripsi ini. Adapun judul skripsi yang dimaksudkan adalah **“MINAT MAHASISWA TERHADAP DESAIN GRAFIS PADA DAKWAH ERA DIGITAL (Studi Mahasiswa KPI UIN RIL)”**. Adapun uraian pengertian beberapa istilah yang terdapat dalam judul proposal ini yaitu, sebagai berikut.

Minat adalah suatu keadaan dimana seseorang mempunyai perhatian terhadap sesuatu dan disertai keinginan. Minat merupakan pernyataan suatu kebetulan yang tidak terpenuhi. Kebutuhan tersebut timbul dari dorongan hendak memberi kepuasan kepada suatu insting. Minat itu tidak hanya berasal dari satu sumber saja, melainkan anakanak dapat mendapatkan minat dari sumber lainnya. Contohnya ialah, kebiasaan yang dilakukan serta juga pendidikan yang didapatkan, adanya pengaruh sosial dan juga lingkungan, dan juga insting atau hasrat dan anak tersebut.

Mahasiswa merupakan sebutan untuk seseorang yang sedang menempuh atau menjalani pendidikan tinggi di sebuah perguruan tinggi seperti sekolah tinggi, akademi, dan yang paling umum ialah universitas. Mahasiswa yang dimaksud adalah mahasiswa jurusan KPI UIN Raden Intan Lampung.

Desain grafis adalah bentuk gambar yang menciptakan atau menempatkan elemen visual dalam suatu media. Desain grafis dapat diartikan sebagai proses berpikir yang akan mengubah sebuah ide menjadi bentuk gambar. Selama proses desain ini, desainer dapat menggunakan alat manual seperti kuas dan keterampilan komputer.¹ Desainer Grafis itu sendiri adalah seseorang yang ruang lingkup

¹ Pujiriyanto, *Desain Grafis Komputer*, (Yogyakarta, Andi Offset, 2005), 1

pekerjaanya menghasilkan rancangan dari berbagai bentuk media komunikasi melalui pendekatan yang kreatif berdasarkan penerapan dari pengetahuan dan keterampilan yang ia miliki ketika mengikuti pendidikan formal atau non-formal. Desainer grafis yang penulis maksud dalam penelitian ini adalah seseorang yang memiliki keahlian dibidang editing grafis, foto dan memiliki keinginan untuk bekerja sebagai seorang desainer dibidang-bidang tersebut.

Dakwah adalah proses menginformasikan dan mengajak orang lain untuk mengetahui dan mengajak orang lain atau masyarakat untuk secara sadar menerima, mempelajari dan mengamalkan ajaran agama dalam rangka membangkitkan dan mengembalikan potensi karakter seseorang. Esensi terpenting adalah keyakinan bahwa hanya ada satu Tuhan dan tidak ada yang dapat menandingi Tuhan. Karena itu, kita harus menjalankan perintah Tuhan. Hukum Dakwah adalah Wajibu A'in dalam arti setiap muslim mengetahui dan mentaati Dakwah dan Wajib A'in-Nya.

Dakwah di era digital tidak lepas dari berbagai kendala dan tantangan yang dihadapinya. Oleh karena itu, dakwah Islam akan menghadapi masalah lain yang sangat kompleks. Saat ini, setidaknya, tantangan dakwah Islam berkaitan dengan realitas pluralisme agama globalisasi yang terlalu berlebihan. Pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi telah mengubah peradaban manusia dari budaya agraris ke era industri dan era informasi dan komunikasi. Era digital dimana siapapun bisa mendapatkan dengan mudah dan cepat. Sebelum ditemukannya media elektronik, diperlukan berbagai buku dan referensi berupa buku. Sementara itu, di era digital ini, orang mencari apa yang mereka butuhkan di salah satu situs internet. Semua informasi yang Anda butuhkan ditampilkan di bersama dengan berbagai model.

Sebagai negara berkembang, teknologi digital dapat mendorong berbagai perkembangan di Indonesia. Dari sisi infrastruktur dan undang-undang yang mengatur aktivitas internet, Indonesia bersiap untuk hidup di era digital.

Kesiapan Indonesia dikoneksi internet semakin baik di era 4G saat ini Electronic Information and Transactions (ITE). Masyarakat Indonesia pada umumnya tertarik untuk mengadopsi karena kehidupan digital khususnya penetrasi internet dan penggunaan smartphone yang meningkat setiap tahun.

Era digital adalah puncaknya di mana Anda bisa menikmati semuanya secara instan (cepat). Pengkhotbah (Preacher) dapat berdakwah melalui berbagai media, baik elektronik maupun cetak, termasuk TV, Radio, YouTube, surat kabar, majalah, dan buletin. Tidak hanya artis, tetapi juga da'i bisa memikirkan ingin tampil di TV. Di usia ini, mereka bisa mendapatkan rasa aman berkat perilaku nyaman fasilitas yang ada.

Pada umumnya, dakwah yang dilaksanakan dalam sebuah majelis taklim di sebuah surau, masjid atau mushola berlangsung dalam suasana sakral dan khidmat. Kemajuan teknologi dan informasi, memungkinkan seorang da'i untuk berimprovisasi dengan selingan humor dan hal-hal lain, agar materi ceramahnya tetap menarik untuk disimak.

B. Latar Belakang Masalah

Dakwah adalah proses melakukan tindakan satu orang mengamalkan Islam sebagai agama rahmat lil alamin dan diberitakan kepada orang lain. Tujuan Dakwah ini adalah untuk mengembalikan fitrah manusia kepada agamanya, dan menyadarkan umat akan perlunya tauhid dan keinginan untuk mengamalkan ajaran Islam, serta untuk berbuat baik kepada orang lain. Islam adalah agama dakwah, yang menyebarkan seluruh kebenaran dan mengajak semua yang tidak percaya, menumbuhkan pemahaman dan kesadaran dalam diri mereka sendiri sehingga umat Islam dapat hidup Mengikuti perintah dianggap sebagai tugas suci dan itu adalah kewajiban muslim jadi setiap muslim memiliki kewajiban berdakwah.

Dakwah merupakan kegiatan yang sangat penting dalam Islam. Dengan dakwah, Islam dapat disebarkan dan diterima oleh seluruh umat manusia. Dalam kehidupan sosial,

tempat suci berfungsi untuk mengatur kehidupan beragama menuju tujuan menuju masyarakat yang harmonis dan bahagia di masa depan. Ajaran Islam yang disebarkan atau disebarluaskan dengan dakwah dapat menyelamatkan seluruh umat manusia dan masyarakat pada umumnya dari hal-hal yang membawa pada sifat kehancuran itu sendiri.

Dalam berdakwah di jagat maya terdapat tantangan berat bagi pelaku dakwah. Ia tidak sesederhana menikmatinya ketika media telah menjadi barang rumah tangga biasa, tetapi sekaligus menjadi tantangan tersendiri kreativitas pelaku dakwah. Dakwah tidak lagi dilakukan hanya melalui pendekatan-pendekatan konvensional dengan mengandalkan media lisan dari mimbar ke mimbar, tetapi membutuhkan proses rekayasa teknologi yang dapat membuka ruang interaksi yang lebih leluasa.

Perkembangan internet membawa dampak beragam sektor dalam kehidupan manusia. Mulai dari ekonomi, pendidikan, kesehatan, dan masih banyak lagi. Apalagi jika membicarakan sosial media, makin kesini manusia lebih menyukai komunikasi melalui sosial media, komunikasi visual dari pada audio atau tekstual. Bisa dibuktikan dengan menjamurnya konten grafis yang keren-keren di sosial media baik itu milik individu maupun entitas bisnis. Inilah peluang bagi kita yang memiliki minat untuk terjun di dunia grafis. Pada dasarnya setiap manusia yang dilahirkan ke dunia memiliki potensi yang dapat tumbuh dan berkembang dengan baik, dan setiap orang mampu memaksimalkan potensinya dengan cara yang sangat personal.

Pemamfaatan desain grafis dalam pendidikan ditujukan sebagai media dapat membantu efektivitas dan efisiensi pencapaian tujuan pembelajaran khususnya dalam bidang dakwah. grafis sebagai sebuah ilustrasi visual mampu memuat pesan-pesan pembelajaran yang dapat memberikan sejumlah rangsangan/stimulus dengan kekuatan yang berbeda antara satu dengan lainnya. Francis M. Dwyer dalam buku *Strategies For Improving Visual Learning* menggambarkan

bahwa manusia belajar 1% dilakukan melalui indera perasa (taste), 1,5% melalui sentuhan (touch), 3,5 % melalui penciuman (smell), 11% melalui pendengaran (hearing), dan 83% melalui penglihatan.²

Perlu ditingkatkan minat mahasiswa terhadap desain grafis. Tanpa adanya komunikasi, sejarah peradaban manusia tak akan dapat maju sebagaimana tak ada hubungan yang memungkinkan informasi pesan dapat dibagi kepada orang lain yang membuat informasi/wawasan/pesan dapat tersampaikan.

Hilgert dalam Slameto (2010:57) memberi rumusan rumusan tentang "minat adalah kecenderungan yang tetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa kegiatan. kegiatan yang diminati seseorang, diperhatikan terus menerus dan disertai rasa senang". Dengan demikian, minat adalah suatu unsur psikologis yang ada dalam diri manusia yang timbul karena adanya rasa simpati, rasa senang, rasa ingin tahu, dan rasa ingin memiliki terhadap sesuatu.

Di berbagai bidang, baik ekonomi, budaya, politik, maupun dakwah, pertukaran dan penyampaian pesan merupakan kekuatan yang efektif untuk mengubah masyarakat, bahkan membangun kekuatan dakwah, dalam bidang dakwah misalnya, struktur komunikasi khusus untuk keperluan membangun sistem kekuatan dakwah, menjadi suatu kebutuhan yang sangat penting.

Setiap manusia memiliki kewajiban untuk melaksanakan kegiatan dakwah. Tidak hanya ustad atau ustadzah tetapi setiap orang dapat melakukan aktivitas dakwah. Misalnya kegiatan dakwah yang dilakukan oleh para desainer Muslim. Aktivitas dakwah yang dilakukan oleh para desainer Muslim adalah dengan menggunakan media gambar.³

Minat mahasiswa terhadap desain grafis sangat perlu, bukan hanya menyampaikan informasi melalui televisi, media

² Pujirayanto, *Desain Grafis Komputer*, (Yogyakarta : Andi Offset, 2005), 6

³ Nurma Zuafa, "Karya Desain Grafis Sebagai Materi Dakwah" (Skripsi, Semarang : UIN Walisongo Semarang, 2016), 1

cetak, tetapi melalui desain jika dikemas semenarik mungkin lebih efektif. Dakwah melalui media sosial cukup efektif untuk dikembangkan pada era digital saat ini. Salah satu media dakwah yang bisa disampaikan ialah, gambar, ilustrasi, karikatur dan lain-lain.

Desain grafis berperan dalam posisi komunikator atau orang yang menyampaikan pesannya melalui gambar. Seorang Desainer mampu memberikan inovasi-inovasi baru dalam mewarnai dunia seni dakwah. Sehingga materi dakwah yang disampaikan dapat menarik perhatian mad'u. Desain grafis merupakan salah satu disiplin ilmu yang penting bagi penunjang kegiatan dakwah.

Desain Komunikasi Visual merupakan salah satu wasilah atau alat untuk berdakwah tentu sangat menunjang bagi kelancaran dan keefektifan dalam penyampaian pesan dakwah kepada penerima. Desain grafis dalam pandangan Ilmu Komunikasi adalah satu cara untuk menyampaikan pesan visual berwujud teks dan gambar dari komunikator kepada komunikan. Desain grafis yang saat ini sudah populer dalam lingkup ilmu komunikasi. Pada awalnya, media desain grafis hanya terbatas pada media cetak dwi matra. Namun, perkembangannya semakin tidak terbandung, bahkan justru merambah ke dunia multimedia (diantaranya audio dan video).⁴

Desain grafis sangat membantu untuk membentuk sebuah kemasan informasi dakwah menjadi sebuah karya yang dapat mengubah pandangan seseorang menjadi lebih mudah dan lebih efektif dalam memahami ajaran Islam. Seorang Desainer harus berkemampuan mengeksplorasi sebuah desain grafis dengan unsur-unsur grafis, sehingga dapat memancing sensasi, persepsi, sugesti, dan memperkaya imajinasi orang yang menerima informasi itu dalam berbagai bentuk seperti gambar, garis, simbol dan pesan. Dakwah pada era digital mempermudah penyebaran pesan dakwah dalam

⁴ Kusrianto, Adi. "*Pengantar Desain Komunikasi Visual*". (Yogyakarta : Andi, 2007), 11-12

berbagai rupa baik yang berformat tulisan, audio, visual, dan audiovisual. Dalam dunia visual, media dakwah semakin beragam bentuknya. Instagram dan Website adalah salah satu kecanggihan teknologi.

Efektivitas penggunaannya sangat tergantung tujuan pembelajaran yang ingin dicapai. Tidak selamanya media komunikasi visual termasuk grafis yang lebih konkrit selalu efektif dari sebuah garis sederhana. Jika tujuan penggunaan media visual untuk merangsang peserta didik berpikir lebih lanjut maka grafis sederhana lebih baik disajikan dari pada grafis yang menyerupai objek aslinya. Ada banyak faktor yang berpengaruh terhadap efektivitas penggunaan media grafis dalam pembelajaran, sehingga lebih baik difasilitasi.

