

**KESELARASAN DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
DENGAN PESAN DAKWAH DALAM INSTAGRAM**

@islamiposter



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Guna Memperoleh Gela Sarjana Sosial Islam (S.Sos)

**Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Konsentrasi Televisi Dakwah**

oleh:

ISTIQOMAH
1501026071

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO**

SEMARANG

2019

NOTA PEMBIMBING

Lamp. : 5 (lima) eksemplar
Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada Yth. Dekan
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Walisongo
di Semarang

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, mengadakan koreksi dan melakukan perbaikan sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa naskah skripsi saudara/i :


Nama : Istiqomah
NIM : 1501026071
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jurusan/ Konsentrasi : KPI (Televisi Dakwah)
Judul : KESELARASAN DESAIN KOMUNIKASI
VISUAL DENGAN PESAN DAKWAH
DALAM INSTAGRAM @islamiposter

Dengan ini kami menyatakan telah menyetujui naskah tersebut dan oleh karenanya mohon untuk segera diujikan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 10 Juli 2019

Pembimbing



H.M. Alandi, M.Ag
NIP. 19710830 199703 1003

PENGESAHAN SKRIPSI

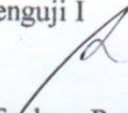
**KESELARASAN DESAIN KOMUNIKASI VISUAL DENGAN
PESAN DAKWAH DALAM INSTAGRAM
@islamiposter**

Disusun Oleh:
Istiqomah
1501026071

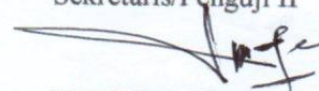
Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 29 Juli 2019 dan dinyatakan telah lulus memenuhi syarat
guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos.)

Susunan Dewan Penguji

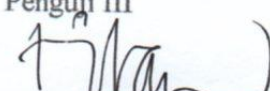
Ketua/Penguji I


Drs. H. Fachrur Rozi, M.Ag.
NIP.19690501 199403 1 001

Sekretaris/Penguji II


Nur Cahyo Hendro W, M.Kom.
NIP.19731222 200604 1 001

Penguji III

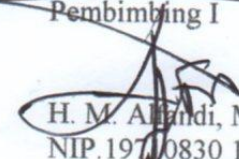

Nilnan Nikmah, M.S.I
NIP.19800202 200901 2 003

Penguji IV


Hj. Maya Rini Handayani, M.Kom.
NIP.19760505 201101 2 007

Mengetahui

Pembimbing I


H. M. Alifendi, M.Ag.
NIP.19710830 199703 1 003



Disahkan oleh
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
pada tanggal, 29 Juli 2019


Dr. H. Abduludin Pimay, Lc., M.Ag.
27 200003 1 001

iii

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan di dalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi di lembaga pendidikan lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penerbitan maupun yang belum/tidak diterbitkan, sumbernya dijelaskan di dalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, 7 Juli 2019

Penulis,



Istiqomah

NIM: 1501026071

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على اشرف الانبياء والمرسلين سيدنا ومولانا محمد وعلى اله وسلم. اما بعد

Alhamdulillah, segala puji syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “KESELARASAN DESAIN KOMUNIKASI VISUAL DENGAN PESAN DAKWAH DALAM INSTAGRAM @islamiposter”. Shalawat serta salam semoga tercurahkan kepada Rasulullah dan para pengikut-Nya hingga nanti akhir zaman.

Penulis menyadari dengan sepenuhnya bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dorongan, bimbingan, pengarahan, dan motivasi dari berbagai pihak yang telah membantu terselesainya skripsi ini dengan baik. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati yang tulus penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya, khususnya penulis ucapkan banyak terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof, Dr. H. Muhibbin, M.Ag selaku Rektor UIN Walisongo Semarang
2. Bapak Dr. H. Awaludin Pimay, Lc, M.A selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.
3. Ibu Dra. Hj. Siti Solikhati, M.A, selaku Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
4. Bapak H. M. Alfandi M.Ag, selaku Wali Dosen yang telah mengarahkan dengan penuh kesabaran dan dalam penulisan skripsi ini juga selaku pembimbing bidang substansi materi dengan keikhlasan dan kebijaksanaannya meluangkan waktu, tenaga, pikiran untuk memberikan pengarahan sehingga terselesaikannya skripsi ini.
5. Ibu Rustini Wulandari, S.Sos, M.Si, selaku Dosen pembimbing bidang metodologi dan tata tulis yang telah banyak meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan serta arahan-arahan untuk menyelesaikan skripsi ini
6. Bapak / Ibu Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang telah memberikan ilmunya dan membimbing penulis hingga akhir perkuliahan

7. Seluruh staff dan karyawan akademik Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang telah memberikan pelayanan yang baik serta membantu kelancaran penulisan skripsi ini
8. Kepada perpustakaan UIN Walisongo Semarang serta pengelola perpustakaan Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang telah memberikan pelayanan perpustakaan dengan baik.
9. Teman-teman KPI angkatan 2015, dan teman-teman dekatku yang selalu menemaniku dalam situasi apapun.

Kepada mereka semua, penulis tidak dapat memberikan apa-apa selain untaian rasa terima kasih yang tulus dengan diiringi do'a semoga Allah SWT membalas semua amal kebaikan mereka. Amin.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi diri sendiri dan orang lain, untuk menjadi sumber belajar dan lain sebagainya.

Semarang, 7 Juli 2019

Penulis,

Istiqomah
NIM: 1501026071

PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan kepada :

- ❖ Kedua orang tua, Alm. Ibu Patmiah dan Bapak Sudaeri, dengan perjuangan dan kasih sayangnya membimbingku, orang tua terbaik yang dalam hela nafasnya selalu berjuang dan berdoa untuk penulis, selalu memberikan dorongan setiap saat.
- ❖ Kakak-kakakku yang sudah berusaha untuk membiayai semua biaya kehidupan adik-adiknya dan keluarganya, dan senantiasa berusaha memenuhi segala kebutuhan penulis baik dukungan moral maupun material.
- ❖ Teman dekatku, Idoy square. Sara, Ncis, Kaika yang selalu memberikan semangat kepada penulis, selalui setia mendengarkan semua keluh kesah penulis, dan selalu memberikan masukan kepada penulis.
- ❖ Dek Nisa yang setia menjadi saudara sekamar penulis, selalu memberi semangat, dan menjadi teman tukar pikiran.
- ❖ Keluarga besar kos Umi Zahro, yang selalu menemani kecerwetanku,
- ❖ Keluarga besar KPI B, dan teman seperjuangan Fakultas Dakwah dan Komunikasi angkatan 2015.
- ❖ Serta semua pihak yang telah membantu penulis, baik tenaga maupun pikiran yang tak bisa penulis sebutkan satu persatu, semoga Allah membalas-Nya.

MOTTO

لكل مقام مقال ولكل مقال مقام

Tiap-tiap tempat ada kata-katanya yang tepat, dan pada setiap kata
ada tempatnya yang tepat.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi yang dipakai dalam pedoman penulisan skripsi ini adalah pedoman transliterasi arab-indonesia berdasarkan surat keputusan bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia tanggal 22 Januari 1998.

1. : ا	A	16. : ط	Th
2. : ب	B	17. : ظ	Zh
3. : ث	T	18. : ع	
4. : ث	TS	19. : غ	Gh
5. : ج	J	20. : ف	F
6. : ح	H	21. : ق	Q
7. : خ	Kh	22. : ك	K
8. : د	D	23. : ل	L
9. : ذ	Dz	24. : م	M
10. : ر	R	25. : ن	N
11. : ز	Z	26. : و	W
12. : ش	S	27. : هـ	H
13. : ش	Sy	28. : ع	
14. : ص	Sh	29. : ي	Y
15. : ض	Dh		

Mad dan Diftong

1. Fathah Panjang : \bar{A}/\bar{a}
2. Kasrah Panjang : \bar{I}/\bar{i}
3. Dhammah Panjang : \bar{U}/\bar{u}
4. Aw : او
5. Ay : اي

Catatan :

1. Konsonan yang bersyaddah ditulis dengan rangkap
Misalnya: ربنا ditulis rabbanā
2. Vokal Panjang (mad):
Fathah (baris atas) ditulis \bar{a} , kasrah (baris bawah) ditulis \bar{i} serta dhammah (baris depan) ditulis dengan \bar{u} . Misalnya: القارة ditulis al-qāri'ah, المساكين ditulis al-masākīn, المفلحون ditulis al-muflihūn.
3. Kata sanding alif+lam
Bila diikuti dengan huruf qamariyah ditulis **al**, misalnya: الكفرون ditulis al-kāfirūn. Sedangkan, bila diikuti oleh huruf syamsyiah, huruf lam diganti dengan huruf yang mengikutinya, misalnya: الرجال ditulis al-rijāl.
4. Ta'marbutah
Bila terletak diakhir kalimat, ditulis **h**, misalnya: البقرة ditulis al-baqarah. Bila ditengah kalimat ditulis **t**, misalnya: الزكاة المال ditulis zakāt al-māl, atau سورة النساء ditulis surat an-Nīsā.
5. Penulisan kata dalam kalimat dilakukan menurut tulisannya, misalnya: وهو خير الرزقين wahuwakhairar-Rāziqīn.

ABSTRAK

Nama : Istiqomah
NIM : 1501026071
Judul : KESELARASAN DESAIN KOMUNIKASI VISUAL DENGAN PESAN DAKWAH INSTAGRAM @islamiposter

Di era modern dan milenial ini teknologi informasi dan komunikasi semakin berkembang dan beragam. Salah satunya dengan memanfaatkan desain komunikasi visual. Desain komunikasi visual sebagai suatu seni yang dekat dengan sesuatu yang kita sebut sebagai suatu keindahan (estetika). Dalam penelitian ini desain komunikasi visual menggunakan media gambar sebagai sarana untuk berdakwah dengan memanfaatkan media sosial seperti instagram. Salah satunya akun instagram yang menyebarkan pesan dakwah dalam bentuk gambar-gambar yang indah yaitu @islamiposter.

Desain komunikasi visual juga memiliki prinsip dan unsur yang dapat membantu dalam menggabungkan berbagai elemen desain ke dalam tata letak yang baik dengan dibantu adanya keselarasan. Keselarasan dalam desain komunikasi visual merupakan pembentukan unsur-unsur keseimbangan, keteraturan, kesatuan, dan perpaduan yang masing-masing saling mengisi dan menimbang. Dengan adanya keselarasan dalam desain, maka akan tercapai keserasian dalam seluruh rancangan penyajian suatu karya desain komunikasi visual tersebut.

Hasil dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis keselarasan desain komunikasi visual dengan pesan dakwah terhadap gambar yang ada di postingan akun instagram @islamiposter tersebut. Penelitian merupakan penelitian kualitatif dengan metode analisi isi. Sumber data yang digunakan yaitu berupa gambar yang terdapat di akun instagram @islamiposter.

Kata Kunci : Keselarasan, Desain Komunikasi Visual, Pesan Dakwah.

DAFTAR ISI

	halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
PERSEMBAHAN	vii
MOTTO	viii
TRANSLITERASI	ix
ABSTRAK	xi
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Manfaat	6
D. Tinjauan Pustaka	6
E. Metode Penelitian	11
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian	11
2. Definisi Konseptual	13
3. Sumber dan Jenis Penelitian	15
4. Teknik Pengumpulan Data	16
5. Analisis Data	16
F. Sistematika Penulisan Skripsi	17
BAB II KERANGKA TEORI, DESAIN KOMUNIKASI VISUAL, PESAN DAKWAH, DAN DAKWAH MELALUI INSTAGRAM	
A. Desain Komunikasi Visual	19
1. Pengertian desain komunikasi visual	19
2. Unsur-unsur desain komunikasi visual	20
3. Prinsip-prinsip kerja desain komunikasi visual	27
B. Pesan Dakwah	29
1. Pengertian pesan dakwah	29
2. Materi dakwah	31
C. Dakwah Melalui Instagram	33
1. Pengertian instagram	33
2. Dakwah melalui instagram	35

D. Keselarasan	37
1. Pengertian keselarasan ..	37
2. Keselarasan desain komunikasi visual dengan pesan dakwah ...	37
BAB III GAMBARAN UMUM DAN TEMA POKOK KATEGORISASI PESAN DAKWAH DALAM POSTINGAN AKUN INSTAGRAM @islamiposter	
A. Gambaran umum akun instagram @islamiposter	38
BAB IV ANALISIS HASIL PENELITIAN	
A. Tema pokok kategorisasi pesan dakwah dalam postingan akun instagram @islamiposter	43
B. Makna Pesan dakwah yang terdapat dalam postingan akun instagram @islamiposter ..	47
C. Analisis keselarasan desain komunikasi visual dengan pesan dakwah yang terkandung dalam postingan akun instagram @islamiposter ..	62
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	67
B. Saran	68
C. Kata Penutup	68
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
BIODATA	

DAFTAR GAMBAR

	halaman
Gambar 1. Teknik Analisis Isi	13
Gambar 2. Menu Profil akun @islamiposter	38
Gambar 3. Kota yang menunjukkan keberadaan akun @islamiposter .. .	39
Gambar 4. Jumlah postingan dan pengikut akun @islamiposter	40
Gambar 5. Logo akun @islamiposter	41
Gambar 6. Postingan-postingan akun @islamiposter	42
Gambar 7. Postingan mengenai bertaubat masa lalu	48
Gambar 8. Mengenai Allah Maha Mengabulkan	49
Gambar 9. Postingan mengenai Allah pemberi rizky	51
Gambar 10. Kewajiban shalat	52
Gambar 11. Hukum meninggalkan shalat	53
Gambar 12. Menahan amarah	54
Gambar 13. Mengenai berbuat baik terhadap sesama	55
Gambar 14. Introspeksi diri	57
Gambar 15. Berbakti pada orang tua	60
Gambar 16. Postingan mengenai pribadi yang berakhlakul kharimah	61

DAFTAR TABEL

	halaman
Tabel 1. Tema pokok dan Kategorisasi Pesan Dakwah	44
Tabel 2. Analisis postingan bertaubat masa lalu	63
Tabel 3. Analisis Postingan Allah Maha Mengabulkan	64
Tabel 4. Analisis postingan Allah pemberi rizky	65

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Desain grafis belakangan lebih sering disebut “desain komunikasi visual” (DKV) karena memiliki peran mengomunikasikan pesan atau informasi kepada pembaca dengan berbagai bentuk visual yang berupa tipografi, ilustrasi, dan warna. Dalam desain komunikasi visual tersebut terdapat gabungan antara gambar atau tanda dan pesan yang diharapkan mampu mempersuasi khalayak sasaran yang dituju. Berangkat dari hal tersebut, dakwah sebagai suatu proses dalam menyampaikan suatu pesan atau seruan kepada orang lain untuk mengetahui dan mengamalkan ajaran-ajaran Islam. Dalam hal ini desain komunikasi visual juga sangat penting bagi penunjang kegiatan dakwah, khususnya desain komunikasi visual pada instagram yang merupakan salah satu media yang sedang marak saat ini dikalangan masyarakat.

Mengikuti perkembangan zaman masa kini, dakwah telah mengalami perkembangan yang cukup signifikan, yaitu dengan adanya sebuah media sosial sehingga *da'i-da'i* dapat mudah menyampaikan pesan dakwah dengan efisien dan mudah. Salah satunya melalui media sosial seperti facebook, twitter, instagram dan lain-lain, sehingga media sosial tersebut dapat memudahkan orang untuk berkomunikasi. Dalam arus modernisasi ini, para *da'i* harus mampu berhati-hati dalam menggunakan dan memanfaatkan media sosial tersebut.

Tidak mengherankan dengan kehadiran media sosial menjadi fenomenal. Facebook, twitter, youtube, hingga instagram adalah beberapa jenis dari media sosial yang diminati oleh banyak khalayak. Media sosial tersebut tidak hanya digunakan untuk mendistribusikan informasi yang bisa dikreasikan oleh pemilik akun (*users*) itu sendiri, tetapi juga memiliki dasar sebagai portal untuk membuat jaringan pertemanan secara virtual dan medium untuk berbagi data, seperti audio atau video (Nasrullah, 2015:2-3).

Awalnya media sosial hanya digunakan sebagai sarana berkomunikasi untuk terhubung dengan teman, rekan kerja dan keluarga. Namun pada perkembangannya, media sosial tidak hanya sebatas itu saja. Media sosial kini banyak digunakan sebagai media untuk menyebarluaskan atau memberikan berbagai informasi, mulai dari informasi politik, bisnis, pendidikan, budaya, hiburan, promosi produk hingga kegiatan agama. Begitu banyaknya informasi yang bisa dibagikan melalui media sosial, diharapkan pengguna media sosial bisa semakin bijak dalam menggunakannya untuk hal yang positif, bermanfaat serta tidak menyampaikan suatu berita kebohongan.

Dengan perkembangan media massa yang semakin milenial ini. Masyarakat harus semakin cerdas dalam mengonsumsi media. Mereka harus melihat fakta atau bukti untuk bisa mempercayai sesuatu. Orang akan lebih mempercayai apa yang mereka lihat daripada yang mereka dengar. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi visual adalah salah satu cara yang efektif untuk mengajak dan mempengaruhi orang lain untuk berpikir, bersikap sesuai dengan harapan pembuat pesan (Tinarbuko,2008:23).

Dakwah pada dasarnya adalah menyampaikan ajaran Islam kepada masyarakat luas. Hakikat dakwah itu sendiri adalah upaya untuk menubuhkan kecenderungan dan ketertarikan menyeru seseorang kepada ajaran agama Islam pada apa yang diserukan. Di dalam Al-Quran terdapat perintah yang menyeru kaum muslimin agar mendakwahi manusia supaya senantiasa berada di jalan Allah. Sebagai firman Allah Surah An Nahl ayat : 125

ادع الى سبيل ربك بالحكمة والموعظة الحسنة وجادلهم بالتي هي احسن, ان ربك هو اعلم بمن ضل عن سبيله وهو اعلم بالهتدين

Yang artinya : Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk (Q.S An Nahl : 125)

Dakwah dalam bentuk desain komunikasi visual sendiri secara spesifik masih menjadi suatu hal baru dikalangan masyarakat Indonesia. Desain komunikasi visual belakangan ini lebih sering disebut sebagai desain grafis, karena memiliki peranan untuk memberikan pesan dan informasi kepada pembaca dengan berbagai bentuk visual yang berupa tipografi, ilustrasi, dan warna. Desain grafis merupakan salah satu disiplin ilmu yang penting dalam melakukan kegiatan dakwah yang lebih kreatif sehingga menghasilkan suatu pesan yang mudah dipahami.

