

**PESAN DAKWAH PADA UNGGAHAN AKUN INSTAGRAM
@SKETSADAKWAHH**



SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S. Sos)**

Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)

**Oleh:
Jauharotul Azmi
1801026010**

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

2023

NOTA PEMBIMBING

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

Kepada Yth
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Walisongo Semarang
Di Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : Jauharotul Azmi
NIM : 1801026010
Fakultas/ Jurusan : Dakwah dan Komunikasi/KPI
Judul : Pesan Dakwah Pada Unggahan Akun Instagram
@sketsadakwahh

Dengan ini kami setujui, dan mohon agar segera diujikan. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 31 Agustus 2023
Dosen Pembimbing,



Mustofa Hilmi, M. Sos
NIP. 199202202019031010

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**PESAN DAKWAH PADA UNGGAHAN AKUN INSTAGRAM
@SKETSADAKWAHH**

Disusun Oleh:
Jauharotul Azmi
1801026010

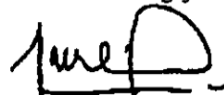
telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 13 September 2023 dan dinyatakan telah lulus memenuhi syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Ketua/Penguji I



H. M. Alfandi, M.Ag
NIP. 19710830 1997031003

Sekretaris/Penguji II



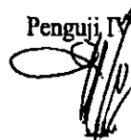
Dra. Hj. Amelia Rahmi, M.Pd
NIP. 19660513 1993031002

Penguji III



Dr. Hj. Siti Solikhati, M.A
NIP. 19631017 1991032001

Penguji IV



Adeni, M.A
NIP. 19910120 2019031006

Mengetahui
Pembimbing



Mustofa Hilmi, M.Sos.
NIP. 199202202019031010

Disahkan Oleh

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

tanggal, 29 September 2023



Ilyas Supena, M.Ag
NIP. 19720410 2001121 003

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Jauharotul Azmi
NIM : 1801026010
Juruaan : Komunikasi Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil kerja 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, 04 September 2023



Jauharotul Azmi
NIM 1801026010

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Sholawat dan salam tak lupa dilantunkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW, semoga kelak kita mendapatkan syafaatnya di Yaumul akhir.

Skripsi yang berjudul “Poster Sebagai Media Dakwah Pada Akun Instagram @sketsadakwahh”, disusun sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan Program Sarjana strata satu Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan serta nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Maka dari itu pada kesempatan ini, penulis menyampaikan terimakasih banyak kepada:

1. Prof. Dr. H. Imam Taufiq M.Ag, selaku Rektor UIN Walisongo Semarang
2. Prof. Dr. H. Ilyas Supena, M.Ag selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
3. H. M. Alfandi, M.Ag selaku Ketua Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam dan dosen wali selalu siap membantu mengarahkan, membimbing serta menasehati sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Mustofa Hilmi, M.Sos selaku pembimbing yang selalu siap membimbing, mengarahkan, serta berdiskusi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Bapak/ Ibu dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi yangtelah memberikan ilmunya serta membimbing penulis hingga akhir perkuliahan.
6. Bapak Jasmadi dan Ibu Muf Innah selaku orang tua penulis yang telah banyak memberikan bimbingan, semangat, dukungan, serta do’a restu sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir perkuliahan.
7. Keluarga besar Pondok Pesantren Bina Insani Semarang yang telah memberikan pengalaman, ilmu serta dukungannya selama penulis menempuh pendidikan di Semarang.

Semoga kebaikan kalian mendapatkan balasan dari Allah SWT yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang. Penulis menyadari masih ada banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, maka dari itu penulis mengharapkan masukan, baik berupa saran ataupun kritik agar skripsi ini semakin melengkap dan menyempurnakan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis, serta bagi para pembaca.

Semarang, 4 September 2023

Penulis

Jauharotul Azmi

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan sebagai rasa cinta, kasih sayang dan hormat saya kepada:

1. Kedua orang tua saya, Ayahanda Dr. Jasmadi, M.Ag, Ibunda Dra Muf Innah dan kedua kakak saya. Semoga skripsi dan kelulusan saya dapat memberikan sedikit kebahagiaan kepada kalian. Semoga di kesempatan berikutnya, saya bisa lebih banyak memberikan kebahagiaan dan dapat menjadi manusia yang bermanfaat untuk keluarga, masyarakat, umat, dan negara.
2. Pengasuh pondok serta keluarga besar Pondok Pesantren Bina Insani Semarang. Terimakasih atas segala ilmu, perhatian, kasih sayang, dan pengalaman yang sudah diberikan selama saya menjadi santri dan terimakasih atas segala do'a yang selalu mengalir agar saya dapat berguna bagi keluarga, masyarakat, agama dan nusa bangsa.
3. Almamater tercinta Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.
4. Seluruh teman-teman yang selalu membersamai saya hingga saat ini, serta berbagai bantuan untuk saya berproses.