Melihat fenomena ini, dimana zaman sekarang atau dibidang zaman now bisa dikatakan zamannya teknologi canggih seperti halnya media social yang digunakan oleh semua orang baik itu anak-anak SD, SMP, SMA, maupun mahasiswa. Dilihat penggunaan media social di UIN Raden Intan Lampung khususnya mahasiswa KPI UIN Raden Intan Lampung, sebagian mahasiswa lebih banyak hanya update status, main game, chattingan bersama teman maupun pacar, foto selfie dan tidak terlalu berminat untuk mengakses aktifitas dakwah. Terkadang ketika ada aktifitas dakwah yang disebarkan oleh teman-temannya baik itu berupa video dakwah maupun dakwah menggunakan desain grafis mereka hanya mengabaikan atau tidak melihat dan tidak membaca aktifitas dakwah tersebut dan ada juga sebagian mahasiswa suka mengakses dakwah-dakwah baik itu akses dari facebook, whatsapp, instagram, blog, BBM, dan youtube.

Dari latar belakang diatas, peneliti ingin mengangkat tema dengan judul skripsi “Minat Mahasiswa Terhadap Desain Grafis Pada Dakwah Era Digital” (Studi Mahasiswa Jurusan KPI UIN Raden Intan Lampung).

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini ialah :

1. Bagaimana Minat Mahasiswa Terhadap Desain Grafis Pada Mahasiswa jurusan Komunikasi Penyiaran Islam di UIN Raden Intan Lampung?
2. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi Minat Mahasiswa Terhadap Desain Grafis Pada Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung?

D. Tujuan Penelitian

Yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana Minat Mahasiswa Terhadap Desain Grafis Pada Mahasiswa jurusan Komunikasi Penyiaran Islam di UIN Raden Intan Lampung?
2. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi Minat Mahasiswa Terhadap Desain Grafis Pada Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung?

E. Mamfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini, penulis mengharapkan penelitian ini dapat bermamfaat bagi siapa pun baik itu orang yang memahami bidang Ilmu Komunikasi dan Dakwah serta seorang desainer baik desainer dakwah maupun desainer umum. Mamfaat dari penelitian ini penulis sebutkan sebagai berikut :

1. Mamfaat teoritis
 - a. Menambah Pengetahuan tentang mamfaat desain grafis pada dakwah era diital.
 - b. menambah wawasan informasi bahwa media sosial sebagai salah satu jejaring sosial yang merupakan perkembangan IPTEK.

2. Mamfaat praktis
 - a. Memberikan pengetahuan kepada remaja tentang desain grafis pada dakwah era digital.
 - b. Memperluas dan menjadi media sosial sebagai aktifitas dan tempat pertukaran serta menyebarkan informasi yang berkaitan dengan dakwah-dakwah islam.
 - c. Bagi fakultas dawkah UIN Raden Intan Lampung khususnya jurusan Komunikasi penyiaran Islam, penelitian ini bisa di jadikan tambahan literatur keilmuan untuk pembinaan dan pengembangan jurusan.

F. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan

Telah terdapat beberapa penelitian terdahulu yang membahas tentang penelitian serupa. Penelitian yang berjudul Dakwah Komunikasi Visual, sebuah tesis dari UIN Walisongo Semarang oleh Nilnan Ni'mah, pada tahun 2016 dengan menggunakan penelitian kualitatif analisis semiotik. penelitian ini menganalisis tentang desain visual dakwah melalui media komunikasi massa (poster). Peneliti mengambil contoh poster karya Muslim Designer Community (MDC), kemudian dianalisis berdasarkan huruf, warna, gambar dan pesan-pesan dakwah yang ditampilkan. kemudian peneliti mencoba mengungkap makna dan pesan yang disampaikan dibalik penggunaan garis dan warna dan kata-kata (analisis semiotik) didalam poster tersebut. persamaan penelitian terdahulu dengan peneliti penulis ialah sama-sama membahas desain grafis dan dakwah. sedangkan perbedaannya, penelitian terdahulu melakukan penelitian analisis semiotik. sedangkan peneliti penulis meneliti minat desain grafis pada dakwah era digital.⁵

Skripsi Nurma Zuafa mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam,

⁵ Nilnan Ni'mah, "Dakwah Komunikasi Visual" (Tesis, Semarang: UIN Walisongo, 2016).

Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dengan judul “Karya Desain Grafis Sebagai Materi Dakwah” (Studi Tentang Produk Desain Grafis dan Materi Dakwah Dalam Grup “Muslim Designer Community” di Facebook). Skripsi tersebut menggunakan metode kualitatif. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah analisis isi yang tidak hanya memfokuskan penelitan terhadap komunikasi yang tersurat, namun juga untuk mengetahui isi komunikasi yang tersirat. Penelitian penulis sebelumnya dengan penelitian yang dibahas memiliki perbedaan yang terletak pada judul, dan objek penelitian, peneliti lebih fokus pada mahasiswa sedangkan peneliti penulis sebelumnya berfokus pada Facebook.⁶

Dakwah Islam harus fleksibel, mampu mengikuti perkembangan zaman, perkembangan umat dan teknologi. Dakwah di era modern ini memerlukan kreatifitas dan inovasi agar tetap menarik minat mad'u salah satunya yaitu desain grafis pada media dakwah mulai diterapkan untuk membuat tampilan yang memudahkan mad'u dalam memahami dan membaca. Desain grafis merupakan visualisasi/penggambaran dari seni yang digunakan majalah Hidayatullah untuk memberikan tampilan majalah yang memiliki nilai estetika, sebagai kemasan dari media dakwah. Penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan menggunakan objek penelitian lapangan.⁷

Penampilan dakwah yang dikemas dalam sebuah sistem informasi dakwah dengan berbagai macam tampilan karya multimedia dakwah perlu komponen perangkat keras untuk mengoperasikan aplikasi software-software yang memiliki kekayaan animasi dan daya publikasi yang menarik

⁶ Nurma Zuafa, “Karya Desain Grafis Sebagai Materi Dakwah” (Studi Tentang Produk Desain Grafis dan Materi Dakwah Dalam Grup “Muslim Designer Community” di Facebook)” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2016).

⁷ Zulkarnain, Afrizal “Penggunaan Desain Grafis Pada Majalah Hidayatullah Sebagai Media Dakwah Dalam Menarik Minat Baca Mad'u di Bandar Lampung” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018)

serta interaktif untuk memudahkan mad'u memahami pesan-pesan dakwah yang dikemas dengan bahasa elektronik. Untuk merangkai pesan dakwah yang profesional dalam lembaran elektronik membutuhkan hardware yang sesuai dengan spesifikasi teknologi komputer grafis. Komputer grafis yang memenuhi spesifikasi multimedia akan melahirkan kualitas pesan dakwah yang interaktif.

Dalam hal ini bahwa persamaan antara beberapa sumber bahwa sama-sama membahas penelitian tentang desain grafis, dan dakwah, akan tetapi berbeda dalam objek sasarannya.

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (field research), yaitu penelitian yang langsung dilakukan dilapangan atau pada responden.⁸ Penelitian kualitatif menurut Bogdan dan Taylor adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.⁹ Karena penulis bertemu langsung mahasiswa fakultas dakwah dan ilmu komunikasi jurusan komunikasi dan penyiaran islam UIN Raden Intan Lampung.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif bermaksud untuk membuat pencandraan (deskripsi) mengenai situasi-situasi atau kejadian-kejadian. Tujuan metode deskriptif adalah untuk membuat pencandraan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau daerah tertentu.¹⁰ Dalam

⁸ M. Hasan Iqbal, "*Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*", (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002), 11

⁹ Lexy J. Moeloeng, "*Metodologi Penelitian Kualitatif*" (Bandung: Rosadakarya, 2007), 4

¹⁰ Sumadi Suryabrata, "*Metologi Penelitian*" (Jakarta: Rajawali Pers, 2012),

penelitian ini akan mendeskripsikan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi terhadap desain grafis.

2. Subjek dan Objek penelitian

Objek penelitian adalah variable atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian, sedangkan subjek penelitian merupakan tempat dimana variable melekat.

Objek penelitian Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung.

3. Sumber Data

Dalam penelitian ini sumber data terdiri dari dua bagian, sumber data primer dan sumber data skunder.

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan sumber data yang diperoleh langsung dari objek penelitian menggunakan alat pengukuran atau alat pengambilan data langsung sebagai sumber

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang-orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada. Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui pihak lain, tidak langsung diperoleh melalui pihak lain, tidak langsung diperoleh peneliti dari subjek penelitiannya.

4. Teknik pengumpulan data

a. Observasi

Observasi adalah “pengamatan dan pencatatan dengan sistematis atas fenomena yang diselidiki. Dalam arti luas, observasi sebenarnya merupakan pengamatan yang dilakukan baik secara

langsung maupun tidak langsung”.¹¹ Observasi adalah teknik yang dipakai untuk mengumpulkan data penelitian lewat pengamatan dan pengindraan. Peneliti kemudian membuat laporan berdasarkan apa yang dilihat, didengar, dan dirasakan selama observasi. Observasi dilakukan untuk mendapatkan gambaran yang lebih nyata dan detail mengenai suatu peristiwa atau kejadian.

b. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (interviewer) yang memberikan pertanyaan dengan terwawancara (interviewee) yang memberikan pertanyaan atas jawaban itu.¹²

Jenis wawancara yang digunakan peneliti adalah wawancara tidak terstruktur. Wawancara tidak terstruktur yaitu wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap. Pedoman yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode pengumpulan data melalui peninggalan tertulis, seperti arsip-arsip termasuk buku tentang pendapat teori atau hukum-hukum yang berhubungan dengan masalah peneliti. Metode ini digunakan untuk memperoleh data dengan melakukan pengamatan secara langsung terhadap obyek yang sedang diteliti, antara lain gambaran obyek penelitian yaitu: Sejarah singkat berdirinya jurusan KPI di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung, visi dan misi, keadaan dosen dan Mahasiswa jurusan KPI UIN

¹¹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Suatu Penelitian Suatu Pendekatan* (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), 32

¹² Moleong, *“Metode Penelitian Kualitatif”* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), 186

Raden Intan Lampung dan data-data lain yang diperlukan.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data yang penulis gunakan dalam penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif, yaitu suatu cara penelitian yang menghasilkan data deskriptif, yakni apa yang dinyatakan oleh responden secara tertulis atau lisan dan juga perilakunya yang nyata, diteliti dan dipelajari sebagai suatu yang utuh.¹³ Setelah analisis data selesai kemudian hasil disajikan secara deskriptif, yakni menggambarkan atau menuturkan secara sistematis, faktual dan aktual mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.¹⁴

Proses analisis data yang penulis gunakan pada penelitian ini yaitu setelah data terkumpul, kemudian data dipilih terlebih dahulu, selanjutnya penulis akan mengolah dan menganalisis data hasil penelitian sehingga dapat dijadikan suatu keputusan yang objektif dengan mengambil kesimpulan yang berdasarkan pada fakta-fakta yang ada dan merangkainya menjadi solusi dalam permasalahan yang ada dalam penelitian ini. Setelah penulis mengambil kesimpulan akhir dari hasil analisis data. Maka penulis dapat mengetahui minat mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi terhadap desain grafi

¹³ Soerjono Soekanto, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat* (Jakarta: Raja Grafindo, 1998), 12

¹⁴ Moh. Nazir, *Metode Penelitian* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2009), 54

BAB II

MINAT MAHASISWA DESAIN GRAFIS DAN DAKWAH ERA DIGITAL

A. Minat

1. Pengertian Minat

Minat artinya perhatian, kesukaan atau kecenderungan hati kepada suatu keinginan dimana seseorang menaruh perhatian terhadap sesuatu yang disertai keinginan mengetahui, mempelajari dan membuktikan lebih lanjut. Minat dalam kamus bahasa Indonesia adalah kegembiraan, kecenderungan, kesukaan.¹⁵

Menurut Agus Sujanto, minat adalah sesuatu pemusatan perhatian yang tidak disengaja yang terlahir dengan penuh kemauannya dan yang tergantung dari bakat dan lingkungannya.¹⁶

Secara umum, pengertian minat ini merupakan perhatian yang mengandung unsur-unsur perasaan. Minat ini merupakan dorongan atau keinginan dalam diri seseorang pada objek tertentu. Contohnya seperti, minat terhadap pelajaran, olahraga, atau juga hobi. Minat memiliki sifat pribadi (individual). Artinya, tiap-tiap orang memiliki minat yang dapat saja berbeda dengan minat orang lain. Minat tersebut berhubungan erat dengan motivasi seseorang, sesuatu yang dipelajari. dan juga dapat berubah-ubah tergantung pada kebutuhan, pengalaman, serta juga mode yang sedang trend, bukan bawaan sejak lahir. Faktor yang mempengaruhi munculnya minat seseorang tergantung pada kebutuhan fisik, sosial, emosi, dan juga pengalaman. Minat diawali oleh perasaan senang dan juga sikap positif.

Dari definisi diatas dapat penulis simpulkan bahwa minat adalah suatu pilihan yang ditetapkan oleh setiap individu dikarenakan hal tersebut merupakan hal yang disukai

¹⁵ Ananda Santoso & S. Ptiyanto, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, (Surabaya: Kartika,2016), 236.

¹⁶ Agus Sujanto, *Psikologi Umum* (Jakarta:PT Bumi Aksara, 2012), 92

dan dilakukan atas keinginan kuat dan kokoh. Minat inilah yang nantinya akan menjadi suatu hobi, pekerjaan, atau suatu kemampuan dalam diri individu tersebut.