Dengan desain komunikasi visual membantu membentuk kemasan pesan dakwah menjadi karya yang dapat merubah pandangan seseorang menjadi lebih mudah memahami suatu pesan mengenai ajaran Islam. Unsur-unsur dalam desain komunikasi visual mulai dari warna, ilustrasi, dan tipografi yang diproduksi lewat sentuhan keyboard dan mouse akan saling mempengaruhi dan memperteguh satu sama lain, sehingga memiliki karakter tersendiri dalam penyajiannya. Setiap elemen yang tertuang dalam karya desain komunikasi visual memiliki maksud dan tujuan tertentu sesuai dengan keinginan dari desainer. Pesan dakwah yang ada dalam gambar atau karya desain komunikasi visual bisa diketahui dengan cara memahami setiap unsur yang ada dalam gambar tersebut.

Sama halnya dengan unsur yang ada, desain komunikasi visual juga memiliki prinsip-prinsip seperti manusia, seseorang dikenal karena prinsipnya, prinsip utama harus ditampilkan dalam sebuah desain komunikasi visual sehingga karya tersebut komunikatif, sedangkan unsur yang lainnya ditampilkan sekedar dan tidak mengalahkan unsur utama. Prinsip desain membantu menentukan bagaimana menggunakan elemen desain. Prinsip-prinsip desain dapat membantu dalam menggabungkan berbagai elemen desain ke dalam tata letak yang baik dengan dibantu adanya keselarasan.

Keselarasan merupakan prinsip desain yang diartikan sebagai keteraturan tatanan diantara bagian-bagian suatu karya. Keselarasan dalam desain komunikasi visual merupakan pembentukan unsur-unsur keseimbangan, keteraturan, kesatuan, dan perpaduan yang masing-masing saling mengisi dan

menimbang. Dengan adanya keselarasan dalam desain, maka akan tercapai keserasian dalam seluruh rancangan penyajian suatu karya desain komunikasi visual tersebut (Jurnal Desain, 2013:1).

Instagram adalah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram itu sendiri (Yasundari, 2016:209).

Permulaan aplikasi ini dengan 100.000 pengguna pada oktober 2010, naik menjadi 1 juta pengguna pada bulan desember di tahun yang sama, pada bulan juli 2011 aplikasi ini telah meraih 100 juta pengguna dan pada tahun yang sama juga tepatnya di bulan September pengguna naik menjadi 10 juta. Lalu naik pada bulan desember menjadi 15 juta pengguna, naik tingkatan menjadi 27 juta pengguna pada bulan maret 2012 dan di tahun yang sama pada bulan april naik menjadi 30 juta pengguna. Di tahun 2013 instagram telah mempunyai akun 150 juta pengguna aktif dalam satu bulannya. Lalu pada desember 2014 pengguna memiliki 300 juta pengguna hingga di tahun 2015 pengguna mencapai angka 400 juta aktif, sedangkan tahun 2018 sudah mencapai 800 juta pengguna (Eka Indriani, 2017:6).

Pengguna instagram bermacam-macam, sehingga banyak orang yang menggunakannya sesuai dengan *passion* yang mereka sukai. Salah satu targetnya adalah untuk berdakwah. Oleh Karena itu, melalui akun instagram pendakwah juga dapat menyampaikan dakwahnya melalui gambar yang dibagikan melalui akunnya. Salah satu akun instagram yang memiliki ciri khas sendiri terhadap gambar yang dibagikannya adalah akun @islamiposter.

Akun @islamiposter ini adalah salah satu dari beberapa akun instagram yang berisikan konten-konten islami. Namun yang berbeda dari akun @islamiposter dibandingkan akun-akun instagram lainnya yaitu akun @islamiposter menggunakan desain komunikasi visual yang menarik dengan penggunaan bahasa yang sederhana disertai visual yang menarik membuat isi postingannya mudah dan menarik untuk dilihat dan dibaca. Selain itu, akun @islamiposter selalu update dengan tema yang berbeda-beda sehingga para

pengikutnya dapat melihat desain gambar visual yang beraneka ragam serta dapat belajar memahami isi pesan tulisan yang ada di dalam akun tersebut mengenai berbagai macam pengetahuan tentang ajaran-ajaran Islam secara luas.

Dilihat dari awal postingan gambar yang dibagikan di Akun @islamiposter itu sendiri di mulai pada awal Desember 2014, yang mana berkontribusi juga dengan Muslim Design Community. Saat ini jumlah follower atau pengikut akun@islamiposter sudah mencapai 396 ribu Pengikut dengan total jumlah postingan 6798 konten dakwah, dan masih terus bertambah setiap harinya (Sumber: website akun instagram @islamiposter).

Dalam postingan akun @islamiposter tersebut terkandung banyak pesan-pesan dakwah yang menarik dan mudah untuk disimak, selain itu banyak seruan dakwah yang mengandung nilai-nilai positif untuk diterapkan pada diri sendiri dan penggunaan gaya bahasa yang sederhana disertai desain visual yang menarik membuat isi postingannya mudah dan sederhana dengan tetap menggunakan Al-Quran dan Hadits sebagai sumbernya.

Oleh sebab itu, penulis tertarik untuk menjadikan akun @islamiposter sebagai objek penelitian dengan judul “KESELARASAN DESAIN KOMUNIKASI VISUAL DENGAN PESAN DAKWAH DALAM INSTAGRAM @islamiposter”.

Fokus penelitian ini adalah unsur-unsur desain komunikasi visual yaitu tipografi, ilustrasi, warna, serta prinsip-prinsip desain komunikasi visual (DKV) yaitu keseimbangan (*balance*), irama (*Rhythm*), penekanan (*emphasis*), dan kesatuan (*unity*). Sehingga dengan melihat elemen dan prinsip desain komunikasi visual tersebut dapat mengetahui bagaimana desain komunikasi visual dalam dakwah di akuninstagram @islamiposter tersebut.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana keselarasan gambar desain komunikasi visual dengan pesan dakwah dalam instagram @islamiposter ditinjau dari unsur desain komunikasi visual dan prinsip desain komunikasi visual?

C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui keselarasan gambar dengan pesan dakwah yang di tinjau dari unsur-unsur dari desain komunikasi visual dan prinsip komunikasi visual yang terdiri dari keseimbangan, irama, penekanan, dan kesatuan dalam instagram @islamiposter.

2. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, maka penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat sebagai berikut :

a. Manfaat teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan suatu manfaat pemikiran dan pengetahuan bagi seluruh mahasiswa terutama Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam serta dapat dijadikan sebagai pijakan dan referensi pada penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan desain komunikasi visual dan pesan dakwah di instagram dalam upaya mengkaji, menyempurnakan, mengembangkan paradigma dakwah melalui media sosial tersebut.

b. Manfaat praktis

Secara praktis penelitian ini dapat dijadikan suatu pembaharuan media sosial sebagai media dakwah serta desainer-desainer dapat lebih kreatif lagi dalam berkarya dan mengemasnya dengan sedemikian rupa agar menarik dan mudah dipahami oleh masyarakat yang melihatnya.

D. Tinjauan Pustaka

Untuk mendukung penelitian ini, maka penulis melakukan penelitian awal pada karya-karya terdahulu yang lebih memiliki relevansi dengan topik yang akan diteliti. Kajian pustaka yang disertakan pada bagian ini akan mengambil beberapa penelitian yang berkaitan dengan analisis pada desain

komunikasi visual dan analisis isi dari karya di akun instagram tersebut. Beberapa penelitian yang menjadi tinjauan dalam penelitian ini adalah :

1. Vanny Rosa Marini, Jurusan komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta tahun 2017. Skripsi dengan judul “Strategi Muslim Designer Community (MDC) Dalam Mengembangkan Desain Komunikasi Visual Sebagai Media Dakwah”

Permasalahan yang diteliti oleh peneliti tersebut berkenaan dengan mengapa Muslim Designer Community (MDC) mengembangkan desain komunikasi visual sebagai media dakwah serta bagaimana strategi MDC dalam mengembangkan desain komunikasi visual sebagai media dakwah dan komponen serta tahapan dalam strategi tersebut.

Penelitian ini merupakan penelitian dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik analisis isi (*content analysis*), serta teori yang digunakan adalah teori komponen strategi menurut Sondang Siagian, dan menggunakan teori manajemen strategi dari Fred R. David.

Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa MDC sudah mengawali banyak langkah untuk mengembangkan desain komunikasi visual sebagai media dakwah, MDC juga ingin menjadi perpanjangan tangan para da'i dan mubaligh untuk menyampaikan dakwah dengan lebih kreatif (Sumber: Skripsi Vanny Rosa Marini, 2017).

2. Nilnan Ni'mah. Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, Islamic communication journal, tahun 2016 dengan judul “Dakwah Komunikasi Visual”.

Permasalahan yang diteliti disini adalah menganalisis media dakwah komunikasi visual yang menjadi salah satu pilihan untuk memaknai pesan melalui gambar yaitu dengan melalui poster-poster yang bernuansa Islam, berisi kalimat-kalimat motivasi yang bersumber dari al-Qur'an dan as-Sunnah. Dengan melihat poster bernuansa Islam, diharapkan akan

menjadi motivasi bagi umat Islam agar selalu ingat kepada Allah, melaksanakan perintah-perintah-Nya dan menjauhi larangan-Nya.

Terkait dengan itu, pembahasan karya desain komunikasi visual menggunakan kajian semiotika visual yaitu teori Pierce untuk melihat ikon, indeks dan simbol, teori Barthes untuk melihat kode (kode hermeneutik, kode simbolik kode narasi, kode semantik, dan kode kebudayaan), teori Saussure untuk melihat makna konotatif dan denotatif.

Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwasannya dakwah juga bisa dilakukan melalui media komunikasi visual, yaitu semua media komunikasi yang bisa dicerna oleh alat indera penglihatan, seperti poster. Poster yang dibuat harus memiliki konsep yang jelas, dan harus mencantumkan sumber dari al-Qur'an dan hadits atau pemikiran-pemikiran Islam. Sehingga poster yang dibuat tidak sekedar asal-asalan, tetapi juga bisa dipertanggung jawabkan kebenarannya

Sehingga dakwah komunikasi visual ini harus terus dikembangkan untuk mengingatkan umat Islam terutama, agar selalu kembali ke jalan Allah SWT (Sumber: Skripsi Nilnan Ni'mah, 2016)

Persamaan penelitian ini dengan penelitian di atas yaitu terletak pada subjeknya yaitu mengenai desain komunikasi visual.

Perbedaannya adalah penelitian ini menggunakan kajian semiotika visual dari teori Pierce, teori Barthes, dan teori Saussure. Sedangkan penelitian di atas menggunakan teori semiotik Roland Barthes. Dan juga terletak pada tujuan penelitiannya.

3. Skripsi yang berjudul "Studi Pesan Komunikasi Dakwah Melalui Desain Komunikasi Visual Dalam Fanpage Facebook Naidu Clothing" oleh Warsandi, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta tahun 2016.

Penelitian ini menganalisis sebuah penelitian studi pesan komunikasi dakwah yang menggunakan analisis semiotik Roland Barthes yang mengkaji aktifitas komunikasi dakwah yang menggunakan desain

komunikasi visual dalam fanpage facebook Naidu Clothing. Dalam hal ini yang dikaji adalah konsep desain komunikasi visual yang menjadi alat komunikasi dakwah. Metode pengumpulan data yang digunakan penelitian ini adalah dokumentasi dan wawancara dengan analisis datanya adalah prinsip desain komunikasi visual yaitu prinsip penekanan (*emphasis*) dan prinsip kesatuan (*unity*) dalam tiga elemen-elemen desain komunikasi visual yaitu tipografi, ilustrasi dan warna di dukung dengan teori perspektif CMC.

Penelitian ini menghasilkan kesimpulan yang menunjukkan bahwa prinsip desain komunikasi visual seperti prinsip penekanan (*emphasis*) dan prinsip kesatuan (*unity*) telah di aplikasikan dalam etipografi, ilustrasi dan warna disetiap karyanya untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah yang menggunakan keindahan bahasa visual grafis untuk tujuan yang menarik perhatian pada pengunjung fanpage facebook Naidu Clothing yang mana diterjemahkan menggunakan analisis semiotik dan teori perspektif CMC untuk membahas respon dari pengunjung fanpage yang telah memberi tanggapan positif maupun negative (Sumber: Skripsi Warsandi, 2016).

perbedaannya adalah terletak pada subjek yang di teliti, yaitu instagram dan facebook.

4. Penelitian yang mendekati kaitannya dengan desain komunikasi visual peneliti merujuk pada penelitian yang berjudul “Konsep Desain Komunikasi Visual Website Muslim.or.id sebagai Media Dakwah” yang disusun oleh Bayu Budi Utomo Tahun 2014 Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Hasil penelitian ini bahwa konsep desain komunikasi visual yang digunakan website muslim.or.id menggunakan prinsip keseimbangan dalam desain komunikasi visual, website ini memiliki fungsi membuat desain tampilan website menjadi seimbang dan

terlihat dinamis antar unsur-unsur yang ada. Dengan begitu website akan terlihat lebih menarik secara visual dimata pengunjung dan secara otomatis pengunjung akan berusaha mencari tahu isi dari website tersebut (Sumber : Skripsi Bayu Budi Utomo, 2014).

Persamaan penelitian ini dengan penelitian diatas sama-sama mengkaji tentang desain komunikasi visual.

Perbedaanya terletak pada subjek penelitian yaitu penelitian ini mengangkat website muslim.or.id, sedangkan penelitian diatas mengangkat akun instagram @islamiposter. Selain itu perbedaan lain yang tampak adalah penelitian ini membahas bagaimana desain komunikasi visual sebagai komunikasi dakwah, sedangkan penelitian diatas membahas mengenai bagaimana desain komunikasi visual dalam pesan dakwah di instagram tersebut.

5. Mohammad Zamroni, jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi, di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, tahun 2018. Skripsi yang berjudul “Desain Komunikasi Visual Jurnalism Online (Analisis Kualitatif Deskriptif Karakter Desain Komunikasi Visual Website suaramuslim.net)”.

Masalah yang diteliti dalam skripsi ini adalah bagaimana elemen desain komunikasi visual yang digunakan dalam website suaramuslim.net serta bagaimana karakter elemen desain komunikasi visual website suaramuslim.net.

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah ingin mengetahui bagaimana elemen dan karakter desain komunikasi visual website suaramuslim.net berdasarkan analisis Miles dan Huberman.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan analisis deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. kemudian data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi.

Adapun hasil dari penelitiannya yaitu bentuk elemen yang ada dalam website suaramuslim.net, elemen tersebut berupa huruf, garis, bidang, ruang, warna, foto, layout. Elemen ruang karakternya mengarahkan mata

pembaca dari satu titik ke titik lainnya. Warna pada elemen ini warna yang digunakan putih dengan karakter kejujuran, kemurniaan, kemudian hitam memiliki karakter elegan, penuh percaya diri, selanjutnya biru sebagai warna penyeimbangan karakter yang dihasilkan kesejukan. Kemudian elemen foto, penggunaan foto disini adalah foto masjid nabawi yang berada pada footer, karakter yang dihasilkan sebagai media dakwah harus luas berdakwahnya (Sumber: Skripsi Mohammad Zamroni, 2018).

Persamaan penelitian ini dengan penelitian diatas adalah terletak pada bagian subjek yang dikaji yaitu desain komunikasi visual.

Perbedaannya terletak pada tujuan dalam penelitian ini adalah ingin mengetahui bagaimana elemen dan karakter desain komunikasi visual website suaramuslim.net berdasarkan analisis Miles dan Hubberman, sedangkan pada penelitian diatas tujuannya adalah ingin menginterpretasi gambar Desain Komunikasi Visual dalam mengetahui kategorisasi pesan dakwah di instagram @islamiposter.

E. Metode Penelitian

Metodologi penelitian adalah satu usaha atau proses untuk mencari jawaban atas satu pertanyaan atau masalah dengan cara sabra, hati-hati, terencana, sistematis atau dengan cara ilmiah, dengan tujuan untuk menemukan fakta-fakta atau prinsip-prinsip, mengembangkan dan menguji kebenaran ilmiah suatu pengetahuan (Soewandji, 2010:11).

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif, yaitu metode penelitian yang berusaha menggambarkan atau melukiskan obyek penelitian yang diteliti berdasarkan fakta dilapangan (Koentjoro, 2011:66). Penelitian deskriptif merupakan suatu kegiatan penelitian yang berusaha untuk menggambarkan, melukiskan, dan mengungkapkan sebuah ide, pemikiran secara apa adanya (Nawawi, 2007:63). Sejalan pula dengan pemikiran Suharsimi Arikunto yang menyatakan bahwa penelitian deskriptif tidak dimaksudkan untuk

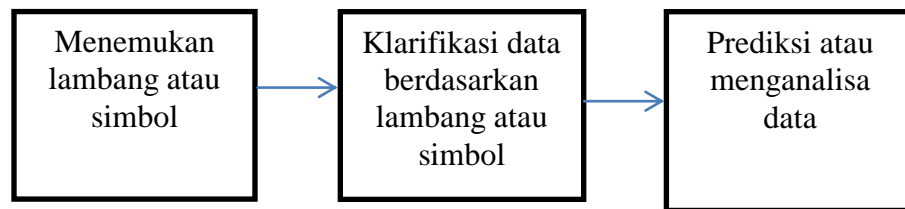
menguji hipotesis tertentu, tetapi hanya menggambarkan “apa adanya” tentang suatu variabel, gejala, dan keadaan (Prastowo, 2012:186). sedangkan menurut Munawar Noor (2015:1), metode penelitian kualitatif sering disebut sebagai metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (*natural setting*) dengan memperhatikan situs-situs lokasi penelitian dengan data kualitatif, tidak menggunakan model matematik statistik dan analisisnya lebih bersifat kualitatif.

Muhammad Subana (2001:89), menjelaskan di dalam bukunya bahwa penelitian deskriptif adalah menuturkan dan menafsirkan data yang berkenaan dengan fakta, keadaan, variabel, dan fenomena yang terjadi saat penelitian berlangsung dan menyajikannya apa adanya.

Adapun tujuan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif adalah karena dalam penelitian ini data yang dihasilkan berupa data deskriptif yang diperoleh dari data-data berupa tulisan, gambar, dan dokumen yang berasal dari sumber atau informan yang diteliti dan dapat dipercaya, serta untuk mendeskripsikan dan mengungkapkan keselarasan gambar desain komunikasi visual dengan pesan dakwah yang terdapat di akun @islamiposter.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan metode analisis isi (content analysis). Menurut Burhan Bungin (2012:85), analisis isi sering digunakan dalam analisis-analisis verifikasi. Cara kerja atau logika analisis data ini sesungguhnya sama dengan kebanyakan analisis data kualitatif. Peneliti memulai analisisnya dengan menggunakan lambang-lambang tertentu, mengklarifikasi data tersebut dengan kriteria-kriteria tertentu serta melakukan prediksi dengan teknik analisis yang tentu pula.