MOTTO

إِذَا صَدَقَ الْعَزْمُ وَضَعَّ السَّبِيلُ

Apabila ada kemauan pasti ada jalan

ABSTRAK

Jauharotul Azmi, NIM. 1801026010, 2023. Pesan Dakwah Pada Unggahan Akun Instagram @sketsadakwahh.

Dakwah merupakan salah satu kewajiban sebagai seorang Muslim. Penggunaan media visual bukanlah hal baru dan fenomena ini menjadi semakin populer dalam beberapa tahun terakhir. Para da'i dan desainer Muslim pun ikut menggunakan media visual seperti komik, poster sebagai alat untuk menyampaikan pesan dakwah. Perkembangan ini seiring dengan pesatnya perkembangan internet yang ada saat ini. Pesan dakwah dapat tersebar secara mudah melalui jejaring sosial seperti Facebook, Instagram, dan Twitter. Akun @sketsadakwahh merupakan salah satu akun instagram yang menyebarkan pesan dakwah lewat unggahannya.

Penelitian ini berusaha menjawab tentang bagaimana isi pesan dakwah yang disampaikan melalui unggahan pada akun Instagram @sketsadakwahh. Untuk mendeskripsikan persoalan ini, peneliti menggunakan analisis kualitatif deskriptif dengan pendekatan dakwah dan teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis isi (*content analysis*) Burhan Bungin. Data yang diperoleh melalui hasil dokumentasi.

Hasil analisis dari penelitian ini adalah jenis pesan dakwah yang tertera pada gambar dan caption berupa ayat A-Quran, hadits nabi, karya seni, serta perkataan para sahabat Nabi. Tema pesan dakwah yang terkandung di dalamnya terdiri dari pesan aqidah (Hidayah Allah), pesan syariah terkait pertemanan (muamalah), hijrah, membaca al-quran dan pesan akhlak terkait sabar dan syukur, serta senyum adalah sunah. Simbol visual menggunakan tipografi dengan jenis huruf dengan kategori *Script* atau *Handwriting*. Jenis tulisan ini menyampaikan karakter santai, ramah untuk dibaca. Ilustrasi yang digunakan berupa Al-Quran, jilbab dan cadar. Warna yang digunakan memberikan makna netral, ketenangan, ketegasan dan kedamaian. Penelitian ini hanya membahas terkait isi pesan yang disampaikan melalui unggahan poster dan caption yang dituliskan. Saran penelitian kedepannya untuk dapat menggali lebih dalam terkait respon yang diberikan terhadap poster poster dakwah dan juga dapat meneliti terkait strategi yang digunakan para desainer dakwah dalam membuat konten-konten yang dapat diterima oleh semua kalangan

Kata Kunci: Pesan Dakwah, Simbol Visual, Media Instagram.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
PERSEMBAHAN	vii
MOTTO	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Tinjauan Pustaka	5
F. Metode Penelitian	8
1. Jenis Dan Pendekatan Penelitian	9
2. Definisi Konseptual.....	9
3. Sumber Dan Jenis Data	10
4. Teknik Pengumpulan Data	11
5. Teknik Analisis Data	11
BAB II PESAN DAKWAH, SIMBOL DAN INSTAGRAM	14
A. Pesan Dakwah	14
1. Pengertian Pesan Dakwah	14
2. Jenis-Jenis Pesan Dakwah	15
3. Tema Pesan Dakwah.....	19
4. Karakteristik Pesan Dakwah	21
B. Simbol	23
C. Instagram	28