2. Jenis-Jenis Minat

Minat terbagi menjadi dua jenis, yaitu:¹⁷

- a. Minat vokasional yang berkaitan dengan pekerjaan, seperti:
 - 1) Minat Profesional, contohnya minat dalam keilmuan, seni, dan kesejahteraan sosial.
 - 2) Minat komersial, contohnya minat pada pekerjaan atau usaha, jual beli, periklanan, akuntansi, kesekretariatan.
 - 3) Minat kegiatan fisik, contohnya mekanik, adventure, dan kegiatan outdoor lainnya.
- b. Minat avokasional yang berkaitan dengan tujuan diperolehnya sebuah kepuasan atau didasarkan pada hobi semata. Contoh dari minat avokasional diantaranya adalah petualang, hiburan, apresiasi, ketelitian, dan masih banyak lagi.

Dalam hal ini penulis akan meneliti minat vokasional yaitu minat seseorang terhadap suatu pekerjaan/profesi dalam hal ini pekerjaan/profesi yang penulis maksud yaitu dalam bidang desain grafis.

3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi minat menurut Crow and Crow adalah:

- a. Faktor Pendorong Dari Dalam (The Factor Inner Urge) Adalah rangsangan yang datang dari lingkungan/ruang lingkup yang sesuai dengan keinginan/kebutuhan seseorang akan mudah menimbulkan minat: cenderung terhadap belajar,

¹⁷ “*Bakat dan Minat*” (On-Line), tersedia di : <https://www.slideshare.net/azqiyink/bakat-dan-minat-49920823>

dalam hal ini seseorang mempunyai Hasrat ingin tahu terhadap ilmu pengetahuan.

- b. Faktor Motif Sosial (The Factor of Social Motif) Adalah minat seseorang terhadap obyek/suatu hal, disamping hal dipengaruhi oleh factor dari dalam diri manusia juga dipengaruhi oleh motif sosial, misalnya: seseorang berminat pada prestasi tertinggi agar dapat status social yang lebih tinggi pula.
- c. Faktor Emosi (Emosional Factor) Faktor perasaan dan emosi mempunyai pengaruh terhadap subyek misalnya: perjalanan sukses yang dipakai seseorang dalam sesuatu kegiatan tertentu dapat membangkitkan perasaan senang dan dapat menambah semangat/kuatnya minat dalam kegiatan tersebut.
Minat dipengaruhi oleh 2 faktor:
 - a. Faktor dari dalam (intrinsik) yaitu berarti bahwa sesuatu perbuatan memang diinginkan karena seseorang senang melakukannya. Disini minat datang dari dalam diri orang itu sendiri. Orang senang melakukan perbuatan itu demi perbuatan itu sendiri. Seperti: rasa senang, mempunyai perhatian lebih, semangat, motivasi dan emosi.
 - b. Faktor dari luar (ekstrinsik) bahwa suatu perbuatan dilaksanakan atas dorongan/ pelaksanaan dari luar. Orang melakukan perbuatan itu karena ia didorong/dipaksa dari luar. Seperti: lingkungan, orang tua, guru.
Minat mengandung unsur-unsur:
 - a. Kognisi (Menenal) Minat itu didahului oleh pengetahuan dan informasi mengenai obyek yang dituju oleh minat tersebut.
 - b. Emosi (Perasaan) Unsur emosi, karena dalam partisipasi atau pengalaman itu disertai dengan perasaan tertentu (biasanya perasaan senang).
 - c. Konasi (Kehendak) Merupakan kelanjutan dari kedua unsur tersebut yaitu yang diwujudkan dalam bentuk

kemauan dan hasrat untuk melakukan suatu kegiatan, termasuk kegiatan yang diselenggarakan disekolah.¹⁸

B. Desain Grafis

1. Pengertian Desain Grafis

Desain adalah suatu proses atau kegiatan untuk menghasilkan suatu produk baru berupa desain. Oleh karena itu, Desain Grafis adalah proses menciptakan pesan baru yang mencakup teks dan ilustrasi di semua permukaan. Definisi ini berarti bahwa desain grafis adalah bidang yang sangat luas.

Menurut Warren, desain grafis adalah "penerjemahan ide dan lokasi menjadi semacam urutan struktural dan visual". Blanchard mendefinisikan desain grafis sebagai seni komunikasi yang melibatkan industri, seni dan proses menghasilkan gambar visual pada semua permukaan.¹⁹ Berdasarkan dari definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa produk desain grafis adalah gambar visual yang merupakan karya seni komunikatif yang dapat digunakan pada permukaan apa pun.

Desain grafis merupakan media yang sudah tidak asing lagi di dunia pendidikan. Istilah desain grafis sering dikaitkan dengan gambar dan termasuk dalam kategori media komunikasi visual. menggunakan materi visual (lukisan, foto, film, televisi, transparansi, tabel, diagram, ilustrasi teks, animasi, pembelajaran berbantuan komputer, dll).

¹⁸ Jusuf Fadilah, DIna Andriana, Widiarti, "Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Program Studi Periklanan Dalam Mata Kuliah Komputer Grafis Desain Grafis I", Jurnal Ilmu Komunikasi (J-IKA), Vol. 7, No. 2 (2020), 95, <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jika/article/view/8939/pdf>

¹⁹ Iyan Mulyana, Agung Prajuhana, Mohamad Iqbal, "*Buku Ajar Desain Grafis dan Multimedia Teori dan Implementasi*", (LP2M Universitas Pakuan, 2019), 12

Desain Grafis atau Desain Grafis adalah istilah yang digunakan sebelum penggunaan istilah Desain Komunikasi Visual, untuk memprediksi perkembangan dunia komunikasi visual dan perannya yang lebih luas, digunakan istilah Desain Komunikasi Visual. Mengapa menggunakan kata Komunikasi, karena grafik tidak dapat memisahkan komunikasi. Desain Komunikasi Visual adalah ilmu mengembangkan bentuk bahasa komunikasi visual berupa pemrosesan pesan untuk tujuan sosial atau bisnis, dari individu atau kelompok ke individu atau kelompok lain.

Pesan dapat berupa informasi tentang produk, layanan, atau ide yang disampaikan kepada audiens sasaran, untuk meningkatkan upaya penjualan, meningkatkan citra, dan mempromosikan program. Desain Grafis atau Desain Grafis adalah istilah yang digunakan sebelum penggunaan istilah Desain Komunikasi Visual. Untuk memprediksi perkembangan dunia komunikasi visual dan perannya yang lebih luas, digunakan istilah Desain Komunikasi Visual.

Mengapa menggunakan kata Komunikasi, karena grafik tidak dapat memisahkan komunikasi. Desain Komunikasi Visual adalah ilmu mengembangkan bentuk bahasa komunikasi visual berupa pemrosesan pesan untuk tujuan sosial atau bisnis, dari individu atau kelompok ke individu atau kelompok lain. Pesan dapat berupa informasi tentang produk, layanan, atau ide yang disampaikan kepada audiens sasaran, untuk meningkatkan upaya penjualan, meningkatkan citra, dan mempromosikan program.

Desain diterjemahkan ke dalam seni terapan, arsitektur, dan banyak pencapaian kreatif lainnya. Dalam sebuah kalimat, dapat berfungsi sebagai kata benda dan dapat berfungsi sebagai kata kerja. Sebagai kata kerja, desain dapat didefinisikan sebagai proses untuk membuat dan menciptakan objek baru, dan adalah kata benda,

desain didefinisikan sebagai hasil dari proses kreatif, berupa rencana atau visualisasi.²⁰

Dengan kata lain, desain juga dapat dipahami sebagai proses kreatif yang bertujuan untuk memecahkan masalah desain dari suatu objek fungsional atau estetis. Pada prinsipnya, dengan mempertimbangkan aspek teknis, fungsional, bahan, tanpa mengendurkan unsur warna, garis, tekstur, keseimbangan, komposisi, dan bentuk”.

2. Sejarah Perkembangan Desain Grafis

Sejak abad ke-15, masyarakat telah menempatkan peran seni dalam menambah nilai estetika dalam kehidupan mereka. Saat itu profesi desain grafis belum berdiri sendiri, mereka masih bagian dari dunia seni.

Pada abad ke-17, Henry Cole menjadi salah satu orang yang paling berpengaruh dalam mengajar desain di dunia Inggris. Dia meyakinkan 4.444 pemerintah akan pentingnya desain dalam sebuah majalah bernama *Design and Manufacturing Magazine*. Dia menyelenggarakan Pameran Besar untuk merayakan munculnya teknologi industri modern dan desain Victoria. Pada abad ke-18, tepatnya antara tahun 1891 dan 1896, pencetak William Morris Kelmscott menerbitkan buku desain grafis yang dibuat oleh gerakan Seni dan Kerajinan dan menghasilkan buku. orang kaya. Morris menunjukkan bahwa ada pasar potensial untuk 4.444 produk desain grafis. Morris juga pelopor dalam memisahkan desain grafis dari seni rupa Karya Morris dan karya gerakan pers swasta secara langsung mempengaruhi Art Nouveau dan secara tidak

²⁰ Ulil Azmil Umroh, “Desain Dakwah Di Media Sosial Ustadz Teuku Hanan Attaki Melalui ‘Shift’ Pemuda Hijrah: Dalam Tinjauan Teori Integrasi Informasi Martin Feishbein”, (Tesis, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2019), 16

langsung mempengaruhi perkembangan awal dunia desain grafis.²¹

Ketika mesin cetak ditemukan pada abad ke-15, istilah Desain "Seni Grafis" masih memiliki arti artistic, namun sejak abad ke-20 istilah tersebut menjadi "Komunikasi Grafis" atau "Komunikasi Visual". Hal ini menunjukkan peran penting media dalam bidang ini.

Desain grafis adalah bidang profesional yang berkembang pesat sejak revolusi industri abad 19. Saat itu, informasi di media cetak semakin banyak digunakan dalam perdagangan melalui periklanan dan pengemasan produk. Dunia penerbitan seperti surat kabar, buku dan majalah serta informasi tentang budaya dan seni juga sangat bergantung pada media cetak. Masyarakat mulai menyadari manfaat yang dapat diperoleh dari keterbukaan informasi kepada publik.²²

Pertumbuhan yang pesat membuat sektor ini menjadi bisnis yang sangat populer sekarang, yang melibatkan modal dan tenaga kerja yang besar. Tentu saja, perkembangan industri yang pesat memerlukan keinginan untuk mendukung personel dalam profesi. Jadi ke depan pasti akan banyak desainer grafis untuk memenuhi kebutuhan industri di bidang ini. Dewasa ini, peran media semakin beragam, mulai dari informasi umum, pendidikan (materi pendidikan dan ilmiah, kursus pendidikan khusus interaktif), persuasif (iklan, promosi, strategi, layanan sosial) dan penguatan identitas (logo, identitas visual, merek). Munculnya istilah "komunikasi visual" sebenarnya juga merupakan akibat dari semakin populernya media di bidang komunikasi melalui bahasa visual ini: cetak/grafik, film dan video, televisi, desain web dan CD interaktif.

²¹ Leonardo Adi Dharma Widya, Andreas James Darmawan, "*Pengantar Desain Grafis*", Cet. I, (Jakarta: Ditjen PAUD dan DIKMAS, Kemendibud RI, 2016), 12

²² Ana Yulianti, "*Bekerja sebagai Desainer Grafis*", (Jakarta: Erlangga, 2008), 12

Di Indonesia, desain grafis sangat diminati. Perkembangan desain grafis di Indonesia sangat penting dibandingkan dengan masa lalu. Buktinya, ada banyak universitas dan kursus pelatihan negeri dan swasta yang menawarkan studi tambahan dalam desain grafis. Di masing-masing universitas ini, hampir semuanya menawarkan program studi yang hampir sama. Ini mungkin karena desain grafis itu sendiri tidak hanya menciptakan gambar, lukisan, atau bahkan tulisan, tetapi juga dapat memberikan wawasan dan pengetahuan tentang film, periklanan, pengemasan, dan sejenisnya. Desain grafis sangat efektif dalam menyediakan sarana untuk mengapresiasi suatu kegiatan atau peristiwa, mungkin memberikan contoh atau iklan dengan ilustrasi yang menarik dan dapat menciptakan desain produk yang lebih berbobot. Desain grafis juga dapat menjadi sarana komunikasi dan informasi yang memberikan data yang lebih jelas, dapat memberikan hiburan dan menggali keahlian di bidang desain.²³

Perkembangan singkat desain grafis di Indonesia diawali oleh Jurusan Reklame Dekorasi dan Ilustrasi Grafik (REDIG) pada tahun 1950, tepatnya 15 Januari 1950. Sekolah tersebut bernama Sekolah Toekang Reklame. Lalu pada tahun 1969 bersamaan dengan berubahnya ASRI menjadi STSRI atau Sekolah Tinggi Seni Rupa Indonesia, jurusan REDIG dipecah menjadi beberapa jurusan, yaitu: jurusan reklame, seni dekorasi dan seni grafis.

Pada tahun 1972 STSRI menyelenggarakan ujian S-1 yang baru pertama kali digelar untuk para BA seni rekame. Nama jurusan seni reklame diganti menjadi jurusan desain komunikasi, tepatnya pada tahun 1983. Pada tahun 1984 bersamaan dengan perubahan STSRI

²³International Design School, "Perkembangan Desain Grafis Di Indonesia", idseducation, 2014, <https://idseducation.com/perkembangan-desain-grafis-di-indonesia/>

menjadi ISI (Institute Seni Indonesia) Yogyakarta melalui fusi dengan AMI atau Akademi Musik Indonesia dan Akademik Seni Tari Indonesia (ASTI) jurusan desain komunikasi dirubah menjadi program studi desain komunikasi visual dan masih digunakan sampai saat ini.