Gambar 1. Teknik Analisis Isi



Menurut Bungin pula kelebihan dalam penelitian analisis isi adalah tidak digunakannya manusia dalam subjek penelitian. Hal ini menyebabkan penelitian relative lebih mudah, tidak ada reaksi dari populasi ataupun sampel yang diteliti karena tidak ada orang yang diwawancarai, diminta kuesioner, ataupun diminta datang di laboratorium. Analisis isi ini menggunakan bahan-bahan penelitian mudah didapat terutama di perpustakaan, atau di bagian dokumentasi audio visual.

2. Definisi Konseptual

Dalam penelitian ini fokusnya adalah :

- a. Keselarasan merupakan prinsip desain yang diartikan sebagai keteraturan tatanan diantara bagian-bagian suatu karya. Keselarasan dalam desain komunikasi visual merupakan pembentukan unsur-unsur keseimbangan, keteraturan, kesatuan, dan perpaduan yang masing-masing saling mengisi dan menimbang. Dengan adanya keselarasan dalam desain, maka akan tercapai keserasian dalam seluruh rancangan penyajian suatu karya desain komunikasi visual tersebut (Jurnal Desain, 2013:1).
- b. Unsur-unsur desain komunikasi visual yaitu warna, ilustrasi, dan tipografi. Serta prinsip-prinsip desain komunikasi visual yang terdiri dari keseimbangan, irama, penekanan, dan kesatuan.

Unsur-unsur desain komunikasi visual, yaitu :

1) Warna

Warna merupakan unsur penting dalam obyek desain. Warna memiliki peran penting dalam pemberian kesan dan pesan terhadap desain tertentu. Warna juga dapat menarik perhatian, meningkatkan

mood, menggambarkan citra sebuah perusahaan dan lainnya (Lia Anggraini, 2014:37-38).

2) Ilustrasi

Secara umum dapat dikatakan, desain komunikasi visual yang tidak disertai ilustrasi cenderung monoton, kurang informatif serta tidak memiliki unsur penarik perhatian. Adanya ilustrasi dimaksudkan untuk memperjelas informasi atau pesan dan sekaligus sebagai alat untuk menarik perhatian pembaca (Rakhmat Supriyono, 2010:50-52).

3) Tipografi

Tipografi adalah seni menyusun huruf-huruf sehingga dapat dibaca tetapi masih mempunyai nilai desain. Tipografi digunakan sebagai metode untuk menerjemahkan kata-kata (lisan) ke dalam bentuk tulisan (*visual*) (Cristine Suharto Cenadi, 1999:5).

Prinsip-prinsip desain komunikasi visual, yaitu :

1) Keseimbangan (*Balance*)

Keseimbangan merupakan pembagian berat yang sama, baik secara visual maupun optik. Desain dikatakan seimbang apabila objek pada bagian kiri atau kanan, bagian atas atau bawah terkesan sama berat.

2) Irama (*Rhythm*)

Adalah pengulangan gerak atau penyusunan bentuk secara berulang-ulang. Dalam desain, irama dapat berupa repetisi atau variasi.

3) Penekanan (*Emphasis*)

Merupakan salah satu prinsip dasar tata rupa yang harus ada dalam karya desain. Penggunaan penekanan ini dapat membangun visual sebagai pusat perhatian, yang bertujuan untuk menonjolkan salah satu unsur sebagai pusat perhatian. Sehingga mencapai nilai yang artistik.

4) Kesatuan (*Unity*)

Kesatuan merupakan salah satu prinsip dasar yang sangat penting. Tidak adanya kesatuan dalam sebuah karya desain akan membuat karya tersebut terlihat tercerai-berai, dan kacau balau. Itu juga akan mengakibatkan karya tersebut tidak nyaman untuk dipandang (Lia Anggraini dkk, 2014:41-46).

c. Pesan Dakwah

Pesan dakwah adalah pesan yang mengandung arti segala pernyataan yang berupa seperangkat lambang yang bermakna yang bersumber dari Al-Quran dan Sunah yang berupa ajaran Aqidah, Akhlak, dan Syari'ah yang disampaikan untuk mengajak manusia baik individu atau golongan ajaran Islam dan mampu mensosialisasikannya dalam kehidupan dengan tujuan mendapat kehidupan yang baik di dunia dan akhirat.

Yang mana penulis berusaha mengkaji gambar yang ada dalam instagram @islamiposter berdasarkan unsur-unsur serta prinsip-prinsip desain komunikasi visual, kemudian dari kajian tersebut, penulis mengkaji keselarasan pesan dakwah dengan unsur dan prinsip desain komunikasi visual tersebut.

3. Sumber dan Jenis Data

Sumber data merupakan subjek dari mana data diambil. Sumber data ini dapat berupa benda, hal atau tempat peneliti mengamati, membaca, atau bertanya tentang data dan dalam penelitian ini sumber datanya terbagi menjadi dua, yaitu :

- a. Sumber data primer, yaitu postingan-postingan berupa foto, gambar atau tulisan yang terdapat dalam akun instagram @islamiposter periode bulan November dan Desember 2017, yang terbagi ke dalam tiga kategori yaitu Aqidah, Ibadah, dan Akhlak. Selain itu juga orang yang terlibat langsung dalam pembuatan foto atau gambar yang berisi tentang konten islami tersebut.

- b. Sumber data sekunder, yaitu buku, internet, dan dokumentasi dari instagram @islamiposter yang berkaitan dengan tujuan memperoleh berbagai informasi mengenai desain komunikasi visual serta pesan dakwah di instagram tersebut.

4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data penelitian ini, penulis menggunakan teknik dokumentasi yaitu pengumpulan data untuk menguraikan dan menjelaskan apa yang telah dilalui melalui sumber-sumber dokumentasi (winarno surahmat, 1982:108), atau pengumpulan data melalui catatan, buku, ataupun dokumen lain yang berkaitan dengan penelitian. Sehingga akan diperoleh data yang lengkap dari sumber tertulis, seperti arsip dokumen resmi, tulisan, semua data yang diunggah di dalam akun instagram @islamiposter, peneliti akan melakukan pencarian dan pengambilan segala informasi yang bersifat visual grafis dan teks dari isi media tersebut, selanjutnya peneliti akan mengumpulkan data seperti data *picture*, *print out* dan *screen shoot* informasi yang terkait.

5. Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis model Milles dan Huberman. Penerapan analisis data tersebut dalam penelitian terdiri dari tiga alur, yaitu:

a. Reduksi data

Dalam hal ini adalah tahap memilih gambar-gambar hasil karya islamiposter. Selama pengumpulan data berjalan, terjadi tahapan reduksi selanjutnya yaitu menelusuri tema pokok pesan dakwah. Peneliti menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu hasil reduksi data dalam akun islamiposter.

b. Penyajian Data

Tahap penyajian data adalah sebuah tahapan lanjutan analisis dimana peneliti menyajikan temuan penelitian berupa kategori atau pengelompokkan. Dalam hal ini penyajian data dengan mengumpulkan data yang disesuaikan dengan permasalahan kemudian mengklasifikasi

gambar dengan kriteria pesan dakwah akidah, syariah atau ibadah, dan akhlak. Dilanjutkan dengan penyajian data menentukan unsur desain komunikasi visual dan prinsip desain komunikasi visual, keseimbangan (*balance*) dan kesatuan (*unity*).

c. Penarikan kesimpulan

Penarikan kesimpulan adalah kegiatan penggambaran secara utuh dari obyek yang diteliti, proses penarikan kesimpulan berdasarkan penggabungan informasi yang telah disusun dalam penyajian data. Melalui informasi tersebut, peneliti dapat melihat apa yang ditelitinya serta menentukan kesimpulan yang benar sebagai obyek penelitian dan melakukan pengecekan ulang untuk memastikan tidak ada kesalahan yang telah dilakukan (Matthew B.Milles,16-20).

F. Sistematika Penulisan

Sistematika Penulisan ini merupakan hal yang penting karena mempunyai fungsi untuk menyatakan garis-garis besar dari masing-masing bab yang saling berkaitan dan berurutan. Hal ini dimaksudkan agar tidak terjadi kekeliruan dalam penyusunannya. Untuk mempermudah dalam penulisan ini, penulis membagi menjadi 5 bab, yaitu:

Bab I, Pendahuluan

Bab ini memuat latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, dan metode penelitian.

Bab II, Kerangka Teori

Berisi tentang kajian teori tentang Desain Komunikasi Visual, Pesan Dakwah, dan Dakwah Melalui Instagram

Bab III, Gambaran Umum Obyek dan Hasil Penelitian

Bab ini menggambarkan secara umum mengenai obyek penelitian yaitu akun instagram @islamiposter.

Bab IV, Analisa Data Penelitian

Analisa Data ini berisi analisis deskriptif tentang keselaran desain komunikasi visual dengan pesan dakwah dalam akun instagram @islamiposter yang ditinjau dari unsur-unsur dan prinsip-prinsip desain komunikasi visual

Bab V, Penutup

Adalah penutup yang meliputi kesimpulan, saran-saran, dan kata penutup.

BAB II

KERANGKA TEORI

DESAIN KOMUNIKASI VISUAL, PESAN DAKWAH DAN DAKWAH MELALUI INSTAGRAM

A. Desain Komunikasi Visual

1. Pengertian Desain Komunikasi Visual

Desain Komunikasi Visual awal mulanya berasal dari kata grafis. Kata grafis itu sendiri mengandung dua pengertian: *Graphein* dari bahasa latin yang berarti garis atau marka yang kemudian menjadi *Graphic Arts* atau komunikasi grafis. Dan *Graphische Vakken* dari bahasa Belanda yang diartikan sebagai percetakan.

Desain Grafis atau *Graphic Design* adalah istilah yang dipakai sebelum digunakan istilah Desain Komunikasi Visual. Untuk mengantisipasi perkembangan dunia komunikasi visual serta perannya yang semakin luas, maka digunakan istilah desain komunikasi visual (Ana Yulianti, 2008:11).

Untuk lebih memahami apa itu desain komunikasi visual, terlebih dahulu membedah secara terperinci tiga kata kunci yang ada, yaitu Desain, Komunikasi, dan Visual. Secara Etimologi, Desain berasal dari bahasa Inggris yaitu *design*, sedangkan dari bahasa Latin *designare*, yang mengandung makna merencanakan atau merancang. Dan dari bahasa Itali *designo* yang berarti gambar. Kata kunci selanjutnya adalah, Komunikasi yang secara umum dapat dilihat dari dua sudut pandang, yaitu:

a. Secara Etimologis

Komunikasi berasal dari bahasa Latin *communication*, dan perkataan itu berasal dari kata *communis* yang mengandung makna sama. Dalam arti sama makna yaitu sama dalam memaknai suatu hal. Lebih lanjut pemahaman ini dapat dijabarkan bahwa apabila antara individu yang terlibat dalam sebuah interaksi memiliki kesamaan dalam memaknai suatu hal yang dikomunikasikan maka komunikasi dapat dikatakan berjalan.

b. Secara Terminologi

Komunikasi merupakan proses pernyataan atau pesan dari satu individu ke individu lainnya. Kata kunci terakhir adalah, Visual yang berasal dari bahasa Latin *videre* yang artinya melihat. Dan kemudian diterjemahkan kedalam bahasa Inggris menjadi Visual. Sedangkan arti visual menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah semua yang dapat dilihat dan direspon oleh mata kita (Andi Suprpto,2015:26).

Jadi, Desain komunikasi visual adalah ilmu yang mempelajari konsep komunikasi dan ungkapan daya kreatif, yang diaplikasikan dalam berbagai media komunikasi visual dengan mengolah unsur desain grafis yang terdiri dari gambar, huruf dan tipografi, warna, komposisi. Desain komunikasi visual dapat berupa garis, bentuk, testur, gelap terang, ukuran huruf, warna dalam penyampaiannya. Dalam desain komunikasi tersebut terdapat gabungan antara gambar atau tanda dan pesan yang diharapkan mampu mempersuasi khalayak sasaran yang dituju (Sumbo Tinarbuko, 2008:23).

2. Unsur-unsur Desain Komunikasi Visual

Sebelum memulai membuat suatu hasil karya desain, tentunya kita harus mengetahui beberapa unsur dasar dalam membuat sebuah desain. Unsur tersebut pastinya sudah kita kenal dalam kehidupan sehari-hari, di mana pada setiap hasil karya desain, terdapat satu dari unsur-unsur di bawah ini, yaitu :

a. Garis

Garis dianggap sebagai unsur visual yang banyak berpengaruh terhadap pembentukan suatu objek sehingga garis selalu dikenal sebagai goresan atau coretan, juga menjadi batas limit suatu bidang atau warna. Ciri khas garis adalah terdapatnya arah serta dimensi memanjang. Garis dapat tampil dalam bentuk lurus, lengkung, gelombang, *zigzag*, dan lainnya. Kualitas garis ditentukan oleh tiga hal, yaitu orang yang membuatnya, alat yang digunakan serta bidang dasar tempat garis digoreskan.

Wujud garis sangat bervariasi, garis lurus mempunyai kesan kaku dan formal, garis lengkung memberi kesan lembut dan luwes, garis *zigzag* terkesan keras dan dinamis, garis tidak beraturan memiliki kesan fleksibel dan tidak formal. Berbagai macam garis tersebut dapat digunakan untuk mempresentasikan citra produk, jasa, korporasi atau organisasi.

Tipe garis yang merujuk pada arah garis menggambarkan hubungan antargaris terhadap halaman. Garis-garis horizontal memiliki kesan pasif, tenang dan damai. Sedangkan garis vertical memiliki kesan stabil, gagah, dan elegan. Sementara garis diagonal memiliki kesan aktif, dinamis, bergerak, dan menarik perhatian (supriyono, 2010:58).

Dalam desain komunikasi visual, garis dapat diartikan lebih luas. Secara semiotika rangkaian huruf atau teks juga dapat dimaknai sebagai garis. Teks yang disusun dengan arah vertical, diagonal, lengkung, dan melingkar, selain dapat dibaca isinya dapat pula dirasakan citra visualnya (supriyono, 2010:61).

b. Bentuk

Bentuk adalah segala sesuatu yang dimiliki diameter, tinggi, dan lebar. Bentuk-bentuk dasar yang pada umumnya dikenal adalah bentuk kotak (rectangle), lingkaran (circle), segitiga (triangle), lonjong (elips), dan lain-lain. Pada desain komunikasi visual, kita akan mempelajari bentuk dasar dan bentuk turunan. Sementara pada kategori sifat, bentuk dapat dikategorikan menjadi tiga :

1) Bentuk geometrik

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

2) Bentuk natural

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

3) Bentuk abstrak

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

c. Tekstur

Tekstur adalah tampilan atau permukaan atau corak dari suatu benda yang dapat dinilai dengan cara dilihat atau diraba. Penggunaan tekstur pada desain, akan menambah pengalaman dan menjadi nilai lebih daripada sekadar estetik. Namun dalam desain grafis tidak semua tekstur bersifat nyata atau tekstur semu. Tekstur semu merupakan sebuah tekstur yang dibuat secara visual dari suatu bidang.

d. Gelap terang atau kontras

Kontras merupakan warna yang berlawanan antara satu dengan yang lainnya, terdapat perbedaan baik warna atau titik fokus. Gelap terang atau kontras ini dapat digunakan dalam desain sebagai salah satu cara untuk menonjolkan pesan atau informasi yang dapat juga menambah pesan dramatis. Dengan mengatur komposisi gelap terang suatu desain, akan membantu nilai keterbacaan, fokus, dan titik berat suatu desain (Anggraini, 2014:32).

e. Warna

Warna merupakan unsur penting dalam obyek desain. Warna memiliki peran penting dalam pemberian kesan dan pesan terhadap desain tertentu. Warna juga dapat menarik perhatian, meningkatkan *mood*, menggambarkan citra sebuah perusahaan dan lainnya.

Dalam penggunaan warna perlu memperhatikan kesan apa yang ingin kita bangun dalam sebuah desain tersebut. Apabila ingin membangun kesan yang feminin, lembut, dan cocok untuk wanita

tentunya warna pink muda akan lebih baik. Sebaliknya apabila ingin menggambarkan kesan tangguh dan bersih, warna biru lebih cocok.

Warna merupakan faktor yang sangat penting dalam mendesain, setiap warna memiliki karakter dengan sifat yang berbeda pula. Pada setiap Negara memiliki makna atau arti warna yang berbeda-beda. Namun arti warna berikut ini berdasarkan lingkup yang universal.

1) Warna merah

Warna yang paling emosional dan cenderung ekstrim. Menyimbolkan agresivitas, keberanian, semangat, percaya diri, gairah, kekuatan, dan vitalitas.

2) Warna pink

Warna yang disukai banyak wanita ini menyiratkan sesuatu yang lembut dan menenangkan, cinta, kasih sayang dan feminim.

3) Warna biru

Tidak bisa lepas dari elemen langit, air, dan udara. Berasosiasi dengan alam, melambangkan keharmonisan, memberi kesan lapang, kesetiaan, ketenangan, sensitif, kepercayaan.

4) Warna kuning

Akan meningkatkan konsentrasi, warna ini menyimbolkan warna persahabatan, optimism, santai, gembira, harapan, toleran, menonjol, eksentrik.

5) Warna hijau

Melambangkan alam, kehidupan, sehat dan natural.

6) Warna orange

Warna yang melambangkan sosialisasi, keceriaan, segar, semangat, keseimbangan, dan energi.

7) Warna ungu

Memberi kesan spiritual yang magis, mistis, misterius, mampu menarik perhatian, kekayaan, dan kebangsawanan.

8) Warna coklat

Merupakan warna netral yang natural, hangat, membumi, stabil, menghadirkan kenyamanan, memberi kesan anggun, kesejahteraan, dan elegan.

9) Warna abu-abu

Melambangkan kesederhanaan, intelek, futuristic, millennium, kesenduan.

10) Warna hitam

Warna ini adalah warna yang kuat dan penuh percaya diri, penuh perlindungan, maskulin, elegan, dramatis, kematian, dan misterius.

Teori yang menyederhanakan warna yang ada di alam menjadi empat kelompok warna. Keempat kelompok warna tersebut, yaitu warna primer, sekunder, tersier, dan warna netral.

Warna primer merupakan warna dasar yang bukan campuran dari warna-warna lain. warna yang termasuk dalam golongan warna primer adalah merah, kuning, biru.

Warna sekunder merupakan hasil percampuran warna-warna primer dengan proporsi 1:1. Misalnya warna jingga merupakan hasil campuran warna merah dengan kuning, hijau adalah campuran biru dan kuning, ungu adalah campuran merah dan biru.

Warna tersier merupakan campuran salah satu warna primer dengan salah satu warna sekunder. Misalnya warna jingga kekuningan di dapat dari percampuran warna kuning dan jingga. Warna coklat merupakan campuran dari ketiga warna, yaitu merah, kuning, dan biru (Lia Anggraini, 2014:37-38).

f. Ilustrasi

Secara umum dapat dikatakan, desain komunikasi visual yang tidak disertai ilustrasi cenderung monoton, kurang informatif serta tidak memiliki unsur penarik perhatian. Adanya ilustrasi dimaksudkan untuk memperjelas informasi atau pesan dan sekaligus sebagai alat untuk menarik perhatian pembaca.