BAB III GAMBARAN UMUM UNGGAHAN AKUN @SKETSADAKWAHH	31
.....	
A. Unggahan Yang Mengandung Pesan Akidah Pada Akun Instagram @sketsadakwahh	31
B. Unggahan Yang Mengandung Pesan Syariah Pada Akun Instagram @sketsadakwahh.....	33
C. Unggahan Yang Mengandung Pesan Akhlak Pada Akun Instagram @sketsadakwahh.....	38
BAB IV ANALISIS POSTER SEBAGAI MEDIA DAKWAH PADA AKUN @SKETSADAKWAHH	41
BAB V PENUTUP	60
A. Simpulan	60
B. Saran	61
C. Kata Penutup	62
DAFTAR PUSTAKA	63
RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Table 2.1 Klasifikasi Jenis Huruf, Contoh dan Keterangannya.....	24
Table 2.2 Makna Simbolis Warna	27
Table 3.1 Jumlah Unggahan Berdasarkan Isi Pesan	31
Table 3.2 Unggahan Yang Mengandung Pesan Akidah	32
Table 3.3 Unggahan Yang Mengandung Pesan Syariah	33
Tabel 3.4 Unggahan Yang Mengandung Pesan Akhlak	38

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Teknik Analisis Data	12
Gambar 4.1 Screenshot Unggahan Akun Instagram @sketsadakwahh	41
Gambar 4.2 Screenshot Unggahan Akun Instagram @sketsadakwahh	44
Gambar 4.3 Screenshot Unggahan Akun Instagram @sketsadakwahh	45
Gambar 4.4 Screenshot Unggahan Akun Instagram @sketsadakwahh.....	45
Gambar 4.5 Screenshot Unggahan Akun Instagram @sketsadakwahh.....	47
Gambar 4.6 Screenshot Unggahan Akun Instagram @sketsadakwahh.....	47
Gambar 4.7 Screenshot Unggahan Akun Instagram @sketsadakwahh.....	48
Gambar 4.8 Screenshot Unggahan Akun Instagram @sketsadakwahh.....	48
Gambar 4.9 Screenshot Unggahan Akun Instagram @sketsadakwahh.....	48
Gambar 4.10 Screenshot Unggahan Akun Instagram @sketsadakwahh....	49
Gambar 4.11 Screenshot Unggahan Akun Instagram @sketsadakwahh....	53
Gambar 4.12 Screenshot Unggahan Akun Instagram @sketsadakwahh....	56
Gambar 4.13 Screenshot Unggahan Akun Instagram @sketsadakwahh....	58

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dunia komunikasi visual sangatlah dekat dengan kehidupan manusia. Pada media visual menampilkan pesan secara verbal maupun non verbal. Penggunaan media visual bukanlah hal baru dan fenomena ini menjadi semakin populer dalam beberapa tahun terakhir. Para da'I dan desainer muslim pun ikut menggunakan media visual seperti komik, poster sebagai alat untuk menyampaikan pesan dakwah. Hal ini sebanding dengan pesatnya perkembangan internet, pesan dakwah dapat dengan mudah disebarluaskan terutama melalui jejaring sosial seperti Facebook, Instagram, dan Twitter (Muntazori, 2020).

Indonesia memiliki 277,7 juta populasi dan dari total populasi manusia yang ada terdapat 191,4 juta jiwa yang merupakan pengguna media sosial aktif dan akan terus bertambah setiap tahunnya. Whatsapp, Youtube, Instagram, Telegram, Tiktok, Facebook, Twitter merupakan beberapa macam media sosial yang sering digunakan di Indonesia. Pengguna Instagram di Indonesia mencapai 84,7 % dari jumlah populasi, jumlah penggunanya mencapai 99,15 juta jiwa, peringkat kedua terbanyak setelah media sosial Whatsapp (We Are Social, 2022).

Kehadiran Instagram membawa pengaruh baik dan juga membawa pengaruh buruk pengaruh baik yang dibawakan dapat menjadi sarana hiburan ataupun sarana berdakwah. Penggunaan Instagram sebagai ajang hiburan dan memunculkan *personal branding* seseorang. Sehingga mampu menciptakan konten yang bersumber berdasarkan nilai moral serta kepercayaan dan sama seperti pengikut di Instagram (Ruth & Candraningrum, 2020).

Unggahan yang dibagikan secara publik akan masuk ke beranda pengikut yang telah disetujui sebelumnya sehingga pengikut dapat melihat, memberi respon berupa *like* ataupun komentar pada unggahan tersebut. Pengguna dapat mencari pengguna lainnya melalui tagar atau lokasi dan pengguna instagram juga dapat melihat postingan atau konten yang sedang viral. Para pengguna Instagram mempunyai kebebasan untuk berkomentar pada kolom komentar pada unggahan (Hardina, 2021). Kebebasan dalam mengakses Instagram ini dapat menjadi salah satu penyebab yang berdampak buruk bagi penggunaannya seperti muncul kecemasan, stres bahkan gejala depresi (Auliannisa & Hatta, 2002).