Pada tahun 1967 dirintis studio grafis jurusan Seni Rupa di FTSP ITB. Lalu pada tahun 1973 jurusan tersebut dipecah menjadi studio seni grafis dan desain grafis. Pada tahun 1984 studio desain grafis ITB berdiri sendiri dan pada tahun 1994, studio desain grafis berubah nama menjadi desain komunikasi visual (DKV) yang berada di bawah naungan departemen desain. Kemudian pada tahun 2006 program studi DKV menjadi setingkat dengan jurusan dan berada di bawah fakultas.

Pendidikan Tinggi Desain Grafis mulai berdiri di beberapa kampus di Indonesia, yaitu:

- a. Pada tahun 1977 di Institute Kesenian Jakarta (IKJ)
- b. Pada tahun 1979 di Universitas TRISAKTI
- c. Pada tahun 1981 di UNS
- d. Pada tahun 1981 di UDAYANA
- e. Pada era 1990an ditandai dengan berdiri DKV di STISI Bandung, lalu diikuti oleh UPH pada tahun 1994.

Sekarang sudah ada sekitar 70 pendidikan tinggi desain grafis Indonesia yang tersebar di beberapa kota, mulai dari Bandung, Jakarta, Medan, Surabaya, Palembang, Yogyakarta, Solo, Malang, Salatiga, Makasar, Bali dan di beberapa kota lainnya. Jika dulu seseorang memiliki cita-cita menjadi dokter, insinyur, guru dsb, sekarang di zaman teknologi modern banyak orang yang ingin menjadi seorang desainer.²⁴

Melihat hal tersebut membuktikan bahwa perkembangan industri desain grafis di Indonesia dan

²⁴ Eva Sri Rahayu, "Perkembangan Desain Grafis Indonesia", Epic Creative House, 2016, <https://www.epic-creativehouse.com/2016/12/perkembangan-desain-grafis-indonesia.html>

dunia sangat luas. Tentu, banyak negara memiliki profesional desain grafis. Evolusi desain grafis dari waktu ke waktu terus meningkat. Desain grafis hampir selalu digunakan dalam setiap usaha manusia, sehingga banyak orang mulai mempertimbangkan pekerjaan menjadi seorang desainer grafis.

Perkembangan teknologi membuat desain grafis semakin maju. Dan evolusi teknologi akan terus ada sepanjang waktu, sehingga kemungkinan desain grafis menjadi semakin canggih dan beragam.

3. Prinsip-prinsip Desain Grafis

Dalam bekerja desainer grafis harus mempertimbangkan berbagai prinsip demi mencapai hasil akhir yang baik. Prinsip-prinsip desain yang akan dijelaskan di bawah ini bukanlah sebuah nilai mati bahwa desain yang paling baik adalah seperti apa yang dikandung dalam prinsip tersebut. Semuanya itu tergantung selera desainer grafis, klien dan khalayak yang menjadi sasaran pesan. Banyak pakar desain grafis menyarankan prinsip ini dalam pekerjaan desain. Hal ini sangat logis demi kepentingan kemudahan pembaca memahami isi pesan yang disampaikan. Dalam penggunaan huruf sebuah berita misalnya. Huruf judul (headline), subjudul dan tubuh berita (body text) sebaiknya jangan menggunakan jenis font yang ornamental yang sulit dibaca, seperti huruf blackletter yang sulit dibaca. Prinsip ini bisa diterapkan dengan penggunaan elemen ruang kosong (white space) dan tidak menggunakan terlalu banyak unsur-unsur aksesoris. Prinsip-prinsip Desain Grafis sebagai berikut.

a. Keseimbangan (Balance)

Keseimbangan dalam desain grafis adalah pembagian yang seimbang baik secara visual maupun optik. Keseimbangan diperlukan untuk menciptakan desain yang komunikatif dan memiliki estetika yang

baik. Ada dua pendekatan mendasar terhadap prinsip keseimbangan.

- 1) keseimbangan simetris, yaitu susunan unsur-unsur sedemikian rupa sehingga terdistribusi secara merata ke kiri dan kanan pusat sehingga memiliki bobot visual yang sama. Keseimbangan simetris disebut juga dengan keseimbangan formal.
- 2) keseimbangan asimetris adalah susunan yang berbeda dengan berat benda yang sama di kedua sisi halaman. Warna, ukuran, bentuk dan tekstur dapat digunakan sebagai faktor penyeimbang. Keseimbangan asimetris disebut juga dengan keseimbangan informal.

b. Irama (rhythm)

Irama adalah pengulangan gerakan yang teratur dan terus menerus. Dalam bentuk alam kita dapat mengambil contoh pengulangan gerakan gelombang laut, barisan semut, gerakan dedaunan dan sejenisnya. Dalam desain grafis, ritme adalah pengulangan elemen visual dengan jarak tertentu yang menciptakan pola atau tekstur dalam desain. Pengulangan (mengulangi elemen serupa secara konsisten) dan variasi (mengubah bentuk, ukuran, posisi atau elemen) sangat penting untuk menciptakan ritme visual.

c. Penekanan (emphasis)

Setiap bentuk desain memiliki sesuatu yang perlu ditonjolkan lebih dari yang lain. Tujuan utama dari fokus ini adalah untuk memastikan dapat membentuk opini publik sehingga apa yang perlu disampaikan akan tersampaikan.

d. Kesatuan (Unity)

Kesatuan adalah ukuran seberapa baik setiap elemen desain bekerja sama untuk menciptakan harmoni. Prinsip pemersatu dapat membantu semua elemen bersatu dan menciptakan tema yang kuat,

serta menciptakan hubungan yang kohesif. Tujuan utama dari desain grafis adalah untuk menyampaikan pesan tertentu, jika desain yang Anda kerjakan tidak kuat, maka komunikasi dapat terhambat. Tidak peduli seberapa indah desain anda, tanpa prinsip terpadu untuk mengikatnya bersama-sama, desain pada akhirnya akan gagal mencapai tujuannya. Prinsip kesatuan mengikat semua elemen desain menjadi satu sehingga desain memiliki tujuan yang jelas.

e. Dominasi (Domination)

Dominasi merupakan salah satu prinsip dasar tata rupa yang harus ada dalam karya seni dan desain. Dominasi berasal dari kata *Dominance* yang berarti keunggulan . Sifat unggul dan istimewa ini akan menjadikan suatu unsure sebagai penarik dan pusat perhatian. Dalam dunia desain, dominasi sering juga disebut *Center of Interest*, *Focal Point* dan *Eye Catcher*. Dominasi mempunyai beberapa tujuan yaitu untuk menarik perhatian, menghilangkan kebosanan dan untuk memecah keberaturan. Biasanya ditengarai dengan *emphasis*.

f. Proporsi (Proportion)

Proporsi termasuk prinsip dasar tata rupa untuk memperoleh keserasian. Untuk memperoleh keserasian dalam sebuah karya diperlukan perbandingan-perbandingan yang tepat. Pada dasarnya proporsi adalah perbandingan matematis dalam sebuah bidang. Konon proporsi ini adalah perbandingan yang ditemukan di benda-benda alam termasuk struktur ukuran tubuh manusia sehingga dianggap proporsi yang diturunkan oleh Tuhan sendiri. Dalam bidang desain proporsi ini dapat kita lihat dalam perbandingan ukuran kertas dan layout halaman.²⁵

²⁵ ismail, "Prinsip-Prinsip Dasar Desain Grafis", Evetry, 2012, <https://www.evetry.com/prinsip-prinsip-dasar-desain-grafis>

1. Unsur-unsur Desain Grafis

Komponen desain grafis merupakan unsur pembentuk desain grafis itu sendiri. Dalam membuat sebuah desain grafis, diperlukan komponen-komponen yang menjadi dasar visual dalam memberikan peranan komunikasi secara visual. Unsur-unsur desain grafis sebagai berikut.

a. Titik

Titik adalah salah satu unsur visual yang wujudnya relatif kecil dengan dimensi panjang dan lebarnya dianggap tidak berarti. Titik cenderung ditampilkan dalam bentuk kelompok dengan variasi jumlah, susunan, dan kepadatan tertentu.

b. Garis

Garis dianggap sebagai unsur visual yang banyak berpengaruh terhadap pembentukan suatu objek sehingga garis, selain dikenal sebagai goresan atau coretan yang menjadi batas (limit) bidang suatu warna. Ciri utama garis ialah terdapat arah serta dimensi memanjang yang dapat dilakukan secara lurus, lengkung, gelombang, zig-zag, dan lainnya. Kualitas garis ditentukan oleh tiga hal, yaitu orang yang membuatnya, alat yang digunakannya, serta bidang dasar tempat garis digoreskan.

c. Bidang

Bidang merupakan unsur visual yang berdimensi panjang dan lebar. Terdapat dua kategori yaitu bidang geometri dan nongeometri. Bidang geometri relatif mudah diukur luasnya, sementara bidang non-geometri sebaliknya. Bidang bisa dihadirkan dengan menyusun titik maupun garis dalam kepadatan tertentu, dan dapat pula dihadirkan dengan mempertemukan potongan hasil goresan satu garis atau lebih.

d. Ruang

Ruang dapat dihadirkan dengan adanya bidang. Pembagian bidang atau jarak antar objek berunsur titik, garis, bidang, dan warna. Ruang lebih mengarah pada perwujudan tiga dimensi sehingga ruang dapat dibagi dua, yaitu ruang nyata dan semu. Keberadaan ruang sebagai salah satu unsur visual sebenarnya tidak dapat diraba tetapi dapat dimengerti.

e. Warna

Warna berkaitan dengan bahan yang mendukung keberadaannya ditentukan oleh garis pigmen. Ketiga unsur pembentuk warna ialah Hue (spektrum warna), Saturatuin (nilai kepekatan) dan lightness (nilai cahaya dari gelap ke terang)

f. Tekstur

Tekstur berkaitan dengan nilai raba dari suatu permukaan. Secara fisik terdapat tekstur kasar dan halus. Secara efek tampilan terdapat tekstur nyata dan semu. Tekstur dapat berpengaruh terhadap unsur visual lainnya yaitu kejelasan titik, kualitas garis, keluasan bidang dan ruang, serta intensitas warna.²⁶

4. Jenis-jenis Desain Grafis

Jenis desain grafis adalah istilah yang sudah sangat umum saat ini. Prinsipnya sama, tetapi seiring waktu, desainer membuat sub departemen baru di bidang desain grafis, dikelompokkan sesuai dengan tugas, fitur, dan tujuan yang akhirnya dihasilkan. Jenis-jenis desain grafis sebagai berikut.

a. Advertising Designer

Advertising designer adalah seseorang yang berfokus mendesain karya visual untuk keperluan promosi dan periklanan. Desainer jenis ini harus memahami bagaimana melakukan marketing dengan

²⁶ Sri Wahyuningsih, “*Desain Komunikasi Visual*”, Cet. 2, (Madura: 2015),

visual serta mampu memberikan persuasif terhadap target audience.

b. Visual Identity Designer

Visual Identity tidak melulu tentang logo, visual identity designer harus bisa menciptakan sebuah branding yang kuat dari identitas visual yang ia buat. Desainer ini juga selain menciptakan logo sebagai elemen utama namun juga menciptakan beberapa aturan regulasi terkait visual pada sebuah brand. Desainer ini juga dapat membuat ikon, maskot, packaging, gaya desain brand serta visual yang dapat mengingat audience terhadap sebuah brand

c. Motion Graphic Designer

Desainer Motion Graphic adalah seseorang yang mengolah elemen grafis dan memberikan sebuah gerakan pada elemen tersebut (motion) sehingga dapat bergerak. Output motion graphic designer biasanya dalam bentuk video yang lebih atraktif. Meski demikian desainer ini bisa saja masuk ke desainer sektor lainnya seperti advertising.

d. Animation Designer

Animation designer adalah seorang desainer yang berfokus pada keperluan dalam menciptakan animasi. Animasi 2D, 3D, ataupun games, tentu perlu sebuah desain karakter, asset grafis dan texture yang dibuat oleh desainer sehingga desainer pada sektor ini cukup vital dalam menciptakan visual dalam animasi yang dibuat.

e. Illustrator Designer

Illustrator Designer adalah seorang desainer yang menciptakan dan mengisi sebuah visual penjas dan penggambaran pada sebuah konten. Dasarnya manusia lebih menyukai sebuah gambar visual hal inilah yang membuat desainer ini hadir untuk sebisa mungkin dapat mendukung bahkan menggantikan elemen tulisan menjadi sebuah ilustrasi yang terlihat lebih asyik

f. Layout Designer

Layout designer adalah seorang desainer grafis yang berfokus dalam hal tata menata sebuah elemen visual. Layout designer biasanya hadir dalam urusan penerbitan dan percetakan. Output seorang layout designer bisa berupa layout majalah, layout album foto, layout buku dan keperluan tata menata dalam cetak digital.

g. Typography Designer

Typography designer adalah seseorang yang berfokus dalam menciptakan, mengatur dan mengolah sebuah tipografi. Desainer jenis ini merupakan bidang yang sangat spesifik karena keahliannya akan lebih fokus pada tipografi itu sendiri

h. User Interface (UI) Designer

User Interface desainer adalah seseorang yang berfokus dalam menciptakan sebuah antarmuka umumnya berupa aplikasi maupun website. UI designer berfokus dalam menciptakan elemen grafis yang menarik pengguna sehingga pengguna bisa betah melihat visual dari sebuah website atau aplikasi digital. Outputnya adalah sebuah prototype dari website atau aplikasi yang didalamnya terkandung ilustrasi, button, gui, icon dll

i. User Experience (UX) Designer

Bekerja sama dengan UI desainer, UX Designer juga mengolah sebuah elemen grafis antarmuka namun lebih ditekankan kepada riset pengalaman pengguna sehingga pengguna dapat dengan mudah untuk menggunakan sebuah aplikasi atau website. UX Designer harus bisa mengetahui isi pikiran pengguna dan dapat mengatur pengguna sesuai dengan skema yang diinginkan. UX Designer juga mengatur sebuah mekanisme dan tampilan pada aplikasi atau website.

j. Full Stack Designer

Full Stack Designer adalah seseorang yang memiliki istilah baru, "versi lengkap dan lengkap". bagaimana itu? Desainer full-stack menggabungkan kemampuan desain dan penelitian dengan kombinasi desainer UI, peneliti UX, dan pengembang front-end, serta desainer full-stack harus menguasai pengkodean, terutama CSS dan html. Desainer ini dapat dibuat dari awal untuk memberi Anda tampilan nyata pada aplikasi atau situs web Anda.²⁷

5. Fungsi dan Mamfaat Desain Grafis

Fungsi desain grafis, Sebagai produksi media informasi dan komunikasi, Produksi media publisitas, Apresiasi seni dan kreativitas, Sebagai karya atau hobi, Menambah nilai estetika.