Pengetian ilustrasi secara luas tidak terbatas pada gambar dan foto. Ilustrasi bisa berupa garis, bidang, dan bahkan susunan huruf bisa disebut ilustrasi. Pengertian ilustrasi secara umum adalah gambar atau foto yang bertujuan menjelaskan teks dan sekaligus menciptakan daya tarik.

Ilustrasi dapat digunakan untuk memperjelas dan mempermudah pembaca dalam memahami pesan, serta menambah daya tarik desain, bukan sebaliknya. Penggunaan ilustrasi yang berlebihan justru dapat membingungkan dan mengurangi nilai keterbacaan (Rakhmat Supriyono, 2010:50-52).

g. Tipografi

Tipografi adalah seni menyusun huruf-huruf sehingga dapat dibaca tetapi masih mempunyai nilai desain. Tipografi digunakan sebagai metode untuk menerjemahkan kata-kata (lisan) ke dalam bentuk tulisan (visual). Fungsi bahasa visual ini adalah untuk mengkomunikasikan ide, cerita, dan informasi melalui segala bentuk media, mulai dari gambar, label, tanda-tanda lalu lintas, poster, buku, dan majalah (Cristine Suharto Cenadi, 1999:5).

Tidak dapat dipungkiri bahwa teks adalah bagian dari desain grafis yang sangat penting. Oleh karena itu, untuk menguasai desain grafis, harus dipelajari pula tipografi, yaitu ilmu yang mempelajari segala sesuatu tentang huruf cetak.

Dalam desain grafis, tipografi didefinisikan sebagai suatu proses seni untuk menyusun bahan publikasi menggunakan huruf cetak. Oleh karena itu, “menyusun” meliputi merancang bentuk huruf cetak hingga merangkainya dalam sebuah komposisi yang tepat untuk memperoleh suatu efek tampilan yang dikehendaki. Desain komunikasi visual tidak bisa lepas dari tipografi sebagai unsur pendukungnya. Perkembangan tipografi banyak dipengaruhi oleh faktor budaya serta teknik pembuatan. Karakter tipografi yang ditimbulkan dari bentuk hurufnya bisa dipersepsikan berbeda.

Pemilihan huruf tidak semudah yang dibayangkan, ribuan bahkan jutaan jumlah huruf menyebabkan desainer harus cermat dalam memilih tipografi yang tepat untuk karyanya. Rangkaian huruf dalam sebuah kata atau kalimat bukan saja berarti suatu makna yang mengacu kepada sebuah objek ataupun gagasan, tetapi juga memiliki kemampuan untuk menyuarakan suatu citra ataupun kesan secara visual. Hal itu dikarenakan terdapat nilai fungsional dan nilai estetika dalam suatu huruf. Pemilihan huruf disesuaikan dengan citra yang ingin diungkapkan. Lazlo Moholy berpendapat bahwa sebuah kata atau kalimat bukan saja bisa berarti suatu makna yang mengacu kepada sebuah obyek ataupun gagasan, tetapi juga memiliki kemampuan untuk menyuarakan suatu citra ataupun kesan secara visual. Hal itu dikarenakan terdapat nilai fungsional dan nilai estetika dalam suatu huruf. Pemilihan jenis huruf disesuaikan dengan citra yang ingin diungkapkan (Kusrianto, 2007 : 190-191).

Jenis-jenis Huruf

1) *Oldstyle*

Huruf-huruf diciptakan dalam periode tahun 1470 ketika muncul huruf Venetian buatan seniman Venice. Aldin ciptakan Aldus Manutius dari Itali, dan Caslon di Jerman. Periode Oldstyle berakhir di abad ke – 16 dengan munculnya periode transisi berupa karya John Baskerville yang menjembatani periode berikutnya. Beberapa font yang dapat dikategorikan ke dalam kelompok *Oldstyle* adalah *Bembo*, *Bauer Text*, *CG Cloister*, *ITC Usherwood*, *Claren-don*, *Garamond*, *Goudy Oldstyle*, *Palatino (Palmspring)*, dan lain-lain.

2) *Modern*

Dimulai pada abad ke 18 ketika Giambastita Bodoni menciptakan karya-karya yang kita kenal sebagai *font Bodoni* hingga sekarang. Periode itu cukup panjang hingga abad ke 20 dan jumlah karya-karya *typeface* sudah semakin banyak. *Font-font* yang termasuk dalam kelompok tersebut di antaranya *Bodoni*, *Bauer*

Bodoni, Didot, Torino, Auriga, ITCFenice, Linotype Modern, Walbaum Book, ITC Zapf Book, Bookman, Cheltenham, Malior, dan lain-lain.

3) *Slab serif*

Kelompok huruf *Slab Serif* ditandai dengan bentuk serif yang tebal, bahkan sangat tebal. Masa kemunculan jenis huruf itu bervariasi dan ikut menandai kemunculan huruf-huruf yang berfungsi lebih tepat sebagai penarik perhatian, yaitu sebagai penarik perhatian, yaitu sebagai *Header*. Contoh-contoh huruf *Slab Serif* antara lain *Boton, Aachen, Calvert, Lubalin Graph, Mamphis, Rockwell, Serifa, Claredon, Stymie, dan lain-lain.*

4) *Sans serif*

Sans serif adalah huruf tanpa *serif* (kait ujung). Pertama kali jenis huruf tersebut diciptakan oleh William Caslon IV (teturunan William Caslon pencipta *font Caslon* di era *Oldstyle*) pada tahun 1816. Pada awal kemunculannya, font jenis itu disebut *Grotesque* karena pada zaman itu bentuk huruf tanpa serif itu dirasa aneh dan unik (*grotesque* artinya aneh). Hingga kini, orang Inggris masih suka menyebut huruf tanpa *serif* dengan istilah *Grotesques*. Contoh-contoh huruf *Sans Serif*, antara lain *Frankin Gothic, Akzident Grotesk, Helvetica, Univers, formula, Avant Garde, Gill Sans, Futura, Optima* (Kusrianto, 2007 : 202-204).

3. Prinsip-prinsip Kerja Desain Komunikasi Visual

Pesan visual harus kreatif, asli, inovatif, komunikatif, efisien, dan efektif. Dalam mendesain, kita perlu memperhatikan beberapa prinsip kerja desain yang harus selalu diterapkan. Hal ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Keseimbangan (*Balance*)

Keseimbangan merupakan pembagian berat yang sama, baik secara visual maupun optik. Desain dikatakan seimbang apabila objek pada bagian kiri atau kanan, bagian atas atau bawah terkesan sama

berat. Desain harus memiliki keseimbangan agar nyaman dipandang. Seperti halnya jika kita melihat pohon atau bangunan yang akan roboh, kita *akan* merasa tidak nyaman dan cenderung gelisah. Dari hal tersebut, terdapat dua pendekatan untuk menciptakan keseimbangan, yaitu :

- 1) Keseimbangan simetris, membagi sama berat masa antara kanan atau kiri, antara atas dan bawah secara simetris atau setara.
- 2) Keseimbangan asimetris, penyusunannya tidak sama antara sisi kanan dengan kiri atau atas dengan bawah, namun tetap terasa seimbang. Hal ini dapat dibedakan dengan menggunakan bentuk atau warna yang berbeda.

b. Irama (*Rhythm*)

Adalah pengulangan gerak atau penyusunan bentuk secara *berulang-ulang*. Dalam desain, irama dapat berupa repetisi atau variasi. Repetisi merupakan elemen yang dibuat secara berulang-ulang dan konsisten. Sedangkan secara variasi, irama adalah perulangan elemen visual disertai perubahan bentuk, ukuran, atau posisi.

Bentuk irama yang konsisten, dapat dilihat apa motif batik parang yang dibuat secara konsisten dan berulang-ulang. Sedangkan bentuk variasi, dapat dilihat dari alam seperti pengulangan gerak pada ombak laut, gerak dedaunan, dan lain-lain.

c. Penekanan/ Dominasi (*Emphasis*)

Merupakan salah satu prinsip dasar tata rupa yang harus ada dalam karya desain. Penggunaan penekanan ini dapat membangun visual sebagai pusat perhatian, yang bertujuan untuk menonjolkan salah satu unsur sebagai pusat perhatian. Sehingga mencapai nilai yang artistik.

Selain untuk menarik perhatian, terdapat pula beberapa tujuan lain daripada penekanan atau dominasi ini, yaitu untuk menghilangkan kebosanan dan untuk memecah keberaturan.

Informasi yang dianggap paling penting untuk disampaikan kepada konsumen harus ditonjolkan secara mencolok melalui elemen

visual yang kuat. Terdapat beberapa cara untuk menonjolkan elemen visual dalam karya desain, yaitu sebagai berikut :

1) Kontras

Focal point dapat dicapai dengan menggunakan kontras, yaitu objek yang dianggap penting dibuat berbeda dengan elemen yang lain.

2) Isolasi objek

Focal point juga dapat diciptakan dengan cara memisahkan objek dari kumpulan-kumpulan objek lain.

3) Penempatan objek

Objek yang ditempatkan di tengah akan menjadi *focal point*, elemen desain ini harus memiliki *stopping power*, dalam artian perlu penonjolan satu elemen untuk menarik perhatian pembaca. Tanpa *stopping power* yang kuat, itu akan menjadi hal yang biasa saja, berlalu, mudah dilupakan bagi para pembaca.

d. Kesatuan (*Unity*)

Kesatuan merupakan salah satu prinsip dasar yang sangat penting. Tidak adanya kesatuan dalam sebuah karya desain akan membuat karya tersebut terlihat tercerai-berai, dan kacau balau. Itu juga akan mengakibatkan karya tersebut tidak nyaman untuk dipandang.

Jika salah satu atau beberapa unsur mempunyai hubungan (warna, raut, arah) maka kesatuan telah tercapai. Desain dikatakan menyatu apabila secara keseluruhan tampak harmonis, terdapat kesatuan antara tema, tipografi, ilustrasi atau foto (Lia Anggraini dkk, 2014:41-46).

B. Pesan Dakwah

1. Pengertian Pesan Dakwah

Ketika kita berbicara maka kata-kata yang kita ucapkan adalah pesan. Ketika kita menulis surat, maka yang kita tuliskan di atas kertas adalah pesan. Jika kita tengah menonton televisi, maka program yang tengah kita

saksikan atau dengar adalah pesan. Pesan memiliki wujud yang dapat dirasakan atau diterima oleh indra (Morissan, 2009:19).

Pesan merupakan sebuah isyarat atau sebuah simbol yang disampaikan oleh seseorang dengan harapan bahwa pesan itu akan mengutarakan atau menimbulkan sesuatu makna tertentu dalam diri orang lain yang hendak diajak berkomunikasi (Ali Aziz, 2009:112).

Pesan adalah sesuatu yang bisa disampaikan dari seseorang kepada orang lain, baik secara individu maupun kelompok yang dapat berupa pikiran, keterangan, pernyataan dari sebuah sikap (Asmuni, 1983:60). Atau juga dapat dikatakan pesan dakwah merupakan materi dakwah yang disampaikan da'i pada mad'u. oleh karena itu yang menjadi pembahasan mengenai materi dakwah yaitu membahas ajaran Islam itu sendiri, sebab semua ajaran Islam yang sangat luas itu bisa dijadikan pesan dakwah Islam. Akan tetapi, ajaran Islam yang di jadikan pesan dakwah tersebut pada garis besarnya dapat dikempokkan menjadi akidah, syariat, dan akhlaqul karimah. (Ali Aziz, 2009:144).

Pesan Maddah (materi dakwah) atau pesan dakwah adalah pesan yang disampaikan oleh da'i kepada mad'u yang mengundang kebenaran dan kebaikan bagi manusia yang bersumber dari Al-Quran dan Hadits. Allah sendiri memerintahkan kepada Nabi Muhammad SAW untuk memilih materi dakwah yang cocok dengan situasi dan kondisi objek dakwah. Namun, materi tetap tidak bergeser dari ajaran Islam (Supena, 2007:109).

Secara umum dapat dikatakan bahwa jenis pesan dakwah terbagi dua, yaitu *pertama*, pesan yang dicari melalui penelitian empiris dan laboratoris. *Kedua*, pesan yang diberikan Allah lewat para Nabi dan Rasul. Pesan-pesan yang ditemukan lewat penelitian empiris dan penelitian yang dilakukan dalam laboraturium menjadi ilmu sosial dan sains teknologi. Sedangkan pesan yang bersumber dari wahyu menjadi ilmu-ilmu agama Islam. Kesua sumber pesan tersebut adalah satu, yaitu Allah SWT yang diberikan kepada setiap umat manusia agar terhindar dari kesesatan.

Dari jenis-jenis pesan dakwah tersebut, dapat dikatakan bahwa pesan dakwah juga terdapat beberapa karakteristik, yaitu yang terdiri dari *orisinal* atau benar-benar bersumber dari Allah dan Rasulnya, mudah dipahami, lengkap materinya, seimbang antara *idealitas* dan *realitas*, *universal*, masuk akal, serta membawa kebaikan (Ali Aziz, 2004:342).

2. Materi Dakwah

Sedangkan secara global dapat dikatakan bahwa materi dakwah tersebut dapat diklasifikasikan menjadi tiga masalah pokok sebagai berikut:

a. Masalah keimanan (akidah)

Masalah pokok yang menjadi materi dakwah adalah akidah islamiah dari akidah inilah yang akan membentuk moral (akhlak) manusia. Selain tentang tauhid, materi tentang akidah Islamiah terkait dengan ajaran tentang adanya malaikat, kitab suci, para rasul, hari akhir, serta qada dan qadar. Dengan demikian ajaran pokok dalam akidah mencakup enam elemen yang biasa disebut dengan rukun iman. Dengan rukun iman yang kukuh akan lahir keteguhan dan pengorbanan yang selalu menyertai setiap langkah dakwah (Aziz, 2004:109).

Akidah yaitu segala aspek ajaran Islam yang berhubungan dengan keyakinan, meliputi rukun iman, atau segala sesuatu yang harus diimani atau diyakini menurut ajaran Al Quran dan As Sunnah (Enjang, dkk, 2009:81).

Aspek akidah ini yang akan membentuk moral (akhlak) manusia. Oleh karena itu, yang pertama kali dijadikan materi dalam dakwah Islam adalah masalah akidah atau keimanan (Munir, dkk, 2006:24).

b. Masalah syari'ah

Syari'ah berperan sebagai peraturan-peraturan lahir yang bersumber dari wahyu mengenai tingkah laku manusia. Syari'ah Islam sangatlah luas dan luwes (*fleksibel*). Akan tetapi, tidak berarti Islam lalu menerima setiap pembaharuan yang ada tanpa ada filter sebaliknya.

Syari'ah dibagi menjadi dua bidang, yaitu ibadah dan muamalah. Ibadah adalah cara manusia berhubungan dengan Allah. Dalam hal ini yang berkaitan dengan ibadah adalah adanya rukun Islam. Sedangkan muamalah adalah ketetapan Allah yang langsung berhubungan dengan kehidupan sosial manusia seperti warisan, hukum, keluarga, jual beli, dan lain-lain. Demikian juga larangan-larangan Allah seperti minum, berzina, mencuri, dan sebagainya termasuk pula masalah-masalah yang menjadi materi dakwah Islam (Aziz, 2004:114).

Hukum atau syariah sering disebut sebagai cermin peradaban dalam pengertian bahwa ketika ia tumbuh matang dan sempurna, maka peradaban mencerminkan dirinya dalam hukum-hukumnya. Pelaksanaan syariah merupakan sumber yang melahirkan peradaban Islam, yang melestarikan dan melindunginya dalam sejarah. Syariah inilah yang akan selalu menjadi kekuatan peradaban di kalangan kaum muslim (Munir, dkk, 2006:26).

Di samping mengandung dan mencakup kemaslahatan sosial dan moral, maka materi dakwah dalam bidang syariah ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran yang benar, pandangan yang jernih, dan kejadian secara cermat terhadap hujjah atau dalil-dalil dalam melihat setiap persoalan pembaruan, sehingga umat tidak terperosok ke dalam kejelekan (Ilaihi, 2006:27)

c. Masalah akhlak

Ajaran tentang nilai etis dalam Islam disebut akhlak. Materi akhlak dalam Islam adalah mengenai sifat dan kriteria perbuatan manusia serta berbagai kewajiban yang harus dipenuhi. Karena semua manusia harus mempertanggung jawabkan setiap perbuatannya. Maka Islam mengajarkan kriteria perbuatan dan kewajiban yang mendatangkan kebahagiaan, bukan siksaan.

Materi akhlak sangat luas sekali yang tidak saja bersifat lahiriah, tetapi juga sangat melibatkan pikiran. Akhlak dunia (agama) mencakup

berbagai aspek, mulai dari akhlak kepada Allah hingga kepada sesama makhluk (Aziz, 2004:118).

Kebahagiaan dapat dicapai melalui upaya terus-menerus dalam mengamalkan perbuatan terpuji berdasarkan kesadaran dan kemauan. Siapa yang mendambakan kebahagiaan, maka ia harus berusaha secara terus menerus menumbuhkan sifat-sifat baik yang terdapat dalam jiwa secara professional, dan dengan demikian sifat-sifat baik itu akan tumbuh dan berakar secara aktual dalam jiwa.

Berdasarkan pengertian ini, maka ajaran akhlak dalam Islam pada dasarnya meliputi kualitas perbuatan manusia yang merupakan ekspresi dari kondisi kejiwaannya.

Islam mengajarkan agar manusia berbuat baik dengan ukuran yang bersumber kepada Allah SWT, sebagaimana telah diaktualisasikan oleh Rasulullah SAW. Apa yang menjadi sifat dan digariskan baik olehNya, dapat dipastikan baik secara esensial oleh akal pikiran manusia (Ilaihi, 2006:29-30).

Dari uraian di atas penulis mendefinisikan yang disebut pesan dakwah adalah pesan yang mengandung arti segala pernyataan yang berupa seperangkat lambang yang bermakna yang bersumber dari Al-Quran dan Sunah yang berupa ajaran Aqidah, Akhlak, dan Syari'ah yang disampaikan untuk mengajak manusia baik individu atau golongan ajaran Islam dan mampu mensosialisasikannya dalam kehidupan dengan tujuan mendapat kehidupan yang baik di dunia dan akhirat.