Media secara perlahan beralih kepada media baru atau sering disebut dengan media *cyber* (maya). Dunia maya juga menampilkan informasi keagamaan terkait dakwah. Penyebaran agama Islam dapat disampaikan melalui dakwah di dunia maya (Emate & Nuta, 2020). Pada dunia inilah peran da'i dalam memilih pesan dakwah harus diperhatikan. Para dai semaksimal mungkin menyampaikan pesan-pesan dakwah Islam yang mampu memberikan kesejukan, kedamaian dan menghindari pesan-pesan yang mengandung perbedaan pendapat dan serta tidak memprovokasi mad'u atas perbedaan agar ajaran Islam diterima dengan menunjukkan bahwa Islam bukan ajaran yang *eksklusif* serta dapat merangkul semua kalangan masyarakat. Menyesuaikan pesan dakwah dengan target khalayak berperan besar dalam keberhasilan pesan. Pesan dakwah yang *up to date* dengan gaya kekinian menjadikan dakwah sebagai sesuatu yang enak dipandang maupun didengar, namun tidak melupakan syariat agama (D. I. A. Putra dkk., 2021).

Pesan dakwah yang disampaikan melalui karya visual seperti poster memiliki dua bentuk pesan sekaligus yaitu pesan verbal dan juga pesan visual sehingga para desainer perlu memperhatikan pesan yang ingin disampaikan, mengetahui kondisi fisik dan psikis dari mad'u yang menjadi sasaran serta dapat memilih jenis dan gaya bahasa yang digunakan sesuai dengan pesan yang disampaikan (Tinarbuko, 2009).

Karya visual (poster) memiliki struktur pesan teks yang berbentuk ringkasan atau kalimat lengkap dari ayat Alquran, hadits, perkataan ulama ataupun kata-kata motivasi serta ajakan untuk berbuat kebaikan dan menjauhi keburukan. Kemudian terdapat gambar, ilustrasi atau foto serta warna menjadi pendukung teks serta logo pada yang disematkan menjadi identitas pembuatnya. Fungsi lain dari media berbentuk visual ialah untuk menarik perhatian, menunjukkan penyajian gagasan, serta melukiskan fakta yang mungkin cepat terlupakan untuk segera divisualisasikan (Ni'mah, 2016).

Terdapat faktor yang mempengaruhi kemungkinan tersampainya pesan kepada audien apabila pesan tersebut disampaikan melalui elemen visual berupa warna, ilustrasi, serta tipografi. Faktor pertama, terletak pada kesesuaian pada karya visual yang telah dibuat sudah dengan aturan keilmuan desain komunikasi visual. Faktor kedua, berasal dari tingkat kognitif atau pemahaman audien terhadap karya visual dan pesan yang disampaikan (Zikrillah & Nurhidayah, 2021).

Kegiatan dakwah yang disampaikan secara visual pada media Instagram semakin masif dan modern. Akun Instagram yang memuat konten-konten dakwah Islam antara lain @ala_nu, dalam akun ini memuat pesan-pesan dakwah yang disampaikan melalui video singkat. Akun @rumaysho.com dalam akun ini dakwah dikemas dalam bentuk video dan poster, materi berupa nasihat-nasihat dakwah dalam kehidupan sehari-hari yang diambil dari artikel website Rumaysho.Com. Akun @lemonmove, dalam akun ini dakwah ditampilkan dengan karakter visual simple dan sederhana tidak banyak menggunakan kata-kata. Pada akun @muslimdakwah.id pesan dakwah yang ditampilkan berupa cuplikan video ceramah singkat dan poster, pada akun @qomikin, gambar gambar dengan karakter komik dan poster dari hasil *repost* akun dakwah lainnya. @taqwarkids akun yang menampilkan kesan anak-anak, dengan menggunakan kombinasi yang bervariasi menyesuaikan karakteristik anak, menggunakan bahasa dan materi yang sederhana dalam penyampaiannya.

Pada akun @islamicposter pesan dakwah yang ditampilkan secara visual menekankan pada unsur tipografi dan fotografi dan akun lain sebagainya.