Manfaat desain grafis dalam kehidupan sehari-hari ialah, Mempercepat proses karya saya dalam bentuk grafik Mempresentasikan karya, membuat dunia desain grafis dikenal masyarakat (umum) sehingga dapat diimplementasikan di lingkungannya, memperkenalkan aplikasi desain grafis kepada publik, memungkinkan orang untuk dengan mudah memahami informasi yang disampaikan dalam bentuk grafik.



Gambar 1 Desain Poster Dakwah

²⁷ Yusril Ibnu, "10 Jenis Desainer Grafis dan Penjelasan pada Masa Kini", PortalDekave, 2021, <https://www.portaldekave.com/artikel/jenis-desainer-grafis>

C. Dakwah Era Digital

1. Dakwah dan Era digital

Secara Etimologis, Kata dakwah berasal dari bahasa Arab yakni da'aa, yad'u, du'aah/da'watan, yang berarti menyeru, memanggil, mengajak, mengundang.

Kata dakwah digunakan dalam arti mengajak kebaikan yang penciptanya adalah Allah SWT, para Nabi dan Rasulnya, serta orang-orang yang beriman dan beramal saleh. Kadang-kadang Dakwah digunakan untuk mengundang kejahatan yang pelakunya adalah setan, kafir, munafik, dll.²⁸

Pengertian dakwah secara etimologis (bahasa) ini banyak para ahli yang mendefinifikan sebagai berikut:

- a. Moh Ali Aziz dalam bukunya “Ilmu Dakwah” bahwa ditinjau dari segi bahasa, dakwah berasal dari bahasa Arab “da'wah” (mempunyai tiga huruf asal, yaitu dal ain, dan wawu. Dari tiga huruf asal ini, terbentuk beberapa kata dengan ragam makna. Makna tersebut adalah memanggil, mengundang, minta tolong, meminta, memohon, menamakan, menyuruh datang, mendorong, menyebabkan, mendatangkan, mendoakan, menangisi, dan meratapi.²⁹
- b. Syamsuddin dalam bukunya “Sejarah Dakwah” bahwa Dakwah berasal dari bahasa Arab, dari akar kata da'a, yadu'u, da'watan, yang bermakna seruan, panggilan, undangan atau do'a. Apabila dikaitkan dengan kata islam, menjadi kegiatan mengajak, menyeru, dan memanggil seseorang kepada islam.³⁰

²⁸ Muhammad adarudin Abdullah, “*Pengantar Ilmu Dakwah*”, Cet. 1, (Jawa Timur: CV Penerbit Qiara Media, 2019), 2

²⁹ Moh Ali Aziz, “*Ilmu Dakwah*”, (Jakarta: Kencana, 2004), 6

³⁰ Syamsuddin, “*Sejarah Dakwah*”, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016), 3

Mempelajari ayat-ayat dakwah, ternyata tidak semua kata dalam dakwah berarti ajakan dan seruan, bahkan ada yang berarti doa dan permohonan. Namun dakwah ini bisa juga diartikan menjelaskan atau menerangkan, hal ini dapat kita lihat dalam surat al-Baqarah ayat 256.

لَا إِكْرَاهَ فِي الدِّينِ ^ط قَدْ تَبَيَّنَ الرُّشْدُ مِنَ الْغَيِّ ^ج فَمَنْ يَكْفُرْ
بِالطَّغُوتِ وَيُؤْمِنْ بِاللَّهِ فَقَدِ اسْتَمْسَكَ بِالْعُرْوَةِ الْوُثْقَىٰ لَا
أَنْفِصَامَ لَهَا ^ط وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ ^{١٥٦}

“Tidak ada paksaan dalam (menganut) agama (Islam), sesungguhnya telah jelas (perbedaan) antara jalan yang benar dengan jalan yang sesat. Barang siapa ingkar kepada Tagut dan beriman kepada Allah, maka sungguh, dia telah berpegang (teguh) pada tali yang sangat kuat yang tidak akan putus. Allah Maha Mendengar, Maha Mengetahui”. QS. Al-baqarah (2): 256.

Jadi ayat ini menjelaskan bahwa dakwah cukup dengan penjelasan atau tafsir dan tidak dipaksakan. Dakwah berarti permohonan, dijelaskan oleh Allah dalam Alquran Surah Al-baqarah 186:

وَإِذَا سَأَلَكَ عِبَادِي عَنِّي فَإِنِّي قَرِيبٌ ^ط أُجِيبُ دَعْوَةَ الدَّاعِ إِذَا
دَعَانِ فَلْيَسْتَجِيبُوا لِي وَلْيُؤْمِنُوا بِي لَعَلَّهُمْ يَرْشُدُونَ ^{١٨٦}

“Dan apabila hamba-hamba-Ku bertanya kepadamu (Muhammad) tentang Aku, maka sesungguhnya Aku dekat. Aku Kabulkan permohonan orang yang berdoa apabila dia berdoa kepada-Ku. Hendaklah mereka itu memenuhi (perintah)-Ku dan beriman kepada-Ku, agar mereka memperoleh kebenaran”. QS. Al-baqarah (2): 186.

Sedangkan dakwah yang berarti menyeru /seruan ditugaskan Allah dalam surat Ibrahim ayat 44 yang berbunyi:

وَأَنْذِرِ النَّاسَ يَوْمَ يَأْتِيهِمُ الْعَذَابُ فَيَقُولُ الَّذِينَ ظَلَمُوا
رَبَّنَا أَخْرِنَا إِلَىٰ أَجَلٍ قَرِيبٍ نُّجِبْ دَعْوَتَكَ وَنَتَّبِعِ الرَّسُولَ
أُولَٰمَ تَكُونُوا أَقْسَمْتُمْ مِّن قَبْلُ مَا لَكُم مِّن زَوَالٍ ﴿٤٤﴾

“Dan berikanlah peringatan (Muhammad) kepada manusia pada hari (ketika) azab datang kepada mereka, maka orang yang zalim berkata, “Ya Tuhan kami, berilah kami kesempatan (kembali ke dunia) walaupun sebentar, niscaya kami akan mematuhi seruan Engkau dan akan mengikuti rasul-rasul.” (Kepada mereka dikatakan), “Bukankah dahulu (di dunia) kamu telah bersumpah bahwa sekali-kali kamu tidak akan binasa?”. QS. Ibrahim (14): 44.

Dakwah dalam artian ajakan terlihat dalam surat ali-imron 104

وَلَتَكُن مِّنكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْعُرْفِ
وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

“Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung”. QS. Ali Imron (3): 104

Dari makna kata dakwah yang ditemukan dalam kalimat di atas, menarik kesimpulan bahwa dakwah berarti menyeru, memohon atau mengajak pada ayat berarti membawa orang kepada hal yang baik. jalan dan

keadaan yang baik atau sebaliknya, dakwah dalam arti permintaan atau doa kepada Allah dan Allah berjanji untuk memberikan, asalkan memenuhi semua perintah Allah dan beriman kepada-Nya. Kemudian dakwah berarti mengajak kepada ma`ruf yang diridhoi Allah SWT dan melarang berbuat munkar, suatu perbuatan yang dibenci Allah.³¹

Pengertian dakwah secara terminologi (istilah) Banyak para ahli mendefinisikan dakwah secara terminologi (istilah) diantaranya:

- a. Menurut Syekh Ali Mahfudz, dakwah menyeru orang untuk berbuat kebaikan dan mengikuti nasihat, menyuruh mereka untuk berbuat baik dan melarang mereka perbuatan buruk (munkar) sehingga mereka mendapatkan kebahagiaan di dunia ini dan orang Masa Depan. Pandangan ini juga sejalan dengan pandangan Imam Alghozali bahwa amar ma`ruf nahi mungkar adalah inti dari gerakan dakwah dan penggerak di balik dinamika masyarakat Muslim.³²
- b. Quraish Shihab mendefinisikan dakwah, sebagai seruan atau ajakan untuk bertobat, atau upaya untuk mengubah situasi yang buruk menjadi lebih baik dan lebih sempurna untuk individu atau masyarakat.³³
- c. Menurut Al-Mursyid, dakwah adalah sistem untuk menerapkan penjelasan kebenaran, kebaikan, instruksi pengajaran, memerintahkan perbuatan baik (ma`ruf) dan mengungkap cara dan metode yang salah, dengan pendekatan yang berbeda, metode dan media dakwah.³⁴

³¹ Novri Hardian, "Dakwah Dalam Perspektif Al-Qur'an dan Hadist", Al Hikmah, UIN Imam Bonjol Padang, (2018), <https://ejournal.uinib.ac.id/jurnal/index.php/alhikmah/article/download/92/77>, 44

³² M. Munir, "*Metode Dakwah*", (Jakarta: Kencana, 2006), 7

³³ M. Munir dan Wahyu Ilahi, "*Manajemen Dakwah*", (Jakarta: Kencana 2009), 205

³⁴ Enjang AS, dan Aliyudian, "*Media dakwah*", (Jakarta: Kencana, 2009), 8

Dari beberapa pengertian dan definisi dakwah di atas, dapat disimpulkan bahwa dakwah memiliki dua makna dasar, yaitu: Pertama, makna sempit pada satu doa dan sebuah ajakan kebaikan memiliki bentuk umum dengan *bi allisan*, yaitu ceramah/pidato dan juga *bi alkitabah* yaitu tulisan. Kedua, memiliki makna (istilah) yang luas bahwa tidak terbatas pada tawaran lisan dan ajakan, tetapi juga tindakan nyata (*dakwah bi alhal*) yang dapat berupa pendidikan, ekonomi, sosial dan politik, serta sebagai bentuk lainnya.³⁵

Dari uraian di atas, menurut penulis: Dakwah adalah segala kegiatan yang bertujuan mengajak manusia (masyarakat) ke arah yang baik dan nahi munkar, baik lisan, tulisan, gambar, maupun perbuatan dengan cara-cara yang tepat. dan media dengan prinsip-prinsip Islam yang bertujuan untuk mencapai kebahagiaan manusia di dunia dan akhirat.

Dakwah Berdasarkan terminologis (istilah) sebenarnya telah banyak dikemukakan oleh para ahli dimana definisi-definisi tersebut saling melengkapi. Meskipun redaksionalnya berbeda, pada hakikatnya maksud dan maknanya sama. Adalah kegiatan mentransmisikan ajaran Islam atau mengajak orang lain masuk Islam/menyelesaikan ajaran Islam untuk kebahagiaan dunia dan akhirat.