C. Dakwah Melalui Instagram

1. Pengertian Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi media sosial (*sosial media*) yang memungkinkan (*user*) pengguna untuk mengambil foto, memberi efek pada foto, dan membagikannya. Salah satunya melalui smartphone instagram tersebut digunakan. Aplikasi yang diluncurkan pada tanggal 6 oktober 2010 ini awalnya dibuat khusus untuk pengguna iOS. Perusahaan

kemudian meluncurkan jangkauannya dengan merilis Instagram for Android pada bulan April 2012. Pada waktu itu jumlah pengguna Instagram baru mencapai 30 juta pengguna. Aplikasi foto ini terus dikembangkan dengan adanya penambahan *fitur* video dan Instagram *direct*. Sejak diluncurkan pada tahun 2010 lalu, aplikasi ini telah memiliki 400 juta lebih pengguna dari seluruh dunia. Dari jumlah tersebut, ternyata Indonesia merupakan salah satu Negara pengguna Instagram terbanyak. Pada tanggal 14 Januari 2016, Brand Development Lead Instagram APAC, Paul Webster, mengatakan bahwa pengguna aktif per bulannya telah menjadi dua kali lipat lebih besar dari tahun ke tahun (Michelle Wifalin, 2016:2).

Instagram dapat digunakan di iPhone, telepon genggam Android, dan Windows Phone 8. Aplikasi ini dapat diunggah melalui Apple App Store dan Google Play.

Instagram sendiri berasal dari dua kata, yaitu *insta* dan *gram*, “insta” yang berasal dari kata instant dan “gram” yang berasal dari telegram, dapat disimpulkan dari namanya yang berarti menginformasikan atau membagikan foto kepada orang lain dengan cepat. Dari penggunaan dua kata tersebut, kita dapat semakin memahami arti dan fungsi sebenarnya dari Instagram, yaitu sebagai media untuk membuat foto dan mengirimkannya dalam waktu yang sangat cepat.

Permulaan aplikasi ini dengan 100.000 pengguna pada oktober 2010, naik menjadi 1 juta pengguna pada bulan desember di tahun yang sama, pada bulan juli 2011 aplikasi ini telah meraih 100 juta pengguna dan pada tahun yang sama juga tepatnya di bulan September pengguna naik menjadi 10 juta. Lalu naik pada bulan desember menjadi 15 juta pengguna, naik tingkatan menjadi 27 juta pengguna pada bulan maret 2012 dan di tahun yang sama pada bulan april naik menjadi 30 juta pengguna.

Di tahun 2013 instagram telah mempunyai akun 150 juta pengguna aktif dalam satu bulannya. Lalu pada desember 2014 pengguna memiliki

300 juta pengguna hingga di tahun 2015 pengguna mencapai angka 400 juta aktif, sedangkan tahun 2018 sudah mencapai 800 juta pengguna.

Tidak dapat dipungkiri Instagram menjadi salah satu media sosial terpopuler saat ini mengingat perkembangan teknologi yang kian pesat pula. Adanya *fitur-fitur* menarik untuk merubah foto ponsel menjadi lebih artistik dan menjadi daya tarik tersendiri dari aplikasi media sosial Instagram ini. Seiring berkembangnya teknologi, tidak hanya digunakan sebagai aplikasi untuk memposting foto atau video dengan berbagai *fitur* menarik, tetapi juga digunakan media untuk memposting karya gambar desain komunikasi visual yang memberi pesan dalam gambar tersebut (Eka Indriani, 2017:2-6).

Instagram memiliki *fitur-fitur* yang berbeda dengan jejaring sosial lainnya, diantara sekian banyak *fitur* yang ada di instagram, ada beberapa *fitur* yang digunakan di instagram @islamiposter, *fitur* tersebut adalah :*follower* (pengikut), *upload* foto (mengunggah foto), kamera, efek foto, judul foto, arroba, jejaring sosial, tanda suka (*like*), *question*.

2. Dakwah melalui instagram

Pada era modern ini, semuanya serba mudah, cepat, dan akurat, media massa mempunyai peranan penting dalam membentuk pola hidup masyarakat. Media menjadi patokan bagi masyarakat untuk mendapatkan informasi.

Ditengah masih maraknya keberadaan media-media seperti televisi, Koran, maupun radio, kini masyarakat berada ditengah arus perubahan yang deras dengan keberadaan media-media sosial. Media sosial merupakan sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berbagi dan berpartisipasi.

Dengan perkembangan teknologi modern ini, harus diantisipasi untuk keperluan menyebarkan informasi, sehingga dengan demikian pesan-pesan Islam dapat diterima dengan mudah melalui alat-alat komunikasi modern tersebut (Amin, 2013:1).

Dalam menyampaikan pesan-pesan Islam, seorang da'i tidak harus lagi menghadirkan masyarakat sasaran duduk di depan mata. Melalui media internet para mad'u dapat mencari informasi apa saja. Dengan begitu besarnya potensi dan efisiensi yang dimiliki oleh internet dalam membentuk jaringan dan pemanfaatan dakwah, maka dakwah dapat juga dilakukan di media sosial yang terlahir dalam perkembangan internet. Instagram adalah salah satu dari media sosial yang ada, merupakan bagian dari internet yang juga memiliki daya pengiriman informasi kepada khalayak dengan karakteristik instagram itu sendiri.

Instagram adalah aplikasi baru yang banyak dikenal oleh semua orang diseluruh dunia. Yang mana instagram hanya bisa memposting tulisan yang disertai foto. Dengan adanya instagram dakwah tidak hanya melalui tulisan saja, namun juga bisa dengan gambar yang berisikan dalil atau foto yang dijadikan media dakwah, yang menjadikan masyarakat khususnya pengguna instagram yang tertarik untuk melihatnya ataupun mengikutinya. Kini semakin dibutuhkan para da'i yang mengerti akan adanya teknologi informasi dan komunikasi.

Melalui media instagram, dakwah Islam memiliki berbagai kemudahan. Instagram memiliki berbagai kemudahan dalam menyampaikan dakwah Islam dalam bentuk gambar atau tulisan, dan memberi kemudahan kepada followers untuk berkomentar dan bertanya melalui kajian yang diposting. Seperti media sosial lainnya, instagram juga memiliki beberapa kelebihan sebagai media komunikasi dakwah, diantaranya :

- a. Mampu menembus batas ruang dan waktu dalam sekejap dengan biaya dan energi yang relatif terjangkau
- b. Dakwah melalui internet telah menjadi salah satu pilihan masyarakat. Mereka bebas memilih materi dakwah yang mereka sukai.
- c. Cara penyampaian yang variatif telah membuat dakwah Islamiah melalui internet dapat menjangkau segmen yang luas (Maarif, 2010:172).

Selain yang telah dipaparkan diatas, dakwah melalui instagram memiliki cara dan bentuk dakwah yang sesuai dengan jenis media sosial tersebut. Pada dasarnya instagram adalah aplikasi media sosial dengan jenis foto dan video, sehingga dakwah yang ada dalam instagram juga bervariasi dan beranekaragam.

D. Keselarasan

1. Pengertian Keselarasan

Keselarasn (harmoni) merupakan prinsip desain yang diartikan sebagai keteraturan tatanan di antara bagian-bagian suatu karya. Keselarasan dalam desain merupakan pembentukan unsur-unsur keseimbangan, keteraturan, kesatuan, dan perpaduan yang masing-masing saling mengisi dan menimbang. Keselarasan atau harmoni bertindak sebagai faktor pengaman untuk mencapai keserasian seluruh rancangan penyajian.

2. Keselarasan Desain Komunikasi Visual dan Pesan Dakwah

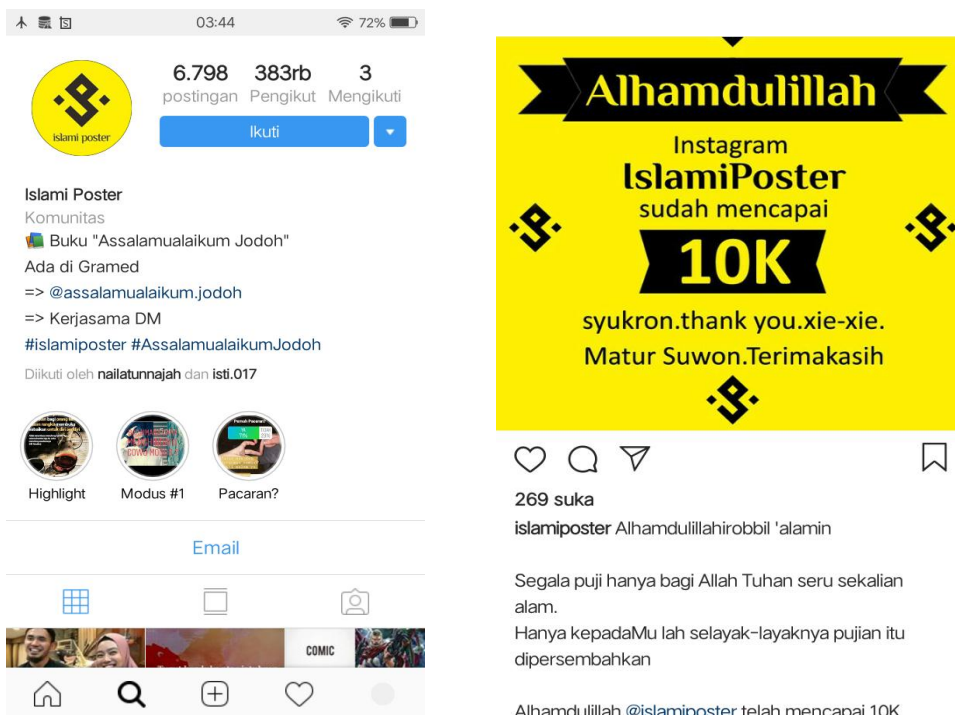
Desain komunikasi visual digunakan untuk mengomunikasikan pesan atau informasi kepada pembaca dengan berbagai visual. Dan untuk mengkomunikasikan pesan kepada pembaca, maka desain komunikasi visual harus selaras dalam bentuk, bidang, warna, tekstur, dan elemen-elemen lain sesuai dengan pesan dakwah yang ingin disampaikan yang disusun secara seimbang dalam suatu susunan posisi yang utuh agar nikmat untuk dipandang (Fathiah, 2016:2).

BAB III
GAMBARAN UMUM DAN TEMA POKOK
KATEGORISASI PESAN DAKWAH DALAM POSTINGAN
AKUN INSTAGRAM @islamiposter

A. Gambaran umum akun instagram @islamiposter

Akun @islamiposter adalah salah satu dari beberapa akun instagram yang berisikan konten-konten Islami. Namun yang berbeda dari akun @islamiposter dibandingkan akun-akun instagram lainnya yaitu akun @islamiposter menggunakan desain visual dan gaya bahasa yang menarik. Selain itu, akun instagram @islamiposter selalu update dengan tema yang berbeda-beda sehingga para pengikutnya dapat belajar serta memahami Islam secara luas.

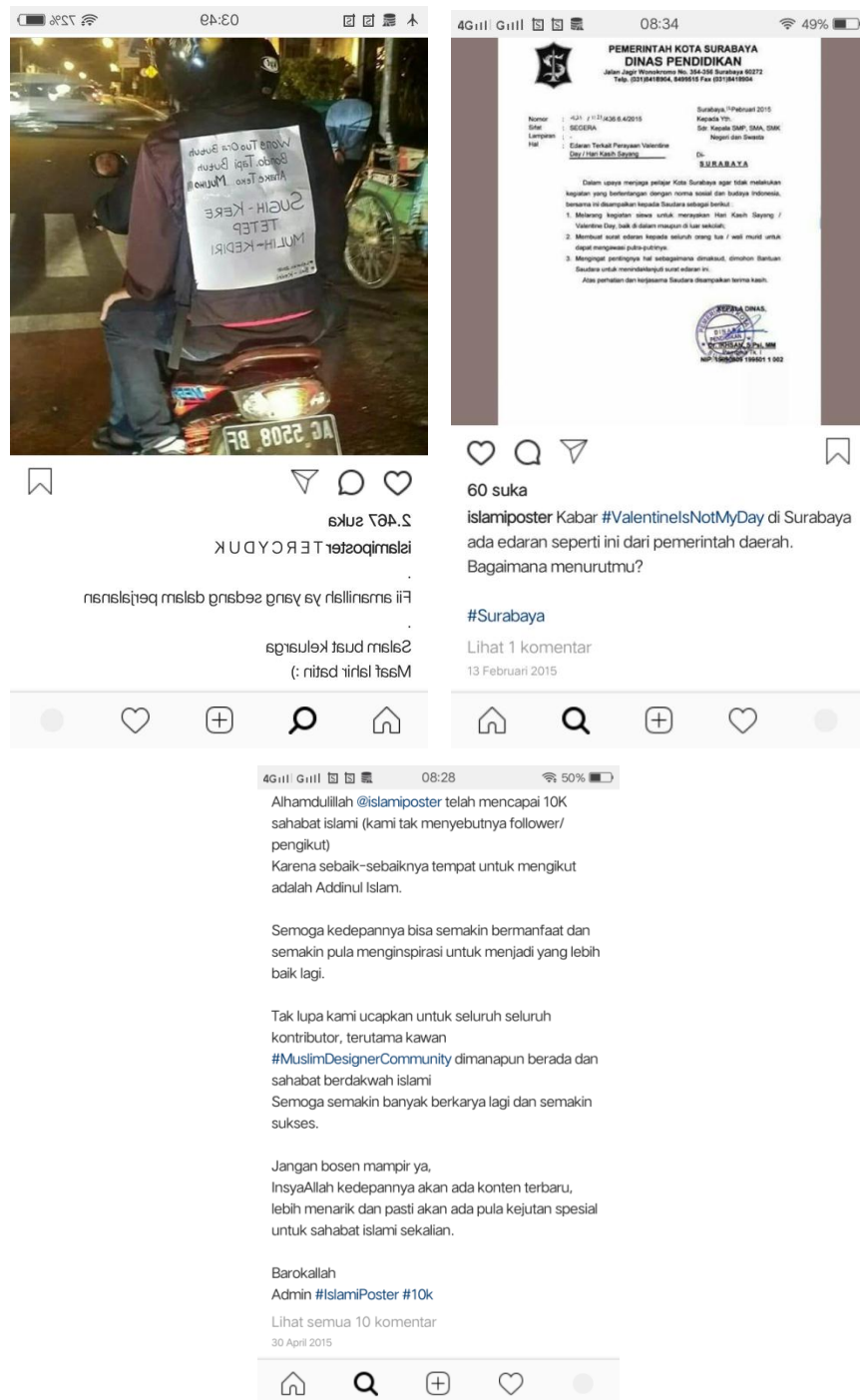
Gambar 2. Menu Profil akun @islamiposter



Di lihat dari awal postingannya akun @islamiposter didirikan pada awal Desember 2014 di kota Surabaya. Yang mana di dalam akun islamiposter terdapat postingan gambar yang bertulisan surat dinas Surabaya dan foto dari

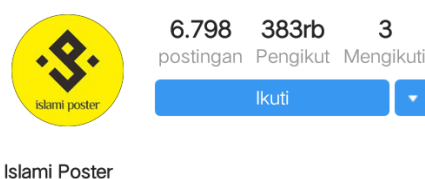
belakang tempat seorang laki-laki yang punggungnya bertulisan mudik Kediri dan captionnya bertulisan fi amanillah yang sedang dalam perjalanan, salam buat keluarga.

Gambar 3. Kota yang menunjukkan keberadaan akun @islamiposter didirikan



Akun @islamiposter bekerja dengan *muslim design community* yang berada di kota Surabaya, yang mana terlihat dalam postingan akun @islamiposter. Saat ini *followers* atau pengikut akun instagram @islamiposter sudah mencapai 383.000 pengikut dengan total jumlah postingan sebanyak 6798 konten dakwah, dan masih terus bertambah setiap harinya.

Gambar 4. Jumlah postingan dan pengikut akun @islamiposter

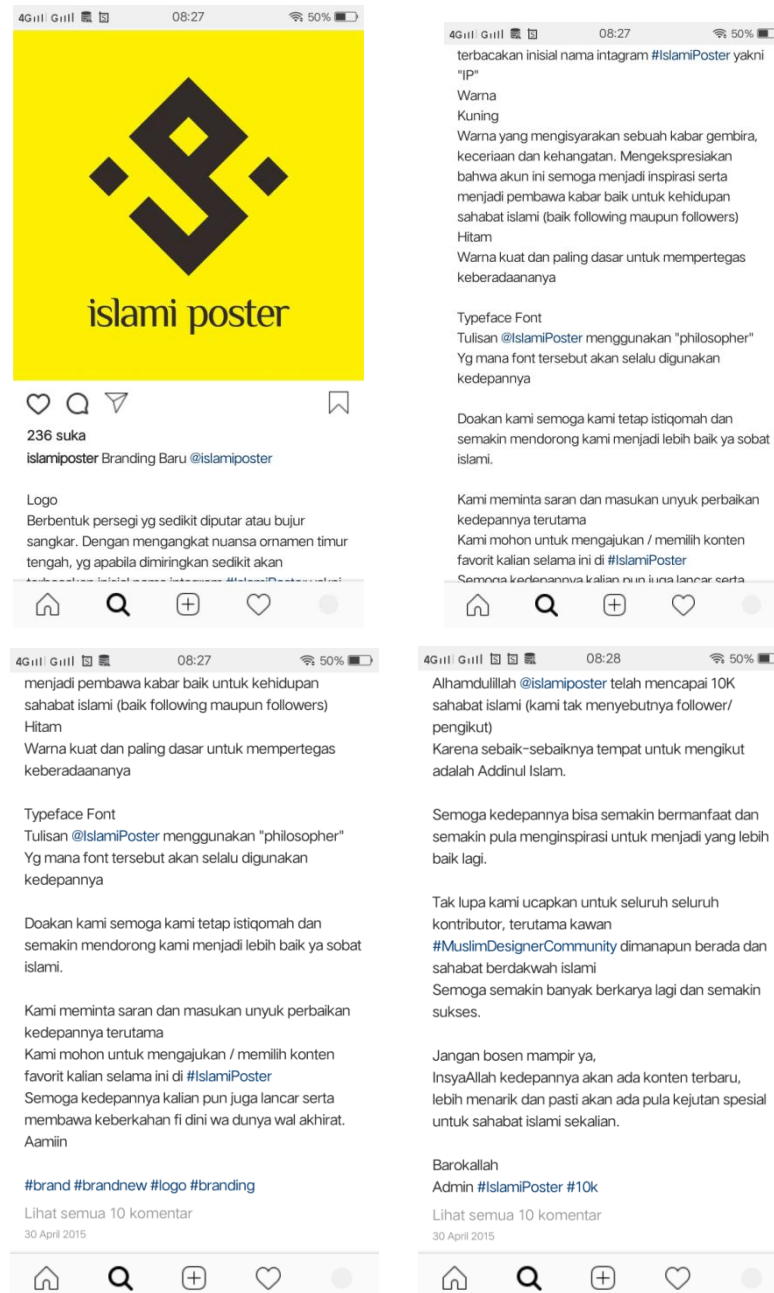


Melihat jumlah *followers* atau pengikutnya yang setiap harinya terus bertambah, akhirnya akun @islamiposter tidak hanya memposting atau membagikan konten-konten dakwah hasil karya *muslim design community* saja, tetapi juga membagikan konten-konten dakwah yang berasal dari akun instagram dakwah yang lainnya dan dari kiriman para followers atau pengikutnya.