Dari beberapa akun Instagram dakwah, peneliti melakukan penelitian terhadap unggahan yang ada pada akun Instagram @sketsadakwahhh. Konten yang dibagikan dalam akun ini berupa pesan yang ditampilkan dalam bentuk *visual graphic* dengan menekankan ilustrasi “*handdrawn*” atau animasi tradisional yang digambar oleh tangan (sketsa). Konten-konten berupa sketsa yang diunggah merupakan hasil dari gambaran tangannya sendiri. Akun @sketsadakwahh dibuat oleh M. Liwaus Shidqy yang merupakan seorang pegiat seni dan ingin menyebarkan agama melalui keterampilan seni grafis yang dimiliki (Alqoiriyah, 2020). Dari bulan Agustus 2019 sampai bulan Maret 2023, akun ini memiliki 106.000 *followers* dengan 204 unggahan

Berdasarkan latar belakang di atas, dakwah visual melalui media sosial seperti Youtube (audio-visual), Tiktok, dan media visual Instagram telah marak di dunia maya, dakwah visual pada akun Instagram @sketsadakwahh merupakan salah satu akun yang menarik untuk diteliti lebih lanjut. Beberapa alasan peneliti yaitu karena akun Instagram ini mengandung pesan-pesan dakwah bersumber dari ayat-ayat Al - Qur'an maupun kumpulan hadist, menggunakan ilustrasi seperti Al-Quran, jilbab, cadar dan dominan menggunakan ilustrasi perempuan. Pada akun Instagram ini juga memuat komentar yang beragam dalam menanggapi pesan dakwah yang diunggah. Sehingga peneliti dapat mengetahui lebih dalam terkait simbol-simbol yang digunakan pada karya visual unggahan akun Instagram @sketsadakwahh sebagai media dakwah dan isi pesan yang disampaikan pada akun tersebut. Peneliti mengambil judul **“Pesan Dakwah Pada Unggahan Akun Instagram @sketsadakwahh”**.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah berdasarkan latar belakang yang sudah dijabarkan ialah: Bagaimana isi pesan dakwah yang disampaikan melalui unggahan pada akun Instagram @sketsadakwahh?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu ingin mengetahui mengetahui bagaimana isi pesan dakwah yang disampaikan melalui unggahan pada akun Instagram @sketsadakwahh.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu berkontribusi dalam menambah referensi di bidang komunikasi khususnya pada bidang komunikasi dakwah. Penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan bagi peneliti-peneliti sesudah dan sebelumnya dalam meneliti pesan dakwah di media sosial.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman dan informasi dalam perkembangan khususnya dakwah Islam di media sosial. Serta dakwah dapat dikemas dengan tampilan yang lebih menarik dan kreatif oleh para da'i dan para pegiat dakwah visual.

E. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka merupakan produk karya tulis dari beberapa penelitian yang dilakukan sebelumnya, yang tentunya memiliki kewajaran kesamaan dengan penelitian yang akan dilakukan, Sebagai upaya

menghindari kesamaan penulisan dan plagiarism, maka penulis sampaikan beberapa hasil penelitian sebelumnya yang memiliki relevansi dengan penelitian ini, antara lain sebagai berikut:

Pertama, jurnal oleh Indah Siti Nurazizah dan Nia Kurniati, berjudul “Dakwah Melalui Komik Digital (Analisis Isi Pesan Dakwah Di Dalam Akun Instagram @Iqomic Priode Januari-Maret 2021)”, dalam Jurnal Rier Komunikasi Penyiaran Islam (JRKPI) Vol 02, No.1 tahun 2022. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode analisis isi yang dikemukakan oleh Krippendorff. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pesan Aqidah terdiri dari pesan dakwah mengenai Illahiyat (Keimana kita kepada Allah), Nubuwat (tentang Nabi, Rasul dan kitab-kitab Allah), Sam’iyyat tentang (Takdir, kematian, alam kubur, akhirat, tanda kiamat, surga dan neraka), dan Ruhaniyat (Malaikat). Kemudian pesan Akhlak terdiri dari pesan dakwah Akhlak kepada Allah dan Akhlak kepada Manusia. Serta pesan Syariah terdiri dari pesan dakwah Ibadah dan Muamalah. Persamaan penelitan terdahulu dan penelitian yang dilakukan ialah sama-sama membahas terkait pesan dakwah dalam akun instagram dengan menggunakan teknik analisis isi. Perbedaannya terletak pada objek yang diteliti. Penelitian sebelumnya meneliti unggahan akun Instagram @Iqomiq, sedangkan penelitian yang diteliti meneliti unggahan pada akun Instagram @sketsadakwahh.