Dakwah pada dasarnya adalah proses komunikasi. Komunikasi dua arah, siapa yang mengundang dan yang diundang, siapa yang diundang dan siapa yang menerima undangan. Hal ini tercermin dalam definisi dakwah itu sendiri yang mencerminkan suatu kegiatan yang melibatkan dua orang (komunikator sebagai subjek dan komunikan sebagai objek) untuk menyampaikan pesan dengan tujuan tertentu. Subjek, objek, dan dua pesan

³⁵Zulkarnain, "Dakwah Islam Era Modern", *Risalah*, Vol. 26 no. 3 (2015), 155, <https://media.neliti.com/media/publications/127613-ID-dakwah-islam-di-era-modern.pdf>.

dalam literatur ilmiah dakwah disebut dengan rukun dakwah (arkan alda'wah).³⁶

Peningkatan penggunaan internet serta kemajuan teknologi informasi menyebabkan perubahan terhadap cara berdakwah, kemudahan untuk menemui jaringan internet merupakan suatu kelebihan yang dapat menjadikan internet sebagai media atau sebuah sarana alternatif dalam berdakwah. Sebagaimana yang telah ditetapkan oleh Kementrian Agama Republik Indonesia bahwasanya Kementerian Agama akan memperbanyak penyuluhan melalui media sosial guna penyebaran nilai-nilai keagamaan yang moderat. Ini untuk melengkapi penyuluhan-penyuluhan keagamaan yang selama ini telah dilakukan dalam rangka mencegah radikalisme, bahkan terorisme di Indonesia. Di era digital saat ini, hampir semua manusia menggunakan media sosial sebagai sarana komunikasi yang mudah untuk digunakan. Hanya dengan memanfaatkan jaringan internet, mereka dapat berinteraksi dengan sangat mudah dan cepat meski tidak sedang bertatap muka. Inilah yang dimanfaatkan oleh para pendakwah Islam, mereka tidak harus berdakwah pada lingkup majelis ta'lim yang berisikan ceramah, tausyiah dan nasihat tentang ilmu keagamaan seperti syari'at islam, tauhid, dan lain sebagainya. Kelebihan fasilitas yang disediakan oleh media sosial menjadi kelebihan tersendiri bagi masyarakat virtual khususnya bagi para juru dakwah dan para da'i dalam menyampaikan atau membagikan informasi tentang dakwah islam tanpa harus secara langsung bertemu dengan mereka.³⁷

Teknologi digital yang semakin canggih saat ini telah membawa perubahan besar di dunia. Masyarakat telah dimudahkan untuk mengakses informasi dengan berbagai cara dan dapat dengan nyaman menikmati

³⁶ Abdul Pirol, "*Komunikasi dan Dakwah Islam*", (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 9

³⁷ Abdul Syukur, Agus Hermanto, "*Konten Dakwah Era Digital*" Cet. 1 (Malang: Literasi Nusantara Abadi, 2021), 132

manfaat teknologi digital, namun dampak negatifnya juga bermacam. kejahatan mudah dilakukan dengan mudah, game online dapat membahayakan jiwa generasi muda, pornografi dan pembajakan mudah dilakukan, dll.

Perkembangan teknologi komputasi digital khususnya kinerja mikroprosesor terus meningkat dan teknologi ini memungkinkan untuk diimplementasikan pada berbagai macam perangkat yang dimiliki oleh individu. Perkembangan teknologi transmisi, termasuk jaringan komputer, juga mendorong pengguna internet dan stasiun televisi digital. Lebih dari perkembangan ponsel, bergerak cepat ke penetrasi sosial, memainkan peran besar dalam revolusi digital dengan menyediakan hiburan, komunikasi, dan koneksi online populer.

Kelahiran situs jejaring sosial adalah layanan berbasis web, yang memungkinkan pengguna untuk membuat profil, melihat daftar pengguna yang ada, dan mengundang atau menerima teman untuk bergabung dengan situs tersebut. tautan antara perangkat seluler dan situs Internet melalui "jejaring sosial" telah menjadi standar komunikasi digital. Situs pertemanan bernama Friendster terus berkembang hingga halaman seperti MySpace, Facebook, Twitter dan lain-lain. Revolusi digital mewakili kemampuan untuk dengan mudah memindahkan informasi digital antar kendaraan dan mengakses atau mendistribusikan informasi tersebut dari jarak jauh.³⁸

Saat ini, perkembangan terbaru dalam media elektronik adalah internet. Di era sebelumnya, TV dan radio hanya sepengetahuan kita, karena kita tidak bisa seandainya menginginkan tayangan dari stasiun TV dan radio. Penyiaran masih dikuasai oleh mereka yang menguasai dunia media. Sementara masyarakat hidup di era internet yang tidak lagi dibatasi oleh ruang dan waktu,

³⁸Wawan Setiawan, "Era Digital dan Tantangannya", *pdf* (Seminar Nasional, UPI, 2017), <https://core.ac.uk/download/pdf/87779963.pdf>. 2

semuanya mudah diakses dengan biaya yang relatif murah. Bahkan, dalam waktu 24 jam kita bisa menonton, mendownload sesuka kita tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu.

Dewasa ini, manusia telah hidup di era digital, mengalami perkembangan teknologi yang luar biasa. Manusia tidak bisa hidup tanpa teknologi. Teknologi adalah segalanya bagi manusia, sehingga efek positif dan negatifnya juga membayangi manusia.³⁹ Dengan demikian, era digital dapat disimpulkan sebagai era komputerisasi, di mana semua aktivitas manusia dapat disosialisasikan dengan bantuan teknologi komputer (multi layar) dengan banyak ekspresi, penampilan, bentuk, angka, dan pola narasi.

Di era digital, segala sesuatu yang bersifat pribadi (private domain) bukan lagi hal yang tabu ketika diungkapkan ke publik. Artinya, setiap orang dapat mengkonsumsi dan menikmati dinamika kehidupan pribadinya. Oleh karena itu, tidak heran jika dimensi etika kehidupan di era digital ini terdistorsi.

Dakwah yang dicapai dengan bantuan teknologi informasi seharusnya memicu gerakan, refleksi dan penemuan-penemuan baru di bidang dakwah untuk kemaslahatan umat manusia. Dakwah Islam di Era Digital sangat ideal untuk menerjemahkan isu-isu kehidupan nyata dengan memasukkan nilai-nilai inti dan ide-ide Islam, seperti masalah pendidikan, gender, ekonomi, dan multikulturalisme. Dakwah Islam tidak boleh hanya sekedar teks, tetapi harus selalu dinamis, berkembang sesuai dengan perkembangan peradaban bangsa.

Dialektika dakwah Islam dengan perkembangan teknologi digital justru menjadi peluang emas untuk bersaing “melawan” hegemoni Barat yang dijiwai banyak ide dan gagasan berbagai ideologi umat manusia. Islam

³⁹ Aslan, "peran Pola Asuh Orang tua di Era Digital", *Stuida Insania*, Vol 7, No. 1, (2019), 21 <http://jurnal.uin-antasari.ac.id/index.php/insania/article/view/2269/1810>

harus menunjukkan "wajah dingin" karena selama ini yang ditampilkan di media adalah Islam menganggap dirinya sebagai gerakan teroris, dari situlah muncul akidah "Islam adalah teror".⁴⁰

Dakwah dapat dilakukan oleh media massa dan diterima secara luas. Karena sifatnya yang massal, penerima pesan dakwah tidak terbatas pada kelompok tertentu. Jangkauan masyarakat bisa seluas dampaknya. Karena ini, dakwah kini memiliki tantangan tersendiri. Media dalam berdakwah terbagi menjadi dua, yaitu: penggunaan jalur cetak dan saluran elektronik, yang merupakan implikasi dari kemajuan teknologi. Media cetak seperti koran, majalah, pamflet, dll. Sementara itu, media elektronik seperti televisi dan yang terbaru adalah internet. Dakwah Islam sebagai sebuah konsep dan sebagai aktivitas telah memasuki semua bidang dan ruang kehidupan manusia, sehingga semua aspek kehidupan tidak dapat dipisahkan dari sudut pandangnya sendiri. Konsisten dengan konsep dakwah sebagai ajakan, himbauan nilai-nilai Islam dalam semua aspek kehidupan manusia.⁴¹

Oleh karena itu, perlu dikembangkan sistem pemilihan dan penggunaan teknologi informasi yang bersih dan efisien yang sesuai dengan fitrah manusia. Ini datang pada saat para pengkhotbah dihadapkan pada tantangan yang sangat kompleks untuk menemukan solusi dengan memberikan solusi atas masalah. Da'i dituntut mampu menerjemahkan pesan-pesan Islam sesuai dengan manajemen dakwah yang modern, efisien dan efektif kepada seluruh masyarakat, maka Islam akan memiliki

⁴⁰ Wahyu Budiantoro, "Dakwah Era Digital", *IAIN Purwokerto*, Vol. 11, No. 2, (2017) 277, <http://ejournal.iainpurwokerto.ac.id/index.php/komunika/article/view/1369/1002>

⁴¹ Achmad Husain, "Dakwah Islamiyah dan Tantangan di Era Digital" *Al Munqid: Jurnal Kajian dan Keislaman* Vol. 8, No. 1, (2020), 110, <https://ejournal.iaii.ac.id/index.php/amk/article/view/190/151>

pesan yang lebih luas, mudah dipahami dan tidak disalahpahami oleh non-Muslim.

Dakwah Islam yang damai dan bijak terhadap budaya dan kearifan lokal terbukti menjadi salah satu kunci keberhasilannya. Jika dulu, Sunan Kalijaga mengajarkan Islam di Nusantara dengan cara yang unik melalui seni wayang kulit, maka di era milenial, metode dakwahnya harus dilanjutkan. Terutama semangat menumbuhkan dan mengembangkan kecerdasan dengan membaca buku. Tujuannya satu, yaitu menciptakan generasi manusia yang cinta agama dan negara. Dapat dipastikan bahwa metode yang digunakan dalam berdakwah akan teknologi bukanlah halangan, melainkan tantangan. Generasi milenial (muda) harus bisa memaksimalkan kemajuan teknologi untuk sesuatu yang bermanfaat. Bukan sebaliknya, menyalahgunakannya untuk menimbulkan kegemparan atau ketidakstabilan.

Di era milenial ini, penggunaan teknologi media sosial meluas, menjangkau berbagai strata masyarakat Indonesia, dari masyarakat perkotaan hingga yang di pelosok pedesaan sana. Dari masa remaja hingga dewasa, hampir pasti telah menikmati berbagai macam media sosial yang tersedia.

2. Dasar Hukum Dakwah

Sebagaimana diketahui dakwah adalah suatu usaha untuk mengajak manusia, melaksanakan amar ma'ruf dan nahi munkar, juga salah satu kewajiban setiap muslimim di manapun mereka berada menurut kemampuannya, juga kewajiban umat secara keseluruhan, mengharap mendapat kebahagiaan di dunia dan di akhirat (fiddunya wal akhirat). Pada dasarnya perintah untuk melaksanakan kewajiban dakwah Islamiyah terdapat dalam dua sumber utama, yaitu Al-Quran dan Al-hadits. Ada dua dasar hukum dakwah yaitu:

- a. Hukum berdakwah adalah fardu kifayah

Yakni berdakwah merupakan kewajiban bagi sebagian muslim Berdasarkan Alquran dan Hadis.

وَلَتَكُنَّ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ

وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٤﴾

“Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung”. QS. Ali Imron (3): 104.

Ayat ini dipahami menekankan kata “منكم ” yang berarti sebagian, sehingga tidak semua atau setiap orang Islam memikul tanggung jawab berdakwah. Pendapat ini diperkuat pendapat lain, yaitu Alquran surah At-Taubah ayat 122:

﴿ وَمَا كَانِ الْمُؤْمِنُونَ لِيَنْفِرُوا كَافَّةً فَلَوْلَا نَفَرَ

مِنْ كُلِّ فِرْقَةٍ مِّنْهُمْ طَائِفَةٌ لِّيَتَفَقَّهُوا فِي الدِّينِ وَلِيُنذِرُوا

قَوْمَهُمْ إِذَا رَجَعُوا إِلَيْهِمْ لَعَلَّهُمْ يَحْذَرُونَ ﴿١٢٢﴾

“Dan tidak sepatutnya orang-orang mukmin itu semuanya pergi (ke medan perang). Mengapa sebagian dari setiap golongan di antara mereka tidak pergi untuk memperdalam pengetahuan agama mereka dan untuk memberi peringatan kepada kaumnya apabila mereka telah kembali, agar mereka dapat menjaga dirinya”.

Dari kesimpulan Kedua ayat tersebut dapat dipahami bahwa pengertian dakwah berarti menjadi tanggung jawab sebagian orang saja, tidak perlu semua umat Islam berdakwah.

b. Hukum dakwah adalah fardu ‘ain

Yakni berdakwah merupakan kewajiban setiap muslim sesuai kadar kemampuan masing-masing. Berdasarkan Alquran surah An-Nahl ayat 125:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ
وَجَدِلْ لَهُم بِآيَاتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ
ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk”.

Dalam ayat diatas ditegaskan bahwa dakwah harus dilakukan oleh setiap orang mukmin dan secara kolektif (saling bahu membahu). Umat Islam harus melakukan kebaikan secara bahu membahu, saling tolong menolong, dan saling membantu antara yang satu dengan lainnya. Hal ini akan membuat aktivitas dakwah dapat berjalan dengan baik dan lancar.⁴²

عَنْ أَبِي سَعِيدٍ الْخُدْرِيِّ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ ؛ قَالَ : سَمِعْتُ رَسُولَ
اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ : «مَنْ رَأَى مِنْكُمْ مُنْكَرًا
فَلْيُغَيِّرْهُ بِيَدِهِ ، فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ فَبِلِسَانِهِ ، فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ
فَبِقَلْبِهِ ، وَذَلِكَ أَضْعَفُ الْإِيمَانِ.»

⁴² Rahmadi, “Strategi Dakwah dalam Pembinaan Kehidupan Keagamaan Masyarakat di Desa Puusu, Kec. Mowewe, Kab. Kolaka Timur, Prov. Sulawesi Tenggara”, (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Makassar, 2020), 10-11.

*“Dari Abu Sa’id al-Khudri Radhiyallahu anhu, ia berkata, “Aku pernah mendengar Rasûlullâh Shallallahu ‘alaihi wa sallam bersabda, ‘Barangsiapa di antara kalian melihat kemunggaran, maka hendaklah ia mengubahnya dengan tangannya (kekuasaannya); jika ia tidak mampu, maka dengan lidahnya (menasihatinya); dan jika ia tidak mampu juga, maka dengan hatinya (merasa tidak senang dan tidak setuju), dan demikian itu adalah selemah lemah iman”.*⁴³

Berdasarkan ayat Al-Quran dan Hadits di atas ada beberapa pendapat di antaranya pertama mengatakan wajib kifayah, artinya dakwah itu hanya wajib di laksanakan oleh sebagai umat islam saja, sedangkan pendapat yang kedua mengatakan wajib ‘ain artinya dakwah merupakan kewajiban yang harus di laksanakan oleh setiap orang tanpa kecuali.