Dalam postingan akun instagram @islamiposter terkandung banyak materi-materi dakwah yang menarik dan mudah untuk disimak, selain itu banyak seruan dakwah yang mengandung nilai-nilai positif untuk diterapkan pada diri pribadi dan penggunaan gaya bahasa yang sederhana disertai desain visual yang menarik membuat isi postingannya mudah dan enak untuk dilihat dan dibaca.

Segmentasi akun @islamiposter ini adalah kalangan remaja dan anak muda sehingga akun tersebut memang sengaja membuat desain visual dan bahasa yang semenarik dan sesederhana mungkin dengan tetap menggunakan Al-Quran dan Hadits sebagai sumbernya.

Gambar 5. Logo akun @islamiposter

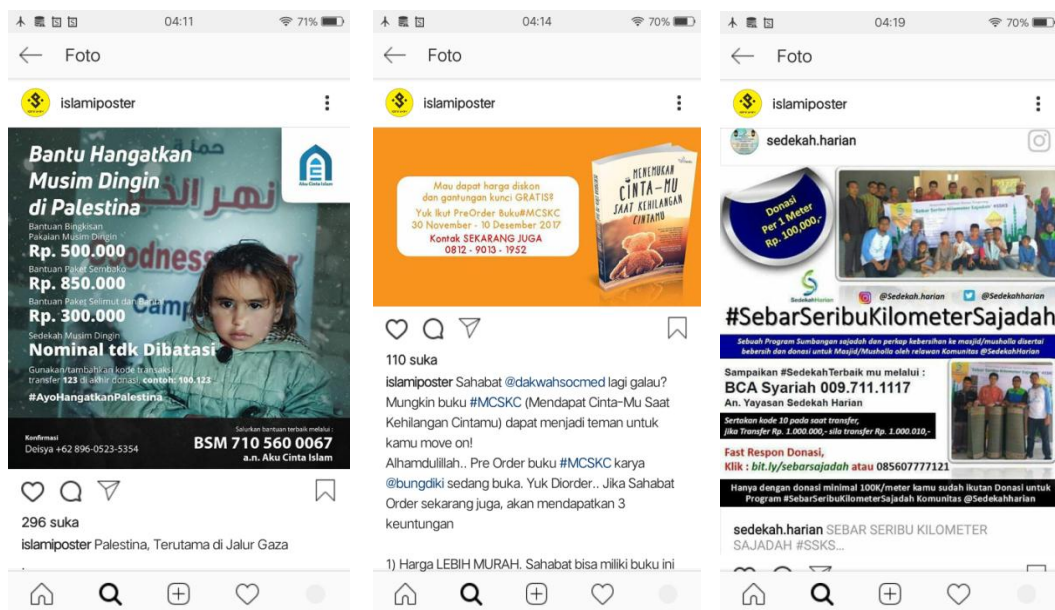


Dalam *screenshot* postingan tersebut dapat diketahui bahwa Logo akun @islamiposter mempunyai arti sendiri, yaitu yang berbentuk persegi yang sedikit diputas atau bujur sangkar, dengan ornamen timur tengah, yang apabila dimiringkan akan terbaca inisial nama instagram islamiposter yaitu "IP" dengan *background* berwarna kuning yang mengisyaratkan sebuah kabar gembira, keceriaan dan kehangatan. Mengekspresikan bahwa

akun ini semoga menjadi inspirasi serta menjadi pembawa kabar baik untuk kehidupan umat Islam., serta berwarna hitam yang diartikan warna yang kuat dan paling dasar untuk mempertegas keberadaannya. Disinilah terdapat motto yaitu semakin bermanfaat dan semakin menginspirasi untuk menjadi lebih baik lagi. Dan hal itu dibuktikan dengan selalu memposting atau mengunggah konten-konten yang berisikan tentang ajaran agama Islam setiap harinya.

Akun @islamiposter tidak hanya berisi postingan-postingan pesan dakwah, tetapi juga berisi tentang mempromosikan sebuah buku, serta tentang bantuan bagi masyarakat yang terkena musibah maupun yang kurang mampu. Seperti yang di lihat dalam postingan di bawah ini (Akun instagram @islamiposter)

Gambar 6. Postingan-postingan akun @islamiposter



BAB IV

ANALISIS HASIL PENELITIAN

A. Tema pokok kategorisasi pesan dakwah dalam postingan akun instagram @islamiposter

Secara harfiah tema berarti sesuatu yang diurai atau sesuatu yang telah ditempatkan. Kata ini berasal dari bahasa Yunani *tithenai* yang berarti menempatkan atau meletakkan. Melihat dari sudut sebuah tulisan yang telah selesai, tema adalah suatu amanat yang disampaikan oleh penulis melalui tulisannya (Sobur, 2002:75).

Tema merupakan pokok pikiran atau dasar pengungkapan karya sastra. Tema adalah sesuatu yang dipercekapkan dan dipakai sebagai dasar penciptaan suatu karya sastra (Sadikin, dkk, 1999:65). Tema juga merupakan gagasan pokok, tema bersifat lugas, objektif dan khusus (Waluyo, 1987:107).

Dalam membuat postingannya, tim islamiposter tentunya memiliki keinginan untuk menyampaikan sesuatu kepada para *followers* atau para pengikut akunya. Bukan hanya sekedar memposting *design visual* yang dibuat oleh *muslim design community* sebagai salah satu tim dari islamiposter, tetapi isi postingan yang dibuat juga harus memiliki misi atau tujuan yang hendak disampaikan melalui akun instagram tersebut. Tujuan atau misi dari setiap postingannya tersebut sangat berkaitan dengan ajaran-ajaran Islam.

Isi pesan dalam setiap postingannya umumnya mengandung unsur komunikasi persuasif yaitu berupa ajakan, anjuran, dan himbauan kepada para *followers* atau pengikutnya untuk menuju ke arah yang benar yaitu ajaran-ajaran Islam atau menuju kepada jalan Allah.




Tema-tema pokok yang terdapat pada postingan akun @islamiposter berisikan pesan-pesan dakwah agama Islam yang tidak sedikit bermuatan positif untuk mengajak manusia mengerjakan hal-hal yang baik dan meninggalkan hal-hal yang buruk. Tema-tema pokok dalam postingan akun instagram @islamiposter akan dikategorisasikan menjadi tiga kategori yang




sesuai dengan materi pesan dakwah sebagaimana yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, yaitu aqidah, ibadah, dan akhlak.

Setelah dianalisis terhadap data-data penelitian yaitu postingan-postingan akun @islamiposter periode bulan November dan Desember 2017 serta melalui wawancara dengan mar'ie Ahmad selaku admin atau penurus akun @islamiposter sekaligus anggota muslim design community, dapat diketahui tema-tema pokok yang terdapat dalam setiap postingannya. Adapun pengelompokkan dalam menentukan tema-tema pokok postingan akun @islamiposter ini dengan kategorisasi materi pesan dakwah, yang mana akan dipaparkan dalam table berikut ini :

Tabel 1. Tema Pokok dan Kategorisasi Pesan Dakwah dalam postingan Akun instagram @islamiposter periode bulan November dan Desember 2017, yaitu berikut ini :

No	Postingan akun @islamiposter	Tema-tema Pokok	Kategorisasi Pesan Dakwah
1.		Mengajak umat muslim untuk bertaubat memperbaiki diri menuju jalan lurus Allah SWT atas segala dosa-dosanya dimasa lalu.	Akidah
2.		Berharaplah hanya kepada Allah SWT, karena Allah mengabulkan segala sesuatu.	Akidah

No	Postingan akun @islamiposter	Tema-tema Pokok	Kategorisasi Pesan Dakwah
3.		<p>Berusaha mengingatkan kita sebagai umat muslim mengenai keyakinan yang benar terhadap rezeki, supaya kita senantiasa bersedekah dengan ikhlas baik dalam keadaan lapang maupun sempit</p>	Syariah
4.		<p>Mengingatkan kita semua sebagai umat muslim untuk tidak lupa selalu sabar dan shalat sebagai penolongmu dimanapun, kapanpun, dan dalam keadaan apapun.</p>	Ibadah
5.		<p>Mengingatkan kita sebagai umat muslim untuk selalu menjalankan ibadah shalat, janga sampai meninggalkannya.</p>	Syariah

No	Postingan akun @islamiposter	Tema-tema Pokok	Kategorisasi Pesan Dakwah
6.		<p>Memberitahu Umat muslim untuk senantiasa bersabar dalam keadaan apapun dan segeralah memohon perlindungan kepada Allah dari godaan setan.</p>	<p>Akhlak</p>
7.		<p>Mengajak kita semua sebagai umat muslim untuk tetap bersemangat dan beristiqamah dalam menanam kebaikan salah satunya yaitu dengan sedekah.</p>	<p>Akhlak</p>
8.		<p>Seruan kepada kita semua sebagai umat muslim menjauhi sikap mengunjing atau mencari keburukan orang lain</p>	<p>Akhlak</p>

No	Postingan akun @islamiposter	Tema-tema Pokok	Kategorisasi Pesan Dakwah
9.		<p>Mengenai berbakti kepada orang tua.</p>	<p>Akhlak</p>
10.		<p>Tetap taat walupun pernah maksiat disini yaitu berbenah dan memperbaiki diri kearah yang lebih baik dan melakukan perbuatan terpuji atau akhlak mulia.</p>	<p>Akhlak</p>

B. Makna Pesan dakwah yang terdapat dalam postingan akun instagram @islamiposter

Postingan yang terdapat pada akun @islamiposter memiliki visi dan misi dakwah Islam, sehingga dalam setiap isi postingan yang terdapat pada akunnya hampir seluruhnya mengandung makna-makna serta pesan-pesan yang bermuatan dakwah Islam, yaitu berusaha mengajak dan mengingatkan manusia untuk berfikir, bertindak serta bertingkah laku sesuai dengan ajaran Islam.

Sebagaimana yang telah diungkapkan oleh Mar'ier Ahmad selaku admin dan pencetus akun instagram @islamiposter ketika dilakukan wawancara melalui email, beliau mengungkapkan bahwa dalam hampir seluruh postingannya memiliki makna yang cukup tentang ajaran-ajaran Islam berupa aqidah, syariah atau ibadah, dan akhlak.

Sebagai inovasi yang dilakukan agar para followers atau pengikutnya dan masyarakat lain yang melihat postingannya lebih memahami pesan-pesan dakwah yang disampaikan, tim islamiposter berupaya untuk memberikan suatu desain yang menarik dan enak dilihat pada setiap postingannya, yang memang desain-desain dalam postingan tersebut dibuat oleh suatu komunitas desain yang berasal dari kota Surabaya yaitu muslim design community. Selain itu, dalam setiap postingannya akun @islamiposter selalu menggunakan kata-kata atau bahasa yang sangat mudah dipahami yang sangat cocok digunakan untuk para kalangan anak muda atau remaja.

Postingan yang ada pada akun @islamiposter akan dicoba untuk dianalisis oleh penulis dan diinterpretasikan dengan cara menafsirkan makna yang terkandung dalam setiap isi postingannya.

Dibawah ini akan diuraikan makna-makna pesan dakwah apa saja yang terkandung dalam postingan akun instagram @islamiposter periode bulan November dan Desember 2017, yaitu sebagai berikut :

1. Pesan Aqidah

Gambar 7. Postingan mengenai bertaubat masa lalu



Ada banyak manusia yang ingin memperbaiki diri menuju jalan yang lurus dan memantapkan hati untuk taat kepada Allah SWT. Tetapi ketika dia mengingat dosa dimasa lalu, ketika orang-orang mengungkit keburukannya dimasa lalu, dia berputus asa, menyerah dan tidak

bersemangat karena dia memandang dirinya sangat kotor dan penuh dengan dosa.

Rasa berputus asa, mudah menyerah dan tidak bersemangat dalam bertaubat itu adalah cara setan untuk memalingkan kita dari Allah dalam menjalankan perintahNya dan dari berbuat kebaikan. Allah SWT berfirman dalam Surat Az-Zumar : 53

قل يعبادي الذين اسرفوا على انفسهم لا تقنطوا من رحمة الله, ان الله يغفر الذنوب جميعا, انه هو الغفور الرحيم

Artinya : Katakanlah, Hai hamba-hamba ku yang melampaui batas terhadap diri mereka sendiri, janganlah kamu berputus asa dari rahmat Allah. Sesungguhnya Allah mengampuni dosa-dosa semuanya. Sesungguhnya Dialah yang Maha Pengampun lagi Maha Penyayang (Q.S Az Zumar : 53)

Berkaitan dengan firman Allah tersebut, sesuai dengan prinsip-prinsip materi dakwah, akun @islamiposter mengajak para followers atau pengikutnya untuk menerapkan ajaran Islam mengenai akhlak dan aqidah. Postingan akun @islamiposter diatas berusaha mengingatkan dan mengajak umat muslim untuk bertaubat memperbaiki diri menuju jalan lurus Allah SWT atas segala dosa-dosanya dimasa lalu.

Sungguh luas pengampunan Allah SWT terhadap dosa-dosa hambaNya. Maka jangan tunda-tunda waktu untuk bertaubat memohon kepada Allah SWT supaya ditunjukkan jalan yang lurus yang diridhoi oleh Allah.

Gambar 8. Mengenai Allah Maha Mengabulkan



Sering kali diantara kita merasa pesimis atau rendah diri ketika kita memiliki keinginan atau impian yang menurut akal manusia mustahil untuk dapat terwujud. Tetapi tidak ada yang mustahil bagi Allah SWT.

Allah SWT adalah Tuhan Yang Maha Kuasa, Dia bisa berbuat apapun sesuai dengan kehendakNya. Segala sesuatu mudah bagiNya dan tidak ada yang mustahil bagiNya. Segabai contoh ketika kelahiran Nabi Isa AS yang mana beliau lahir tanpa adanya seorang ayah, seperti dalam Surat Maryam ayat : 20-21

قلت انى يكون لى غلم ولم يمسنى بشروم الك بغيا. قال كذلك, قال ربك هوعللى هين, ولنجعله اية للناس ورحمة منا, وكان امرامقضىا.

Artinya : Maryam berkata, bagaimana aka nada bagiku seorang anak laki-laki, sedang tidak pernah seorang manusiapun menyentuhku dan aku bukan pula seorang pezina!. Jibril berkata, demikianlah Tuhanmu berfirman, hal itu adalah mudah bagiKu dan agar dapat kami menjadikannya suatu tanda bagi manusia dan sebagai rahmat dari Kami dan hal itu adalah suatu perkara yang sudah diputuskan (Q.S Maryam : 20-21).

Contoh lainnya adalah ketika Nabi Zakariya AS meminta seorang putra kepada Allah SWT, pada saat itu istrinya sudah tua dan mandul. Tapi Allah SWT menunjukkan kekuasaanNya dengan menganugerahkan kepada Nabi Zakariya AS seorang putra yaitu Nabi Yahya AS. Dalam Surat Maryam ayat 8-9 juga dijelaskan bahwa:

قال رب انى يكون لى غلم وكانت امراتى عاقرا و قد بلغت من الكبرعتيا, قال كذلك, قال ربك هوعللى هين وقدخلقتك من قبل ولم تك شيئا

Artinya : Zakaria berkata, ya Tuhanku, bagaimana aku ada anak bagiku, padahal istriku adalah seorang yang mandul dan aku sendiri sesungguhnya sudah mencapai umur yang sangat tua. Tuhan berfirman, hal itu adalah mudah bagiKu dan sesungguhnya telah aku ciptakan kamu sebelum itu, padahal kamu di waktu itu belum ada sama sekali (Q.S Maryam : 8-9).

Semua bukti ini tidak lain adalah kekuasaan Allah SWT yang tidak adaandingannya. Dia berbuat sesuai kehendakNya dan Dia Maha Kuasa

atas segala sesuatu, sehingga memang tidak ada yang mustahil bagiNya jikalau Dia sudah berkehendak.

Sebagai umat muslim yang memiliki keinginan, kita diperintahkan untuk senantiasa berharaplah hanya kepada Allah SWT dengan selalu berusaha, berdoa, dan bertawakal.

Sesuai dengan kategori pesan dakwah, akun @islamiposter mengajak para followers atau pengikutnya menjalankan ajaran agama Islam berupa aqidah. Dalam postingan diatas, akun @islamiposter mengajak dan mengingatkan kita semua sebagai umat muslim untuk tidak merasa pesimis atau berkecil hati ketika doa atas keinginan kita belum terwujud, tetapi hendaknya kita senantiasa meyakini Allah SWT selalu mengabulkan doa hambaNya, tidak ada yang mustahil bagi Allah SWT selama kita berusaha, berdoa, bertawakal, dan senantiasa berharap handa kepadaNya.

Gambar 9. Postingan mengenai Allah pemberi Rizky



“Seseorang yang senantiasa bersedekah, baik saat lapang maupun sempit”. Kalimat tersebut sangat cocok ditujukan kepada orang yang merisaukan rezekinya. Sering kali dalam kehidupan kita, kita menemui beberapa orang yang selalu merisaukan rezekinya dan mempertanyakan mengapa ia tidak seberuntung orang lain. atau mungkin malah diri kita sendiri yang sering merasakan hal seperti itu. Janganlah kita merasa risau, bersedekahlah sesegera mungkin, baik itu ketika mempunyai banyak

rezeki maupun ketika rezeki kita sedikit, karena Allah SWT satu-satunya pemberi rezeki. Seperti firman Allah dalam Surat Fathir : 3

ياايها الناس اذكروا نعمت الله عليكم, هل من خالق غيرالله يرزقكم من السماء والارض,
لااله الاهو, فاني توفكون

Artinya : Hai manusia, ingatlah akan nikmat Allah kepadamu. Adakah pencipta selain Allah yang dapat memberikan rezeki kepada kamu dari langit dan bum? tidak ada Tuhan selain Dia, maka mengapakah kamu berpaling (Q.S Fathir : 3).

Dalam postingan akun @islamiposter diatas, berusaha mengingatkan kita sebagai umat muslim untuk menjalankan ajaran agama Islam berupa aqidah. Dalam hal ini yaitu keyakinan yang benar terhadap rezeki, supaya kita senantiasa bersedekah dengan ikhlas baik dalam keadaan lapang maupun sempit dan Allah Maha Pemberi rezeki. Selama kita terus berusaha, berdoa, bertawakal, dan meyakini hal tersebut, Allah SWT pasti akan selalu melimpahkan rezeki yang melimpah untuk kita.