Kedua, skripsi oleh Nur Aminah Munthe “Pesan Dakwah Visual pada Kalangan Millenial Melalui Akun Instagram @sketsadakwahh (Analisis Teori Semiotika Roland Barthes)”, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Universitas Islam Negeri Sjech Djambek Bukittinggi, tahun 2022. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode analisis semiotika dari Roland Barthes. Hasil dari penelitian tersebut ialah mengungkapkan makna denotasi, makna konotasi dan pesan dakwah yang terdapat pada akun instagram @sketsadakwahh. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang diteliti ialah sama-sama mencari dan menguraikan pesan dakwah di akun

instagram @sketsadakwaih. Perbedaannya terletak pada unggahan yang dianalisis dan teknik analisis yang digunakan, penelitian tersebut menggunakan analisis semiotika Roland Barthes, sedangkan penelitian yang diteliti menggunakan analisis isi Burhan Bungin, unggahan terdahulu menganalisis unggahan periode Desember 2020-Maret 2022 sedangkan penelitian ini menganalisis unggahan periode Juni 2020- Mei 2022

Ketiga, skripsi oleh Siti Fatimah berjudul, “*Dakwah Ustadz Aan Candra Talib Berbasis Komunikasi Visual (Studi Akun Instagram @Act_Elgharantaly)*”, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin tahun 2021. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kepustakaan dengan pendekatan kualitatif analisis konten. Hasil dari penelitian yang didapat adalah gambar yang diunggah berkaitan dengan pesan akidah, akhlak, dan pesan syariah. Interpretasi dakwah diketahui berdasar objek dan teksnya, serta ada juga yang berdasarkan dari teksnya saja. Persamaannya penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan sama-sama menggunakan analisis konten. Namun yang membedakan ialah lokasi penelitian, penelitian ini meneliti akun Instagram @Act_Elgharantaly sementara penelitian yang akan dilakukan meneliti akun Instagram @sketsadakwaih. Pada penelitian yang dilakukan mengungkapkan pesan dakwah dalam unggahan akun instagram @sketsadakwaih.

Keempat, skripsi oleh Siti Nur Alqoiriyah, berjudul “*Makna Pesan Dakwah Pada Desain Komunikasi Visual Akun Instagram @sketsadakwaih (Analisis Semiotika Model Roland Barthes)*”, Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya tahun 2020. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif dengan metode analisis semiotika model Roland Barthes. Hasil dari penelitian ini mengungkapkan makna denotasi, konotasi, serta mitos pada desain dalam akun @sketsadakwaih. Persamaan penelitian ini terletak pada objek penelitiannya sama-sama meneliti akun Instagram @sketsadakwaih. Perbedaannya terletak pada analisis data yang digunakan penelitian ini

menggunakan analisis semiotika Model Roland Barthes, sementara penelitian dilakukan dengan menggunakan analisis isi, menganalisis pesan dakwah yang disampaikan pada unggahan akun tersebut. Hasil analisis penelitian ini adalah mengungkap makna sesungguhnya, makna kiasan dan mitos akun Instagram @sketsadakwahh. Hasil dari penelitian yang dilakukan ialah mengungkapkan simbol-simbol yang dapat digunakan dalam menyampaikan pesan dakwah.

Kelima, skripsi oleh Istiqomah “*Keselarasan Desain Komunikasi Visual Dengan Pesan Dakwah Dalam Instagram @Islamiposter*”, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang tahun 2019. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode analisis isi. Hasil dari penelitian ini ialah mengetahui dan menganalisis keselarasan desain komunikasi visual dengan pesan dakwah terhadap gambar yang ada di postingan akun Instagram @islamiposter. Kesamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan ialah sama-sama menggunakan penelitian kualitatif dengan metode analisis isi. Perbedaannya terletak pada sumber data. Sumber data yang digunakan yaitu berupa gambar yang terdapat di akun Instagram @islamiposter, sedangkan penelitian yang telah diteliti mengambil sumber data dari akun Instagram @sketsadakwahh serta penelitian yang akan dilakukan ingin mengetahui pesan yang disampaikan melalui unggahan.

Berdasarkan lima penelitian terdahulu, pada penelitian ini memiliki kebaruan yakni menganalisis terkait isi pesan yang ada dalam unggahan gambar atau poster dan *caption* pada akun Instagram @sketsadakwahh dengan menggunakan teknik analisis isi menurut Burhan Bungin.

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif yang menekankan pada *quality* dari sifat suatu produk jasa, karya, atau

barang dengan melukiskan, menggambarkan, dan mengungkapkan suatu ide (Kriyantono, 2020). Data yang akan dihasilkan dari penelitian ini berupa kata-kata atau tulisan, narasi-narasi, gambar-gambar dan gagasan dari sumber yang diteliti. Sedangkan pendekatan yang digunakan pada penelitian ini menggunakan pendekatan dakwah, dikarenakan penelitian ini membahas terkait pesan dakwah yang disampaikan melalui poster sebagai media dakwah.