3. Jenis Pesan Dakwah

Pada dasarnya, selama tidak bertentangan dengan sumber utama dakwah; Al-Qur'an dan Hadits, pesan apapun bisa dijadikan pesan dakwah. Ali Aziz menjelaskan bahwa pesan dakwah secara garis besar terbagi menjadi dua, yaitu pesan utama (Al Quran dan Hadits) dan pesan pelengkap atau pendukung (selain Alquran dan Hadits).⁴⁴

a. Ayat-ayat Al-Qur’an

Berdasarkan pendapat para ulama, ringkasan Al-Qur’an terkandung dalam surat al-Fatihah. Yang berarti dalam memahami surat al-Fatihah dapat juga dikatakan memahami kandungan AlQur’an. Selanjutnya dalam surat al-Fatihah terdapat tiga

⁴³ <https://almanhaj.or.id/12342-amar-maruf-nahi-munkar-menurut-ahlus-sunnah-wal-jamaah.html>

⁴⁴ Moh Ali Aziz, *“Ilmu Dakwah”*, cet. 4, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), 218

bahasan pokok yang merupakan pesan utama dakwah, yaitu.

- 1) Akidah ayat (1-4), Artinya “Dengan nama Allah Yang Maha Pengasih, Maha Penyayang, Segala puji bagi Allah, Tuhan seluruh alam, Yang Maha Pengasih, Maha Penyayang, Pemilik hari pembalasan”,
- 2) Ibadah (ayat 5-6), Artinya “Hanya kepada Engkaulah kami menyembah dan hanya kepada Engkaulah kami mohon pertolongan, Tunjukkanlah kami jalan yang lurus”,
- 3) dan Muamalah (ayat 7) Artinya “(yaitu) jalan orang-orang yang telah Engkau beri nikmat kepadanya; bukan (jalan) mereka yang dimurkai, dan bukan (pula jalan) mereka yang sesat”.

Bagian-bagian tersebut adalah pokok-pokok ajaran Islam.

b. Hadis Nabi SAW

Hadis adalah segala hal yang berkenaan dengan Nabi SAW, yang meliputi ucapan, perbuatan, ketetapan, sifat, bahkan ciri fisiknya. Pengutipan hadis tidak bisa tanpa mempertimbangkan kualitas kesahihan hadis, dengan cara mengamati hasil penelitian dan penilaian para ulama hadis. Pendakwah harus mengetahui cara mendapatkan hadis yang sahih serta memahami kandungannya.

c. Pendapat Para Sahabat Nabi SAW\

Dikarenakan kedekatan para sahabat dan proses belajar langsung kepada beliau, pendapat para sahabat memiliki nilai tinggi. Definisi para sahabat Nabi SAW dibagi menjadi dua. Pertama, Sahabat senior (*kibar al-shahabah*) seperti Abu Bakar R.A, Umar R.A, Uthman R.A dan Ali R.A,⁴⁵ yaitu sahabat

⁴⁵Mohd Khafidz Soroni, "Keunggulan Generasi Perawi Pertama", hmetro, 2020. <https://www.hmetro.com.my/addin/2020/09/617821/keunggulan-generasi-perawi-pertama>

yang diukur dari waktu masuk Islam, perjuangan dan kedekatannya dengan Nabi SAW. Kedua, Sahabat kecil (*shighar al-shahabah*).⁴⁶ Kita kenal Abdullah ibn Umar, Abdullah ibn Abbas, Abdullah ibn Zubair, dan Abdullah ibn Mas'ud, Sahabat yang hampir semua perkataannya dalam kitab-kitab hadis berasal dari sahabat senior.

d. Pendapat Para Ulama

Ada dua macam pendapat para ulama, yaitu pendapat yang telah disepakati dan pendapat yang masih diperselisihkan. Pendapat yang pertama lebih tinggi nilainya daripada yang kedua. Terhadap pendapat ulama yang nampaknya berseberangan, perlu melakukan kompromi atau memilih yang lebih kuat argumentasinya atau memilih yang paling baik nilai manfaatnya (*mashlahah*).

e. Hasil Penelitian Ilmiah

Sebagian besar penelitian ilmiah membantu mengenal lebih dalam makna ayat-ayat dalam Al-Qur'an. Hasil penelitian dapat menjadi salah satu sumber pesan dakwah. Masyarakat modern begitu menghargai hasil penelitian, bahkan beberapa orang lebih mempercayainya daripada kitab suci. Hal ini terjadi karena sifat dari penelitian ilmiah adalah relatif karena nilai kebenarannya dapat berubah dan reflektif karena mencerminkan realitanya.

f. Kisah dan Pengalaman Teladan

Ketika mad'u kurang tertarik dan kurang yakin terhadap pesan dakwah, pendakwah mencari bukti-bukti dalam kehidupan nyata yang bertujuan untuk memperkuat argumentasinya. Salah satunya adalah menceritakan sebuah pengalaman seseorang atau pribadi pendakwah yang terkait dengan topik.

⁴⁶Rakyat Merdeka, "Fungsi Masjid Nabi (9): Tempat Pendidikan (1)", Rm.id 2021. <https://rm.id/baca-berita/kolom/67378/membangun-peradaban-berbasis-masjid-6-fungsi-masjid-nabi-9-tempat-pendidikan-formal-1>

g. Berita dan Peristiwa

Pesan dakwah bisa berupa berita tentang suatu kejadian. Peristiwanya lebih ditonjolkan daripada pelakunya. Berita dikatakan benar jika sesuai dengan fakta. Jika tidak sesuai, disebut berita bohong. Hanya berita yang diyakini kebenarannya yang patut dijadikan pesan dakwah.

h. Karya Sastra

Ketika ditunjang dengan karya sastra yang bermutu, pesan dakwah akan nampak lebih indah dan menarik. Karya sastra ini dapat berupa: syair, puisi, pantun, lagu, dan sebagainya.

i. Karya Seni

Karya seni memuat nilai keindahan yang tinggi. Jika dalam karya sastra yang digunakan adalah komunikasi verbal (diucapkan), disisi lain karya seni lebih banyak mengutarakan komunikasi non verbal (diperlihatkan). Menurut Mark L. Knapp istilah non verbal biasanya digunakan untuk menggambarkan semua peristiwa komunikasi diluar kata-kata terucap dan tertulis. Pesan dakwah jenis ini mengacu pada lambang yang bersifat terbuka, sehingga bebas ditafsirkan oleh siapapun dengan pemahaman yang berbeda. Sehingga pesan dakwah bersifat subjektif.

4. Unsur-unsur Dakwah

Unsur-unsur dakwah adalah komponen-komponen yang selalu ada dalam setiap kegiatan dakwah. Unsur-unsur tersebut adalah da'I (pelaku dakwah), mad'u (obyek dakwah), materi dakwah, wasilah (media dakwah), thariqah (metode), dan atsar (efek dakwah).

a. Da'i (pelaku dakwah)

Kata da'i sering disebut sebagai mubaligh (penyempurna ajaran Islam), namun pada kenyataannya istilah tersebut memiliki konotasi yang sangat sempit karena masyarakat umum cenderung memaknainya sebagai penyampai ajaran lisan Islam

seperti penceramah agama, pengkhotbah), dll. Atau kata lain da'i adalah subyek dakwah. Sering disebut sebagai pelaku kegiatan dakwah. Artinya, seorang da'i harus mengikuti cara-cara yang dipraktekkan oleh Nabi, agar hasilnya bisa mendekati keberhasilan yang dicapai oleh Nabi Muhammad SAW, Jadi seorang da'i harus memiliki Kepribadian dan akhlak merupakan faktor keberhasilan seorang da'i.⁴⁷

b. Mad'u (objek dakwah)

Unsur dakwah yang kedua adalah mad'u, yaitu orang yang menjadi sasaran dakwah atau orang yang menerima dakwah, baik secara individu maupun kelompok, apakah orang tersebut beragama islam atau non islam, atau sebaliknya, dengan kata lain orang pada umumnya. dakwah kepada non muslim dimaksudkan untuk mengajak mereka masuk agama Islam. Sementara dakwah untuk orang-orang yang telah masuk Islam, ditujukan untuk tujuan meningkatkan kualitas iman, Islam dan kasih sayang. Penerima dakwah ini lebih tepat disebut mad'u dakwah dari pada pengucapan objek dakwah, karena pengucapan kedua di atas mencerminkan kepasifan penerima dakwah. padahal sebenarnya dakwah adalah tindakan silaturahmi dengan teman orang lain.⁴⁸

c. Maddah (materi) dakwah

Unsur lain yang selalu ada dalam proses dakwah adalah Maddah atau materi dakwah. Maddah dakwah adalah isi pesan atau materi yang disampaikan da'i kepada Mad'u. Dalam hal ini sudah

⁴⁷Aminudin, "Konsep Dasar Dakwah", Al-munzir, Vol. 9, No. 1, (2016), 36. [http://download.garuda.ristekdikti.go.id/article.php?article=1018910&val=15521&title=KONSEP%20DASAR%20DAKWAH#:~:text=Unsur%20Dunsur%20dakwah%20adalah%20komponen,dan%20atsar%20\(efek%20dakwah\).](http://download.garuda.ristekdikti.go.id/article.php?article=1018910&val=15521&title=KONSEP%20DASAR%20DAKWAH#:~:text=Unsur%20Dunsur%20dakwah%20adalah%20komponen,dan%20atsar%20(efek%20dakwah).)

⁴⁸Aminudin, "Konsep Dasar Dakwah", Al-munzir, Vol. 9, No. 1, (2016), 37-38. [http://download.garuda.ristekdikti.go.id/article.php?article=1018910&val=15521&title=KONSEP%20DASAR%20DAKWAH#:~:text=Unsur%20Dunsur%20dakwah%20adalah%20komponen,dan%20atsar%20\(efek%20dakwah\).](http://download.garuda.ristekdikti.go.id/article.php?article=1018910&val=15521&title=KONSEP%20DASAR%20DAKWAH#:~:text=Unsur%20Dunsur%20dakwah%20adalah%20komponen,dan%20atsar%20(efek%20dakwah).)

jelas bahwa yang menjadi maddah dakwah : Membahas ajaran Islam itu sendiri, sebab semua ajaran Islam yang sanagt luas itu bisa dijadikan maddah dakwah.⁴⁹

d. Wasilah (Media dakwah)

Unsur dakwah yang keempat adalah wasilah (media dakwah), yaitu alat yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran Islam) kepada mad'u (obyek dakwah).

Media dakwah merupakan salah satu unsur penting yang harus diperhatikan dalam aktivitas dakwah. Media itu sendiri memiliki relativitas yang sangat bergantung dengan situasi dan kondisi yang dihadapi.

e. Thariqah (Metode dakwah)

Metode dakwah adalah cara yang dipakai juru dakwah untuk menyampaikan ajaran materi dakwah untuk mencapai tujuan tertentu atas dasar hikmah dan kasih sayang. Seperti firman Allah dalam surat An Nahl ayat 125. Dalam ayat ini, metode dakwah ada tiga yaitu : a) Hikmah, b) Maudzatul Hasanah, c) Mujadalah Billati Hiya Ahsan. Semua metode yang ada adalah cabang dari tiga metode ini.

f. Atsar (Efek dakwah)

Efek dakwah merupakan akibat dari pelaksanaan proses dakwah. Positif atau negatif efek dakwah berkaitan dengan unsur-unsur dakwah lainnya. Sehingga efek dakwah menjadi ukuran berhasil tidaknya sebuah proses dakwah. Evaluasidan koreksi terhadap efek dakwah harus dilakukan secara menyeluruh. Sebab, dalam upaya mencapai tujuan efek dakwah harus diperhatikan.

⁴⁹ Mohammad Hasan, "Metodologi dan Pengembangan Ilmu Dakwah", (Pamekasan: Pena Salsabila, 2013), 70.

1. Media Dakwah Era Digital

Secara etimologis media artinya perantara. Media dakwah adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan materi tentang dakwah kepada mad'u. Dengan begitu banyak sarana komunikasi yang tersedia, para da'i harus memilih sarana yang paling efektif untuk mencapai tujuan dakwah. pesan atau dokumen dakwah untuk mad'u.

Secara terminologi, media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan komunikator kepada khalayak.⁵⁰ Berdasarkan uraian di atas, media dakwah adalah segala sesuatu yang digunakan atau menjadi media penyampaian pesan dari komunikator (da'i) kepada masyarakat. Dengan kata lain, segala sesuatu yang dapat menjadi alat/penolong dalam proses dakwah memiliki fungsi untuk memperlancar transmisi gagasan (pesan) dari komunikator (da'i) kepada komunikator publik (da'i).

Menghadapi era globalisasi informasi dan perkembangan teknologi, dunia harus menghadapi pesatnya perkembangan informasi. Penggunaan alat elektronik sebagai sarana penyampaian informasi kepada masyarakat merupakan bagian dari kebutuhan yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan masyarakat.