2. Pesan Ibadah

Gambar 10. Postingan mengenai kewajiban shalat



Gambar 11. Mengenai hukum meninggalkan shalat



Makna pesan dakwah yang terkandung dalam postingan diatas yaitu akun @islamiposter berusaha mengingatkan kita semua sebagai umat muslim untuk tidak lupa untuk selalu sabar dan shalat sebagai penolongmu dimanapun, kapanpun, dan dalam keadaan apapun. Padahal shalat merupakan kewajiban yang harus dikerjakan oleh semua umat muslim dan haram untuk meninggalkannya. Seperti yang telah dijelaskan dalam beberapa Surat Al-Baqarah ayat 110, yang berbunyi :

واقموا الصلوة واتوا الزكوة, وما تقدموا لانفسكم من خير تجدوه عندالله, ان الله بما تعملون بصير

Artinya : Dan dirikanlah shalat dan tunaikanlah zakat. Dan kebaikan apa saja yang kamu usahakan bagi dirimu, tentu kamu akan mendapat pahala-Nya pada sisi Allah. Sesungguhnya Allah maha melihat apa-apa yang telah kamu kerjakan (Q.S Al Baqarah : 110).

Meninggalkan shalat adalah perkara yang teramat bahaya. Di dalam berbagai dalil disebutkan berbagai ancaman yang sudah sepatutnya membuat seseorang khawatir jika sampai lalai memperhatikan rukun Islam yan mulia ini. Seperti firman Allah SWT dalam Surat Al-Mudatsir : 38-47

كل نفس بما كسبت رهينة. الا اصحب اليمين. في جنت يتساء لون. عن المجرمين. ما سلككم في سقر. قالوا لم نك من المصلين. ولم نك نطعم المسكين. وكنا نخوض مع الخا ئضين. وكنا نكذب بيوم الدين. حتى اتنا اليقين.

Artinya : Tiap-tiap diri bertanggung jawab atas apa yang telah diperbuatnya, kecuali golongan kanan, berada di dalam surga, mereka menanyakan tentang keadaan orang-orang yang berdosa, apakah yang memasukkan kamu ke dalam neraka?, mereka menjawab, kami dahulu tidak termasuk orang-orang yang mengerjakan shalat, dan kami tidak memberi makan orang miskin, dan kamu membicarakan yang bathil bersama orang-orang yang membicarakannya dan kami mendustakan hari pembalasan hingga datang kepada kami kematian (QS. Al Mudatsir : 38-47).

3. Pesan Akhlak

Gambar 12. Postingan mengenai menahan amarah



“Berikanlah kabar gembira kepada orang yang sabar”, mungkin sebagian besar dari kita banyak orang-orang yang sabar. Bagi orang-orang yang sabar akan mendapatkan imbalannya dibalik kesabarannya yaitu kabar gembira. Seperti itulah makna visualisasi yang tergambar dalam postingan tersebut. Yang salah satunya berdadapat dalam Surat Al-Baqarah ayat 155 :

ولنبلو نكم بشيء من الخوف والجوع ونقص من الاموال والانفس والثمرت, وبشر الصبرين
 Artinya : Dan kami pasti akan menguji kamu dengan sedikit ketakutan, kelaparan, kekurangan harta, jiwa, dan buah-buahan. Dan sampaikanlah kabar gembira kepada oang-orang yang sabar (Q.S Al Baqarah :155).

Dan dijelaskan juga dalam Surat An-Nahl : 126

وان عاقبتهم فعاقبوا بمثل ما عوقبتم به, ولئن صبرتم لهم خير للصبيرين

Artinya : Dan jika kamu memberikan balasan, maka balaslah dengan balasan yang sama dengan siksaan yang ditimpahkan

kepadamu. Akan tetapi jika kamu bersabar, sesungguhnya itulah yang lebih baik bagi orang-orang yang sabar (Q.S An-Nahl : 126).

Berdasarkan Ayat-ayat tersebut, bahwa Allah akan menguji kamu dengan berbagai cara, jika kamu dapat menerima semua cobaan tersebut dengan kesabaran, maka Allah akan membalasnya juga dengan sesuatu yang baik.

Sesuai dengan prinsip-prinsip materi dakwah, akun @islamiposter mengajak para followers atau pengikutnya untuk menerapkan ajaran Islam mengenai akhlak. Postingan akun islamiposter diatas berusaha mengingatkan umat muslim untuk senantiasa bersabar dalam keadaan apapun dan segeralah memohon perlindungan kepada Allah dari godaan setan dengan membaca “*a’udzu billahi minas syaithanir rajim*”. Kedua, diam dan jaga lisan. Ketiga, mengambil posisi lebih rendah. Keempat, ingatlah bahwa selalu ada balasan indah dan kabar gembira yang diberikan oleh Allah kepada orang yang dapat menahan amarah. Kelima, segeralah mengambil air wudhu.

Gambar 13. Postingan mengenai berbuat baik terhadap sesama



Teruslah berbuat baik kepada siapapun, dimanapun, dan kapanpun. Jadilah sebaik-baik muslim yang bermanfaat keberadaanya dimanapun serta perbanyak sedekah dengan siapapun. Itulah makna pesan dakwah

yang mencoba diungkapkan oleh postingan akun @islamiposter diatas.
Allah berfirman dalam Surat Al-Zalzalah ayat 7, yang berbunyi :

فمن يعمل مثقال ذرة خيرا يره .

Artinya : Kebaikan bukan hanya akan dibalas dengan memanen kemuliaan hidup. Ada beberapa hikmah besar yang akan bisa kita rasakan apabila selalu konsisten melakukan dan menanam kebaikan di tengah masyarakat. Pertama, pahala yang pasti di akhirat kelak. Menanamkan kebaikan bukan hanya untuk memanen kemuliaan hidup. Hal yang paling utama adalah mendapatkan balasan pahala dari Allah SWT yang besar kelak di akhirat, dan surgalah hadiahnya (Q.S Al Zalzalah : 7).

Inilah buah kebaikan hakiki yang dirindukan banyak orang. Kebaikan yang diiringi dengan keikhlasan akan memberikan orientasi hakiki berupa balasan surga di akhirat. Sementara untuk mereka yang riya atau pamer dalam melakukan sebuah amal kebaikan, maka yang didapatkan adalah apa yang diniatkannya. Jika ia menginginkan pujian orang, maka ia akan mendapatkannya, jika ia menginginkan balasan maka ia akan mendapatkan imbalan dari manusia, sebaliknya ia tidak akan mendapatkan pahala berupa surga di akhirat. Apa yang akan didapatkan adalah apa yang kita niatkan. Inilah hal yang membuat betapa pentingnya niat yang ditanam dalam setiap amal kebaikan yang kita lakukan.

Kedua, disamping menanam kebaikan akan berbuah pada kemuliaan hidup, melakukan kebaikan dalam hidup akan membuat kita merasakan kebahagiaan dalam hidup. Amal kebaikan adalah awal dari kebahagiaan. Terlebih jika amal kebaikan tersebut kita lakukan dengan ikhlas karena Allah semata, maka kebahagiaan yang akan kita panen bukan hanya kebahagiaan di dunia tapi juga akan kekal kita rasakan di akhirat.

Menanam kebaikan, memanen kemuliaan hidup merupakan dua hal yang akan saling beriringan. Orang yang dalam hidupnya jarang melakukan amal kebaikan, maka hidupnya pun akan jauh dari kemuliaan.

Hidupnya akan dipandang rendah di tengah masyarakat, sebagai akibat dosa-dosa yang mungkin lebih banyak dilakukannya.

Sesuai dengan pesan dakwahnya, akun @islamiposter mengajak para *followers* atau pengikutnya untuk menerapkan ajaran Islam mengenai akhlak.

Dalam postingan diatas, akun @islamiposter mengingatkan dan mengajak kita semua sebagai umat muslim untuk tetap bersemangat dan beristiqamah dalam menanam kebaikan, karena kita tidak pernah tahu, kebaikan mana yang akan mengantarkan kita bertemu dengan-Nya Sang Maha Baik. Kita juga tidak pernah tahu kebaikan mana yang membantu meringankan langkah orang tua kita menuju surgaNya.

Barangkali sedekah yang tanpa sadar rutin kita tanam itu tumbuh menjadi pohon keberkahan dan kebahagiaan dimana tidak hanya kita yang merasakan, tetapi juga mereka, orang-orang yang tanpa lelah mendoakan kita.

Gambar 14. Postingan mengenai introspeksi diri



Sering kali sebagian orang di dunia ini sibuk mengawasi perilaku orang lain dan berusaha mencari-cari aib atau keburukannya, tanpa sadar untuk bercermin pada diri sendiri dan tanpa disadari sebenarnya orang tersebut juga memiliki keburukan yang mungkin bahkan lebih buruk dari orang yang suka diawasinya tersebut.

Seperti itulah setidaknya gambaran yang terjadi pada lingkungan masyarakat zaman sekarang yang coba diungkapkan melalui postingan diatas. Allah SWT berfirman dalam Surat Al-Hujurat : 12

يا ايها الذين امنوا اجتنبوا مثيرا من الظن, ان بعض الظن اثم ولا تجسسوا ولا يغتب بعضكم بعضا, ايجب احدكم ان ياكل لحم اخيه ميتا فكرهتموه, واتقوا الله, ان الله تواب

رحيم

Artinya : orang-orang yang beriman, jauhilah kebanyakan purba sangka atau kecurigaan, karena sebagian dari purba sangka itu dosa. Dan janganlah mencari-cari keburukan orang dan janganlah menggunjingkan satu sama lain. adakah seorang diantara kamu yang suka memakan daging saudaranya yang sudah mati? Maka tentulah kamu merasa jijik kepadanya. Dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Maha penerima taubat lagi Maha penyayang (Q.S Al Hujurat : 12).

Hendaknya kita semua sebagai umat muslim menjauhi sikap mengunjing atau mencari keburukan orang lain karena belum tentu yang disangkakan itu benar, sebaiknya kita harus lebih bercermin dan berintrospeksi pada diri sendiri apakah diri kita sudah menjadi pribadi yang baik?

Mengenai introspeksi diri atau muhasabah, Allah SWT berfirman dalam Surat Al-Hasyr : 18

يا ايها الذين امنوا اتقوا الله ولتنظر نفس ما قدمت لغد, واتقوا الله, ان الله خبير بما تعملون

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap dri memeperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat), dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah maha mengetahui apa yang kamu kerjakan (Q.S Al Hasyr : 18).

Ayat diatas adalah ayat yang isinya perintah agar kita mau introspeksi atau muhasabah atau menghisab diri atas apa yang telah kita perbuat selama hidup di dunia ini. Ini adalah hal yang sangat penting. Karea tanpanya kita bisa terlena dan lupa akan hakikat hidup yang sebenarnya. Apalagi dengan keadaan dunia saat ini yang begitu materialistis, dimana kepuasan, kesenangan dan keberhasilan hidup hanya

diukur dari kaca mata materialistis. Sebuah lingkungan yang sungguh berbahaya bagi perkembangan jiwa yang pada akhirnya akan berujung pada penyesalan.

Hidup pada zaman sekarang, bila tidak berhati-hati memilih kawan dan lingkungan, amat berpotensi lupa diri. Lupa bahwa kehidupan dunia hanya sementara. Lupa bahwa ada kehidupan setelah kematian, yaitu kehidupan akhirat. Lupa bahwa kita adalah hanya hamba Allah yang mendapat tugas maha berat, yaitu tugas ke khalifahan dari yang menciptakan kita. Lupa bahwa tugas tersebut harus dipertanggung jawabkan kepada Sang Pemilik.

Ironisnya, tidak jarang pula kita lupa bahwa waktu bisa sangat terbatas. Bahwa suatu waktu Sang Khalik dapat memanggil kita, tanpa adanya pemberitahuan. Karena semua yang pergi pasti akan kembali, yang terlahir ke dunia yang fana ini pasti bakal meninggalkannya kembali menuju asal. Dari tanah kembali ke tanah.

Untuk itulah, melalui QS. Al-Hasyr ayat 18 diatas Allah mengingatkan kita untuk menghisab diri kita sebelum datang penghisaban yang sebenarnya. Allah SWT bahkan memberi kita kesempatan seluas-luasnya untuk bertaubat. Dengan catatan, kita bertaubat secara sungguh-sungguh atau taubat nasuha, bukan taubat-taubatan, tauabt yang dilakukan secara bermain-main.

Yang juga harus menjadi catatan yaitu perhitungan tidak hanya atas apa yang kita lakukan terhadapNya, namun juga perbuatan kita terhadap sesame manusia dan lingkungan sekitar kita. Malah tampaknya perilaku kita kepada sesame lebih sulit dipertanggung jawabkan dari pada perilaku kepada Sang Ghofur. Karena sesuai dengan namaNya, Ia Maha pemberi maaf. Sementara manusia biasanya lebih pelit memaafkan.

Berdasarkan penjelasan tersebut, melalui postingan diatas akun @islamiposter mengajak dan mengingatkan para followersnya atau pengikutnya dan kita semua sebagai umat muslim untuk selalu ingat agar dalam hidup dan sisa usianya senantiasa berintrospeksi diri tau

bermuhasabah diri, yaitu menghisab diri sendiri atas perbuatan apa yang telah kita lakukan dan segera bertaubat sebelum datangnya hari penghisaban di akhirat. Karena pada hari penghisaban di akhirat hanya amalan kita sendirilah yang dipertanggung jawabkan, bukan amalan orang lain.

Gambar 15. Postingan berbakti pada orang tua



Dalam postingan tersebut, sangat jelas dinyatakan bahwa akun @islamiposter ingin mengajak dan mengingatkan para *followers* atau pengikutnya dan juga kita semua sebagai umat muslim untuk selalu bahagiakan orang tua terutama ibu, jangan pernah melupakannya.

Dalam membahagiakan orang tua tidak perlu harta benda yang melimpah, cukup dengan sederhana dan menjaga lisan kita kepadanya itu sudah cukup membahagiakan kedua orang tua kita.

Jangan pernah menyakiti hati kedua orang tua kita, terutama ibu, karena surga ada di telapak kaki ibu. Jadi kita harus selalu merawat, menjaga, dan membahagiakan ibu kita. Seperti yang terdapat dalam Surah Al-Isra : 23

وقض ربك الاتعبدوا الا اياه وبالوا لدين احسانا, اما يبلغن عندك اكير احدهما
اوكلهما فلا تقل لهما اف ولا تنهرهما وقل لهما قولا كريما

Artinya : Dan Tuhanmu telah memerintahkan supaya kamu jangan menyembah selain Dia dan hendaklah kamu berbuat baik kepada ibu dan bapakmu dengan sebaik-baiknya. Jika salah seorang di antara keduanya atau kedua-duanya sampai berumur lanjut dalam pemeliharaanmu, maka sekali-kali janganlah kamu mengatakan kepada keduanya perkataan

“ah” dan janganlah kamu membentak mereka dan ucapkanlah kepada mereka perkataan yang mulia (Q.S Al Isra : 23).

Gambar 16. Postingan mengenai pribadi yang berakhlakul kharimah



Dalam postingan tersebut, sangat jelas dinyatakan bahwa akun @islamiposter ingin mengajak dan mengingatkan para *followers* atau pengikutnya dan juga kita semua sebagai umat muslim untuk tetap taat walaupun pernah maksiat. Maka tetap taat walupun pernah maksiat disini yaitu berbenah dan memperbaiki diri kearah yang lebih baik dan melakukan perbuatan terpuji atau akhlak mulia. Berikut ini adalah salah satu Surat Al-Ahzab ayat 70, yang berbunyi :

يا ايها الذين امنوا اتقوا الله وقلوا قولا سديدا

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan katakanlah perkataan yang benar (Q.S Al Ahzab : 70).

Yang mana dari ayat tersebut dijelaskan bahwasanya setiap umat muslim yang berakal supaya bertakwa kepada Allah dengan cara melaksanakan semua perintah-perintahnya serta menjauhi semua larangan-larangannya dan katakanlah perkataan dan setiap ucapan yang benar. Allah akan memaafkan semua hambanya yang pernah berbuat maksiat selagi mereka mau berubah menjadi lebih baik dan berhijrah ke jalan Allah. Segeralah untuk bertaubat dan taat kepada Allah.

C. Analisis keselarasan desain komunikasi visual dengan pesan dakwah yang terkandung dalam postingan akun instagram @islamiposter

Adapun keselarasan desain komunikasi visual dengan pesan dakwah terhadap postingan gambar yang dibagikan di akun @islamiposter, secara pembahasan disini hal yang diteliti adalah keselarasan desain komunikasi visual dengan pesan dakwah yang dilihat dari unsur-unsur desain komunikasi visual yaitu garis, bentuk, tekstur, gelap terang, ukuran, warna, tipografi, serta dilihat dari dua prinsip komunikasi visual yaitu keseimbangan (*balance*) dan kesatuan (*unity*).

1. Dari gambar di bawah tersebut terlihat adanya keselarasan desain komunikasi visual dengan pesan dakwah yang disampaikan yaitu gambarnya terlihat harmonis dan cocok dengan pesan dakwah yang disampaikan adalah sebagai seorang muslim bertaubat memperbaiki diri menuju jalan lurus Allah SWT atas segala dosa-dosanya dimasa lalu. Sungguh luas pengampunan Allah SWT terhadap dosa-dosa hambaNya. Maka jangan tunda-tunda waktu untuk bertaubat memohon kepada Allah SWT supaya ditunjukkan jalan yang lurus yang diridhoi oleh Allah. Yang mana jalan yang lurus diumpamakan sebuah pohon pinus yang tumbuh lurus tinggi menjulang ke langit, serta seorang pria separo baya yang sedang melangkah diatas batang pohon yang dipenuhi dengan ranting – ranting kecil.

Gambar 7. Tabel 2.