2. Definisi Konseptual

Pada penelitian ini, peneliti berfokus pada pesan dakwah dalam unggahan akun Instagram @sketsadakwahhh.

a) Pesan Dakwah

Pesan dakwah adalah segala simbol, ide, atau gagasan yang disampaikan da'i kepada mad'u bersumberkan Al-Qur'an dan Hadits berupa ajaran agama Islam. Pada penelitian ini pesan dakwah yang diteliti berupa jenis pesan yang digunakan tema pesan syariah, akidah dan akhlak dan karakteristik dari isi pesan dakwah yang ditampilkan secara visual melalui gambar dan keterangan yang dituliskan dalam *caption* pada unggahan akun Instagram @sketsadakwahh.

b) Simbol Sebagai Pesan

Simbol termasuk dalam salah satu bagian dari pesan. Dalam ilmu komunikasi, simbol atau lambang adalah segala sesuatu yang digunakan untuk mempersentasikan suatu objek ataupun ide dalam gagasan. Simbol dapat berupa lambang verbal ataupun non-verbal. Simbol bersifat manasuka, yang berarti setiap orang memiliki makna yang berbeda-beda dalam memaknai sebuah simbol, hal ini

bergantung pada latar belakang seseorang dan juga konteks yang terjadi komunikasi.

Fokus simbol pada penelitian ini adalah simbol non verbal atau simbol visual yaitu aspek tipografi, ilustrasi dan warna yang digunakan untuk mempersentasikan pesan dakwah dalam bentuk karya visual (poster) yang diunggah pada akun Instagram @sketsadakhahh.

c) Instagram Sebagai Media Dakwah

Instagram sebagai media memiliki arti bahwa Instagram adalah alat, sarana, atau wahana untuk berdakwah. Instagram merupakan salah satu media sosial yang dapat mempermudah para da'i modern dalam menyalurkan pesan dakwahnya kepada mad'u atau audiens secara luas tanpa harus bertatap muka. Berdakwah dengan media sosial Instagram dapat melalui berbagai metode, seperti: video rekaman ceramah, siaran langsung, *quotes*, fotografi, videografi ataupun desain grafis (poster).

Penelitian ini meneliti unggahan pada akun @sketsadakhahh yang mengandung pesan akidah, syariah dan akhlak. Akun ini merupakan salah satu akun Instagram yang memuat banyak pesan dakwah berbentuk sketsa, kartun, ilustrasi dengan gaya gambaran tangan (*hand draw*) sebagai sarana berdakwah (Alqoiriyah, 2021).

3. Sumber dan Jenis Data

Sumber data merupakan sesuatu yang diperoleh untuk dijadikan data penelitian. Dalam penelitian ini menggunakan satu sumber data utama atau sumber primer. Sumber data primer merupakan data diperoleh secara langsung dari sumber data asli sebagai objek penelitian disebut sumber data primer. Sumber data mengambil dari postingan poster-poster pada akun Instagram @sketsadakhahh yang mengandung

pesan dakwah dengan tema aqidah, akhlak, dan syariah. Peneliti mengambil 6 unggahan berbentuk poster yang mencantumkan logo sketsadakwah, dan peneliti memilih berdasarkan 3 respon terbanyak dan 3 respon paling sedikit. Batas rentang waktu unggahan poster yang diteliti yaitu bulan Mei 2021 sampai dengan Mei 2022.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dokumentasi. Pengumpulan data berdasarkan pengambilan data yaitu situs internet, foto, gambar, tulisan, majalah, dan sebagainya dianggap relevan disebut dokumentasi (Satori & Komariah, 2017). Dokumentasi yang diambil berupa gambar *screenshot* akun Instagram @sketsadakwahh.

5. Teknik Analisis Data

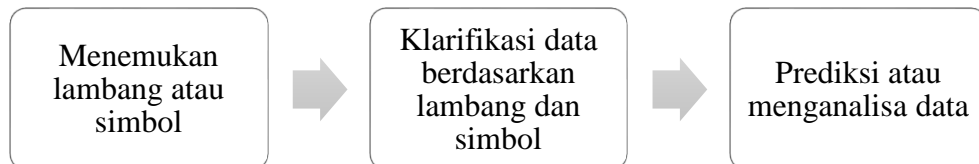
Analisis data merupakan alat untuk menghubungkan antar rumusan masalah, kerangka teori dengan data yang didapat. Terdapat beberapa cara untuk menganalisis data, namun pada dasarnya guna dari analisis data ialah untuk menjawab pertanyaan penelitian, dari data yang telah diperoleh dibedah dengan teori yang telah dikonsepskan. (Soewardikoen, 2019).