Keberadaan teknologi maju di era globalisasi informasi dan komunikasi juga harus dimanfaatkan untuk menyebarkan informasi dan pesan dakwah Islam. Melaksanakan kegiatan dakwah bagi umat Islam tidak sebatas memberikan nasehat di atas panggung, tetapi proses dakwah dapat dilakukan melalui berbagai sarana yang ada, baik dengan harta milik, mungkin dengan perintah atau larangan terhadap penguasa, boleh menggunakan senyuman dakwah atau hiburan bagi pendengarnya.

⁵⁰ Hafied Cangara, "*Pengantar Ilmu Komunikasi*", (Jakarta: Rajawali Press, 2000), 131.

Ada banyak sarana yang bisa digunakan sebagai sarana dakwah. Media massa seperti surat kabar, radio, televisi, buletin berita, dll. Namun ada juga alat yang dianggap cukup efektif, tersebar luas, tahan lama sehingga dapat disimpan lama, masih dapat didiskusikan untuk perbaikan, dan banyak alat memiliki kelebihan, tetapi kekurangan yang tidak dapat dipisahkan. Oleh karena itu, buku dapat dijadikan sebagai alternatif yang cukup khas sebagai sarana dakwah. Penggunaan media modern menjadi suatu keharusan untuk digunakan demi transmisi ajaran Islam atau dakwah Islam. Setidaknya harus dikemas dengan cara yang berbeda dan satu tujuan dalam pikiran untuk membuatnya lebih efektif.

Dakwah adalah rangkaian kegiatan atau proses, dalam rangka mencapai suatu tujuan tertentu. Tujuan ini dimaksudkan untuk memberikan arah atau pedoman bagi tahapan kegiatan dakwah. Karena tanpa tujuan yang jelas, semua kegiatan dakwah akan sia-sia (tidak berarti), sama dengan Da'i. dimana Da'i ini memiliki tujuan yang ingin dicapai, agar dapat mencapai tujuan secara efektif dan efisien, para Da'i harus menyelenggarakan komponen-komponen dakwah secara benar dan tepat. Komponen yang harus diperhatikan saat berdakwah antara lain:

- a. Non Media Massa, biasanya digunakan dalam komunikasi untuk orang tertentu atau kelompok-kelompok tertentu seperti surat, telepon, SMS, telegram, faks, papan pengumuman, CD, e-mail, dan lain-lain.
- b. Media Massa, yaitu yang digunakan dalam komunikasi apabila komunikan berjumlah banyak dan bertempat tinggal jauh. Media massa yang banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari umumnya surat kabar, radio, televisi, dan film bioskop yang beroperasi dalam bidang informasi dakwah, seperti manusia dan benda yang berarti bias dilakukan pada acara pertemuan, rapat umum, sekolah, spanduk, buku, selebaran, poster serta media massa

periodic cetak dan elektronik, visual, audio dan audio visual.⁵¹

Tidak hanya itu, jenis media dakwah juga dapat dilihat dari sisi pembebasannya, diklasifikasikan menjadi lima bagian, yaitu:

- a. Lisan, yang dilakukan dengan lidah atau suara, ini termasuk ceramah, pidato, kuliah, khutbah, diskusi, seminar, saran, pidato radio, resepsi acara, dll.
- b. Menulis, khususnya dakwah yang dilakukan secara tertulis, misalnya: buku, majalah, surat kabar, buletin, risalah, ceramah tertulis, brosur, tulisan pemberitahuan, spanduk, dll.
- c. Lukisan adalah gambar yang dirangkai dari gambar, foto, film, dll. Template gambar ini menarik banyak perhatian orang dan banyak digunakan untuk mengungkapkan maksud pengajaran yang ingin disampaikan kepada orang lain, seperti ilustrasi kartun.
- d. Audiovisual adalah metode yang memungkinkan penyampaian rangsangan visual dan pendengaran secara simultan. Bentuk ini ditampilkan di TV, teater, ketoprak wayang, dll.⁵²

Ya, berkat media virtual, pesan dakwah akan tersampaikan secara merata ke mad'u. Namun mad'u harus mempertimbangkan kembali apa yang dikomunikasikan oleh da'i bukan karena keraguan terhadap apa yang telah dikomunikasikan, tetapi lebih baik apa yang mad'u terima dari da'i mencari kebenaran atau kesesuaian, misalnya ayat digunakan oleh da'i untuk menyampaikan pesan dakwah. Mad'u juga harus pintar-pintar menerima pesan dakwah.

⁵¹ Akmal Saputra, "Media Dakwah dan Tantangan di Era Globalisasi", (Skripsi, UIN Banda Aceh, 2017), 36-38

⁵² *Ibid*, 39

Namun, ketika seorang da'i sudah siap untuk menyampaikan pesannya, harus ada proses di mana seorang dai telah meneliti dan memberikan informasi spesifik yang sesuai dengan ajaran agamanya sendiri, kepada seluruh umat manusia. Setiap tugas da'i dan mad'u adalah mencari kebenaran tentang apa yang akan disampaikan dan apa yang telah diterima agar tidak terjadi kesalahan dalam memahami ajaran Islam bagi diri sendiri.

DAFTAR RUJUKAN

Buku

- Abdul Pirol, *“Komunikasi dan Dakwah Islam”*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018).
- Abdul Syukur, Agus Hermanto, *“Konten Dakwah Era Digital”*, Cet. 1 (Malang: Literasi Nusantara Abadi, 2021).
- Agus Sujanto, *“Psikologi Umum”* (Jakarta:PT Bumi Aksara, 2012).
- Ana Yuliastanti, *“Bekerja sebagai Desainer Grafis”*, (Jakarta: Erlangga, 2008).
- Ananda Santoso & S. Ptiyanto, *“Kamus Lengkap Bahasa Indonesia”*, (Surabaya: Kartika, 2016).
- Enjang AS, dan Aliyudian, *“Media dakwah”*, (Jakarta: Kencana, 2009).
- Iyan Mulyana, Agung Prajuhana, Mohamad Iqbal, *“Buku Ajar Desain Grafis dan Multimedia Teori dan Implementasi”*, (LP2M Universitas Pakuan, 2019).
- Kusrianto, Adi. *“Pengantar Desain Komunikasi Visual”*. (Yogyakarta : Andi, 2007).
- Leonardo Adi Dharma Widya, Andreas James Darmawan, *“Pengantar Desain Grafis”*, Cet. I, (Jakarta:Ditjen PAUD dan DIKMAS, Kemendibud RI, 2016).
- Lexy J. Moeloeng, *“Metodologi Penelitian Kualitatif”* (Bandung: Rosadakarya, 2007).
- M. Hasan Iqbal, *“Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya”*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002).
- M. Munir dan Wahyu Ilahi, *“Manajemen Dakwah”*, (Jakarta: Kencana 2009).
- _____, *“Metode Dakwah”*, (Jakarta: Kencana, 2006).

- Moh Ali Aziz, *“Ilmu Dakwah”*, (Jakarta: Kencana, 2004).
- _____, *“Ilmu Dakwah”*, cet. 4, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015).
- Mohammad Hasan, *“Metodologi dan Pengembangan Ilmu Dakwah”*, (Pamekasan: Pena Salsabila, 2013).
- Moh. Nazir, *“Metode Penelitian”*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2009).
- Moleong, *“Metode Penelitian Kualitatif”* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010).
- Muhammad Adarudin Abdullah, *“Pengantar Ilmu Dakwah”*, Cet. 1, (Jawa Timur: CV Penerbit Qiara Media, 2019).
- Novri Hardian, *“Dakwah Dalam Perspektif Al-Qur'an dan Hadist”*, Al Hikmah, UIN Imam Bonjol
- Pujirayanto, *“Desain Grafis Komputer”*, (Yogyakarta : Andi Offset, 2005).
- Soerjono Soekanto, *“Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat”*, (Jakarta: Raja Grafindo, 1998).
- Sri Wahyuningsih, *“Desain Komunikasi Visual”*, Cet. 2, (Madura: 2015).
- Suharsimi Arikunto, *“Prosedur Suatu Penelitian Suatu Pendekatan”*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2002).
- Sumadi Suryabrata, *“Metologi Penelitian”* (Jakarta: Rajawali Pers, 2012).
- Syamsuddin, *“Sejarah Dakwah”*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016).

Jurnal, Skripsi dan Thesis

Achmad Husain, “*Dakwah Islamiyah dan Tantangan di Era Digital*”, Al Munqid: Jurnal Kajian dan Keislaman Vol. 8, No. 1, (2020).

<https://ejournal.iaiiig.ac.id/index.php/amk/article/view/190/151>

Akmal Saputra, “*Media Dakwah dan Tantangan di Era Globalisasi*”, (Skripsi, UIN Banda Aceh, 2017).

Aminudin, “*Konsep Dasar Dakwah*”, Al-munzir, Vol. 9, No. 1, (2016).

[http://download.garuda.ristekdikti.go.id/article.php?article=1018910&val=15521&title=KONSEP%20DASAR%20DAKW AH#:~:text=Unsur%20Dunsur%20dakwah%20adalah%20komponen,dan%20atsar%20\(efek%20dakwah\).](http://download.garuda.ristekdikti.go.id/article.php?article=1018910&val=15521&title=KONSEP%20DASAR%20DAKW AH#:~:text=Unsur%20Dunsur%20dakwah%20adalah%20komponen,dan%20atsar%20(efek%20dakwah).)

Aslan, “*Peran Pola Asuh Orang tua di Era Digital*”, *Stuida Insania*, Vol 7, No. 1, (2019). <http://jurnal.uin-antasari.ac.id/index.php/insania/article/view/2269/1810>

Jusuf Fadilah, DIna Andriana, Widiarti, “*Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Program Studi Periklanan Dalam Mata Kuliah Komputer Grafis Desain Grafis I*”, *Jurnal Ilmu Komunikasi (J-IKA)*, Vol.7, No. 2 (2020).

<https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jika/article/view/8939/pdf>

Nilnan Ni'mah, “*Dakwah Komunikasi Visual*”, (Tesis, Semarang: UIN Walisongo, 2016).

Nurma Zuafa, “*Karya Desain Grafis Sebagai Materi Dakwah*” (Skripsi, Semarang : UIN Walisongo Semarang, 2016).

Nurma Zuafa, “*Karya Desain Grafis Sebagai Materi Dakwah*” (*Studi Tentang Produk Desain Grafis dan Materi Dakwah Dalam Grup “Muslim Designer Community” di Facebook*)”, (Skripsi, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2016).

Padang, (2018),

<https://ejournal.uinib.ac.id/jurnal/index.php/alhikmah/article/download/92/77>.

Rahmadi, “*Strategi Dakwah dalam Pembinaan Kehidupan Keagamaan Masyarakat di Desa Puosu, Kec. Mowewe, Kab. Kolaka Timur, Prov. Sulawesi Tenggara*”, (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Makassar, 2020).

Ulil Azmil Umroh, “*Desain Dakwah Di Media Sosial Ustadz Teuku Hanan Attaki Melalui ‘Shift’ Pemuda Hijrah : Dalam Tinjauan Teori Integrasi Informasi Martin Feishbein*”, (Tesis, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2019).

Wahyu Budiantoro, “*Dakwah Era Digital*”, IAIN Purwokerto”, Vol. 11, No. 2, (2017).
<http://ejournal.iainpurwokerto.ac.id/index.php/komunika/artic/e/view/1369/1002>

Wawan Setiawan, “*Era Digital dan Tantangannya*”, pdf (Seminar Nasional, UPI, 2017),
<https://core.ac.uk/download/pdf/87779963.pdf>.

Zulkarnain, “*Dakwah Islam Era Modern*”, Risalah, Vol. 26 no. 3 (2015). <https://media.neliti.com/media/publications/127613-ID-dakwah-islam-di-era-modern.pdf>.

Zulkarnain, Afrizal “*Penggunaan Desain Grafis Pada Majalah Hidayatullah Sebagai Media Dakwah Dalam Menarik Minat Baca Mad’u di Bandar Lampung*” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018)

Internet

“*Bakat dan Minat*” (On-Line), tersedia di :
<https://www.slideshare.net/azqiyink/bakat-dan-minat-49920823>

Eva Sri Rahayu, “*Perkembangan Desain Grafis Indonesia*”, Epic Creative House, 2016, <https://www.epic-creativehouse.com/2016/12/perkembangan-desain-grafis-indonesia.html>

Hafied Cangara, “*Pengantar Ilmu Komunikasi*”, (Jakarta: Rajawali Press, 2000).

<https://almanhaj.or.id/12342-amar-maruf-nahi-munkar-menurut-ahlus-sunnah-wal-jamaah.html>

International Design School, “*Perkembangan Desain Grafis Di Indonesia*”, idseducation, 2014, <https://idseducation.com/perkembangan-desain-grafis-di-indonesia/>

ismail, “*Prinsip-Prinsip Dasar Desain Grafis*”, Evetry, 2012, <https://www.evetry.com/prinsip-prinsip-dasar-desain-grafis>.

Mohd Khafidz Soroni, “*Keunggulan Generasi Perawi Pertama*”, hmetro, 2020. <https://www.hmetro.com.my/addin/2020/09/617821/keunggulan-generasi-perawi-pertama>.

Rakyat Merdeka, “*Fungsi Masjid Nabi (9): Tempat Pendidikan (1)*”, Rm.id 2021. <https://rm.id/baca-berita/kolom/67378/membangun-peradaban-berbasis-masjid-6-fungsi-masjid-nabi-9-tempat-pendidikan-formal-1>.

Yusril Ibnu, “*10 Jenis Desainer Grafis dan Penjelasan pada Masa Kini*”, Portal Dekave, 2021, <https://www.portaldekave.com/artikel/jenis-desainer-grafis>.