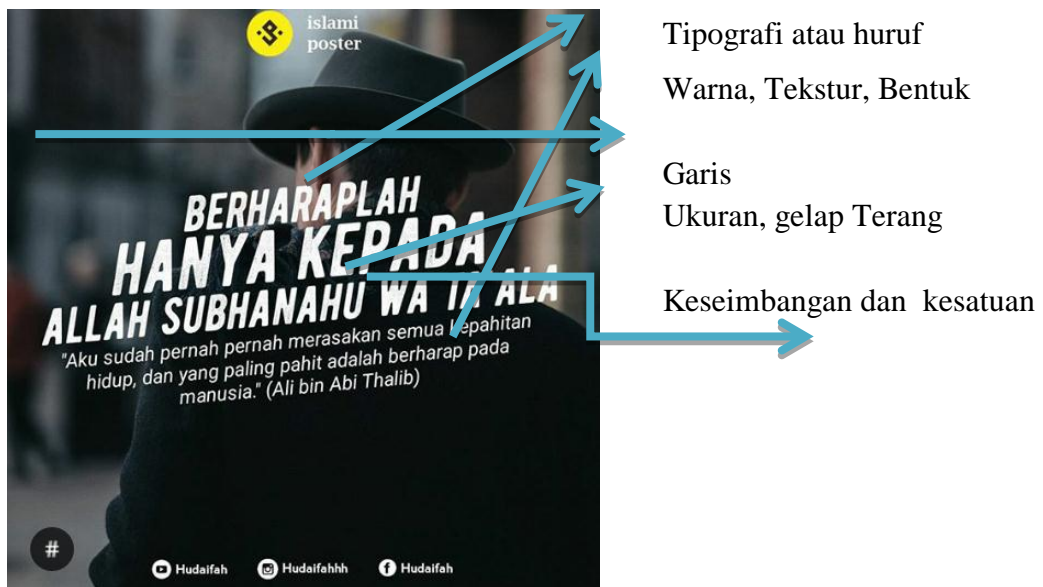


Unsur-unsur desain komunikasi visual	Keterangan
Garis	Garis nampak terlihat berbentuk garis lengkung di bagian objek , dalam hal ini gambar terlihat lembut dan luwes.
Bentuk	Berbentuk natural dimana bentuknya dapat berubah-ubah dan berkembang.
Tekstur	Teksturnya adalah tekstur semu
Gelap terang	Gambar tersebut menggunakan teknik gelap terang yang mana terdapat perbedaan baik warna maupun titik fokus
Ukuran	Objek nampak terlihat kecil. Yang mana seorang pria separo baya yang sedang melangkah
Warna	Warna merah dari bajunya yang menunjukkan keberanian serta warna hitam dari celananya yang melambangkan percaya diri, dan kuat dalam melangkah batang pohon yang banyak rantingnya
Tipografi	Menggunakan jenis huruf oldstyle, nampak warna putih dengan goresan hitam sedikit. Dan dalam makna tipografinya juga dapat diketahui agar menjadi percaya diri dalam melangkah ke jalan yang lurus
Prinsip-prinsip desain komunikasi visual	Keterangan
Keseimbangan	Keseimbangan asimetri atau informal, karena elemen desain yang tidak sama antara sisi kanan dengan kiri atau atas dengan bawah, namun tetap terasa seimbang
Kesatuan	Keseluruhan tampak harmonis, terdapat kesatuan antara tema, tipografi, dan ilustrasi atau foto.

2. Dalam gambar yang terdapat dibawah ini yaitu terdapat keselarasan antara desain komunikasi visual dengan pesan dakwah yaitu sebagai umat muslim yang memiliki keinginan, kita diperintahkan untuk senantiasa berharaplah hanya kepada Allah SWT dengan selalu berusaha, berdoa, dan bertawakal. Dan janganlah kalian berharap kepada manusia, karena berharap kepada manusia akan menimbulkan kepahitan hidup selama-lamanya. Terlihat

adanya keselarasan antara desain visual dengan pesan dakwah, yaitu dari prinsip keseimbangannya dan kesatuannya.

Gambar 8. Tabel 3.

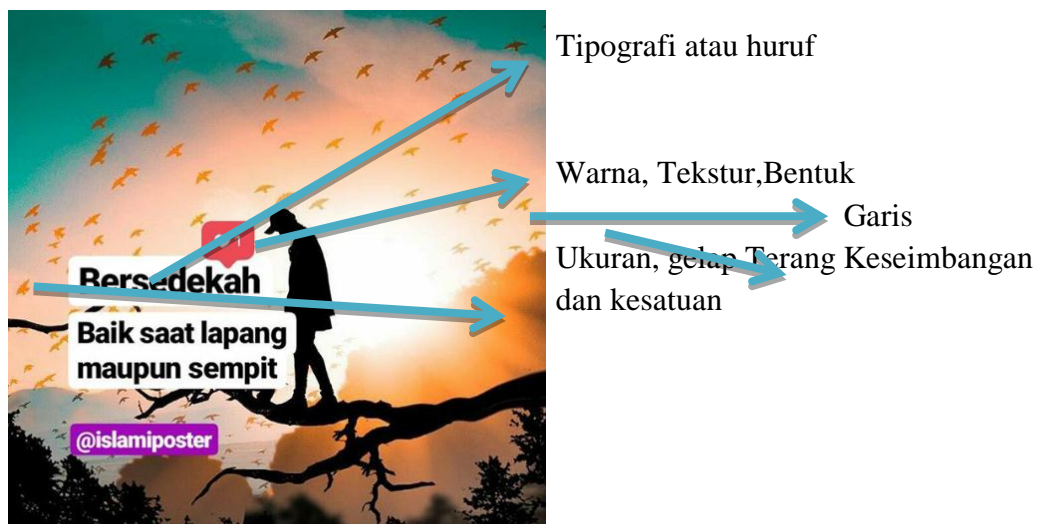


Unsur-unsur desain komunikasi visual	Keterangan
Garis	Garis nampak terlihat vertikal, garis itu akan memperlihatkan kesan , keseimbangan dan elegan
Bentuk	Bentuk menggunakan bentuk geometrik dimana bentuknya dapat diukur
Tekstur	Termasuk terkstur semu
Gelap terang	Gambar ini menggunakan teknik gelap terang yang dimana terdapat perbedaan baik warna maupun titik fokus
Ukuran	Objek nampak terlihat besar dengan satu objek. Objek utama yaitu punggung seorang laki-laki yang gagah dengan memakai sebuah topi
Warna	Warna hitam pada objek menunjukkan kegagahan, keberanian. Warna coklat pada wajah sampingnya menunjukkan kenyamanan, dan hangat.
Tipografi	Menggunakan modern, nampak berwarna putih.
Prinsip-prinsip desain komunikasi visual	Keterangan
Keseimbangan	Keseimbangan asimetri atau informal penyusunan elemen desain yang tidak sama antara sisi kanan dengan kiri atau atas dengan

	bawah, namun tetap terasa seimbang.
Kesatuan	Keseluruhan tampak harmonis, terdapat kesatuan antara tema, tipografi, ilustrasi atau foto.

3. Keselarasan desain komunikasi visual dengan pesan dakwah dalam hal ini yaitu keyakinan yang benar terhadap rezeki, supaya kita senantiasa bersedekah dengan ikhlas baik dalam keadaan lapang maupun sempit dan Allah Maha Pemberi rezeki. Gambar dibawah ini terlihat ada objek burung dan seorang yang merunduk , yang mana burung tersebut menggambarkan bahwasanya bersedekah saat lapang, sedangkan seorang yang merunduk tersebut menggambarkan bersedekah saat sempit. Sedangkan cahaya pijar yang berwarna orange keputihan terang tersebut menunjukkan amalan dari bersedekah.

Gambar 9. Tabel 4.



Unsur desain komunikasi visual	Keterangan
Garis	Garis vertikal, garis akan mmempelihatkan kesan keseimbangan, stabil, dan elegan
Bentuk	Bentuknya natural, yang mana tidak dapat diukur dan dapat berubah-ubah dan berkembang
Tekstur	Teksturnya semu
Gelap terang	Gambar ini menggunakan teknik gelap terang yang mana terdapat perbedaan baik warna maupun titik fokus
Ukuran	Objek terlihat kecil yaitu seorang laki-laki yang merunduk dengan berwarna hitam memakai topi
Warna	Warnanya termasuk warna tersier yang mana ada percampuran antara warna primer dan sekunder, yaitu yang terlihat dari warna kuning kejinggaan serta hijau kebiru-biruan, dan warna hitam ke abu-abuan campur ke orange
Tipografi	Menggunakan san serif, nampak berwarna hitam
Prinsip-prinsip desain komunikasi visual	Keterangan
Keseimbangan	Keseimbangan simetri yaitu membagi sama berat masa antara kanan dan kiri, antara atas dan bawah, secara simetris dan setara
Kesatuan	Keseluruhan tampak harmonis, terdapat kesatuan antara tema dan tipografi.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah tertulis di bab sebelumnya dapat ditarik beberapa kesimpulan dari penelitian keselarasan desain komunikasi dengan pesan dakwah dalam instagram @islamiposter adalah sebagai berikut :

1. Akun instagram @islamiposter merupakan akun yang menyebarkan dakwah melalui media sosial. Pesan-pesan dakwah yang terkandung didalamnya yaitu yang terdiri dari pesan akidah, pesan ibadah atau syari'ah, dan pesan akhlak. Pesan akidah adalah pesan yang mengandung keyakinan dalam hati yang hanya dapat dirasakan. Pesan ibadah adalah pesan yang dianjurkan melakukan apa yang diperintahkanNya dan menjauhi apa yang dilarangnya. Dan pesan akhlak adalah pesan yang mengandung salah satu sifat yang tertanam dalam jiwa yang mendorong untuk melakukan perbuatan tanpa ada unsur paksaan.
2. Diketahui bahwa postingan gambar yang terdapat di akun @islamiposter banyak mengandung unsur desain komunikasi visual yaitu gambar yang memenuhi diantaranya : garis, bentuk, tekstur, gelap terang, ukuran, warna, tipografi, serta memiliki prinsip desain komunikasi visual, diantaranya keseimbangan dan kesatuan. Yang mana dari postingan gambar di akun @islamiposter tersebut terdapat keselarasan antara desain komunikasi visual dengan pesan dakwah yang terlihat dari unsur-unsur desain komunikasi visual dengan prinsip-prinsip desain komunikasi visual tersebut.
3. Dari analisis yang telah diuraikan dalam bab 4 tersebut, dapat diketahui bahwa keselarasan dari unsur-unsur desain komunikasi visual dengan pesan dakwah tersebut terdapat keteraturan dan keserasian tatanan diantara bagian-bagiannya dan tampak saling berhubungan.

B. Saran

Setelah melakukan penelitian ini, penulis mencoba memberikan beberapa saran-saran yang semoga bisa bermanfaat bagi semuanya, antara lain sebagai berikut :

1. Kepada akun instagram @islamiposter
 - a. Supaya lebih bagus lagi dalam mendesain sebuah karya. Desain komunikasi visualnya lebih dikembangkan lagi, tidak hanya dua dimensi, namun juga kearah tiga dimensi dan *motion graphic*.
 - b. @islamiposter harus mempertahankan eksistensinya, serta kalau bisa membuat karya sendiri yang lebih banyak, bukan hanya karya dari akun lain, dan juga kalau bisa *up date* terus mengenai konten-konten yang Islami.
2. Kepada Masyarakat yang berkecimpung didunia dakwah agar mendukung dakwah visual yang kreatif seperti ini. Dengan mengikuti perkembangannya, menerapkan di instansinya masing-masing. Begitu pula para da'i bisa turut mendukung dengan menggunakan desain komunikasi visual sebagai media pendukung ketika menyampaikan materi mengenai Islami.
3. Kepada peneliti selanjutnya yang ingin lebih menggali tentang desain komunikasi visual sebagai media dakwah.
4. Kepada akademisi, khususnya jurusan komunikasi dan penyiaran Islam, penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi untuk penelitian berikutnya agar lebih baik lagi.

C. Kata Penutup

Dengan mengucap rasa syukur Alhamdulillah robbil'alamin penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, atas rahmat, hidayah dan inayahNya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini, meskipun masih dalam bentuk yang sederhana dan masih jauh dari sempurna baik dari segi isi maupun lainnya. Oleh karena itu, bimbingan, saran, dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

Penulis juga mengucapkan terimakasih yang tak terhingga kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini baik tenaga maupun ide pikiran dan atas amal kebajikannya semoga mendapat imbalan dan ridha dari Allah SWT, Amin.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dunia dan akhirat bagi penulis khususnya, pembaca pada umumnya, dan semoga skripsi ini dapat menambah ilmu pengetahuan bagi kita semua, Amin.

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, Samsul Munir. 2013. *Ilmu Dakwah*. Jakarta : Amzah.
- Andi, Prastowo. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Perspektif Rancangan Penelitian*,
Cet II. Yogyakarta: Ar Ruzz Media.
- Asmuni, Sukir. 1983. *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*. Surabaya : Al-Ikhlas.
- Aziz, Moh.Ali. 2004. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Prenada Media.
- Basit, Abdul. 2013. *Filsafat Dakwah*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Budiman, Kris. 2011. *Semiotika Visual*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Bungin, Burhan. 2012. *Analisis Data penelitian kualitatif, ed 1-18*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Cenadi, Suharto Cristine. 1999. *Elemen-elemen Dalam Desain Komunikasi Visual, Jurnal Fakultas Seni dan Desain Universitas Kristen Petra, Vol.1: 1*.
- Enjang, Asm Aliyudin. 2009. *Dasar-dasar Ilmu Dakwah*. Bandung: Widya Padjajaran.
- Hadari, Nawawi. 2007. *Metode Penelitian Bidang Sosial, cet 12*. Yogyakarta : Gajah mada University press.
- Indriani, Eka. 2017. *Sejarah dan Perkembangan Instagram*. Jurnal Lisensi Dokumen.
- Ilaihi, Wahyu. 2010. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Koentjoro. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta : ANDI.
- Lia, Anggraini. 2014. *Desain Komunikasi Visual Dasar-dasar Panduan untuk Pemula*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Maarif, Bambang Saiful. 2010. *Komunikasi Dakwah: Paradigma Untuk Aksi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Mattew B.Milles dan A. Michael Huberman. *Analisis Data Kualitatif, terj.Tjeptjep ohendi rohidi*.

- Muhammad, Subana. 2001. *Dasar-dasar Penelitian Ilmiah, cet I*. Bandung: CV pustaka setia.
- Munir, Muhammad Samsul. 2006. *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial Prosedur, Tren, dan Etika*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ni'mah, Nilnan. 2016. *Dakwah Komunikasi Visual*. Jurnal KPI Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.
- Noor, Munawar. 2015. *Memotret Data Kualitatif Untuk Tugas Akhir Mahasiswa*. Semarang: Duta Nusindo Semarang.
- Pimay, Awaludin. 2013. *Manajemen Dakwah Sebuah Pengantar*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.
- Saputra, Wahidin. 2012. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Soewandji, Jusuf. 2012. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Suprpto, Andi. 2015. *Ada mitos dalam DKV (Desain Komunikasi Visual)*. Jakarta: Lintas Kreasi Imaji.
- Supriyono, Rakhmat. 2010. *Desain Komunikasi Visual – Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Syukir, Asmuni. 1983. *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*. Surabaya: Al-Ikhlash.
- Tinarbuko, Sumbo. 2008. *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Utomo, Budi Bayu. 2014. *Konsep Desain Komunikasi Visual Website Muslim.or.id sebagai media dakwah*. Skripsi Jurusan KPI Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Vanny Rosa Marini. 2017. *Strategi Muslim Designer Community (MDC) Dalam Mengembangkan Desain Komunikasi Visual Sebagai Media Dakwah*. Skripsi Jurusan KPI Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Vera, Nawiroh. 2014. *Semiotika dalam Riset Komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Warsandi. 2016. *Studi Pesan Komunikasi Dakwah melalui Desain Komunikasi Visual Dalam Fanpage Facebook Naidu Clothing*. Skripsi Jurusan KPI Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

- Website Akun Instagram islamiposter. Diakses tanggal 09 Januari 2019 Pukul 20.20 WIB
- Wifalin, Michelle. 2016. *Efektivitas Instagram Common Grounds*. Jurnal e-Komunikasi Vol 4. No 1.
- Winarno, Surahmat. 1982. *Pengantar Penelitian Ilmiah Dasar Metode Teknik*. Bandung: Tarsito.
- Yasundari. 2016. *Hubungan Penggunaan Instagram dengan Motivasi Wirausaha Pebisnis Daring (Online) dalam Meningkatkan Produktivitas*. Jurnal Kajian Komunikasi. Vol.4,No.2.
- Yuliantanti, Ana. 2008. *Bekerja sebagai Desainer Grafis*. Jakarta: Erlangga.
- Zamroni, Muhammad. 2018. *Desain Komunikasi Visual Journalism Online (Analisis Kualitatif Deskriptif Karakter Desain Komunikasi Visual Website suaramuslim.net)*. Skripsi Jurusan KPI Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Istiqomah
Tempat/Tanggal Lahir : Rembang, 17 Agustus 1995
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Ds. Bonang, Rt 04, Rw 02, Kec. Lasem,
Kab. Rembang
Pendidikan :1. TK Masyitoh Sunan Bonang Tahun 2006
2. SD Negeri 1 Bonang Lulus Tahun 2008
3. SMP Negeri 2 Lasem Lulus Tahun 2011
4. SMA Negeri 1 Lasem Lulus Tahun 2014
5. Masuk UIN Walisongo Semarang pada Fakultas
Dakwah Jurusan Komunikasi dan Penyiaran
Islam Tahun 2015.

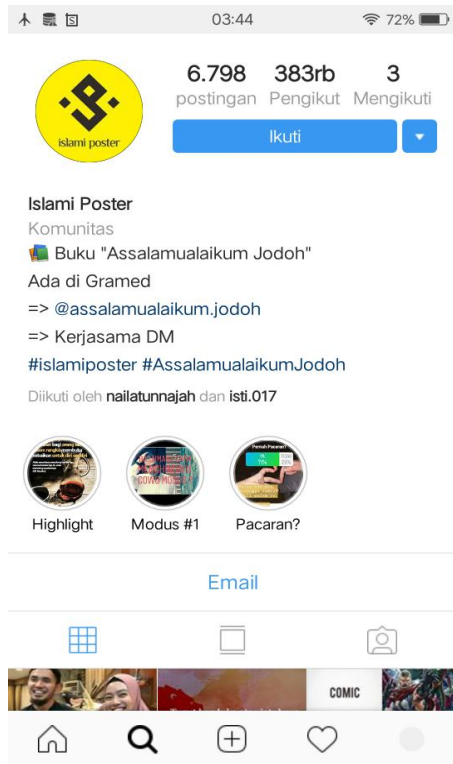
Demikian riwayat hidup penulis ini dibuat dengan sebenarbenarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 12 Juli 2019

Penulis,

Istiqomah
NIM. 1501026071

LAMPIRAN



269 suka

islamiposter Alhamdulillahirobbil 'alamin

Segala puji hanya bagi Allah Tuhan seru sekalian alam.

Hanya kepadaMu lah selayak-layaknya pujian itu dipersembahkan

Alhamdulillah @islamiposter telah mencapai 10K



08:28 50%

Alhamdulillah @islamiposter telah mencapai 10K sahabat islami (kami tak menyebutnya follower/ pengikut) Karena sebaik-sebaiknya tempat untuk mengikut adalah Addinul Islam.

Semoga kedepannya bisa semakin bermanfaat dan semakin pula menginspirasi untuk menjadi yang lebih baik lagi.

Tak lupa kami ucapkan untuk seluruh seluruh kontributor, terutama kawan #MuslimDesignerCommunity dimanapun berada dan sahabat berdakwah islami Semoga semakin banyak berkarya lagi dan semakin sukses.

Jangan bosan mampir ya, InsyaAllah kedepannya akan ada konten terbaru, lebih menarik dan pasti akan ada pula kejutan spesial untuk sahabat islami sekalian.

Barokallah
Admin #IslamiPoster #10k

Lihat semua 10 komentar
30 April 2015



6.798 383rb 3
postingan Pengikut Mengikuti

Ikuti

Islami Poster