Penelitian ini menggunakan analisis isi atau analisis konten (*content analysis*), yaitu suatu teknik penelitian yang menganalisis isi komunikasi dengan memaknai isi komunikasi, membaca simbol-simbol dalam komunikasi dan makna isi interaksi simbolis yang terjadi dalam komunikasi terkait suatu informasi yang disampaikan secara tertulis atau tercetak dalam media (Bungin, 2011).

Cara kerja atau logika analisis data ini pada dasarnya sama dengan analisis data kuantitatif. Peneliti memulainya dengan dengan menggunakan simbol atau lambang-lambang tertentu kemudian

menjelaskan data dengan menggunakan kriteria-kriteria tertentu dan membuat prediksi dengan menggunakan teknik analisis tertentu pula (Bungin, 2015).

Gambar 1.1 Teknik Analisis Isi



Teknik analisis isi menurut pendapat Bungin adalah penelitian yang tidak menggunakan manusia sebagai subjek penelitian. Hal ini membuat penelitian relatif mudah, tidak ada respon dari populasi atau sampel yang diteliti karena tidak ada yang diwawancarai, dimintai kuesioner atau diminta datang ke laboratorium. Pada penelitian ini bahan –bahan yang digunakan berasal dari dokumentasi dari akun Instagram @sketsadakwahr. Penjabaran langkah-langkah analisis isi menurut Burhan Bungin ialah sebagai berikut:

a) Menemukan lambang dan simbol

Penelitian ini yang menjadi simbol adalah unit analisis berupa isi pesan dakwah pada gambar yang diunggah serta keterangan yang dituliskan pada caption unggahan dalam akun Instagram @sketsadakwahr.

b) Klasifikasi data berdasarkan lambang dan simbol

Pada langkah ini data-data yang telah ditemukan diklasifikasikan secara simantik isi pesan dalam unggahan gambar untuk mengetahui serta menemukan makna, arti dan tujuan komunikasi.

c) Menganalisa data

Pada proses ini peneliti menganalisa isi pesan dakwah yang terkandung pada objek penelitian serta menyesuaikannya dengan teori dalam bentuk deskriptif yang jelas.

d) Penarik kesimpulan

Pada langkah ini peneliti menentukan kesimpulan yang benar dengan mendeskripsikannya secara lengkap isi pesan yang disampaikan pada unggahan poster.

BAB II

PESAN DAKWAH, SIMBOL DAN INSTAGRAM

A. Pesan Dakwah

1. Pengertian Pesan Dakwah

Pesan adalah suatu bagian komunikasi yang disampaikan kepada penerimanya melalui penggunaan lambang atau simbol-simbol yang bermakna (Effendy, 1990).

Dakwah merupakan aktivitas dengan menggunakan media dan sarana tertentu untuk menyebarkan ajaran agama Islam kepada orang lain agar mereka dapat mengamalkan ajaran tersebut guna memperoleh kebahagiaan hidup dunia dan akhirat. (Amin, 2009).

Pesan atau materi dakwah merupakan pesan-pesan yang berasal rumusan ajaran Islam bersumber dari Al-Qur'an, Hadits atau sunah Rasulullah dan diserukan kepada seluruh umat manusia sebagai pedoman atau bahan pembelajaran untuk memenuhi kebutuhan hidup di dunia mencapai kebahagiaan di akhirat (Sukayat, 2015).

Pokok –pokok pesan dakwah yang tersurat dalam hadits yang diriwayatkan Al-Bukhari berikut (Saefullah, 2018):

Dari Ibnu Abbas Radliallahu'anhuma bahwa ketika Nabi Saw. Mengutus Mu'adz Radliallahu anhu ke negeri Yaman, Beliau berkata: "Ajaklah mereka kepada syahadah (persaksian) tidak ada ilah yang berhak disembah, kecuali Allah, dan bahwa aku adalah utusan Allah. Jika mereka telah menaatinya, beritahukanlah bahwa Allah mewajibkan atas mereka shalat lima waktu sehari semalam. Dan jika mereka telah menaatinya, beritahukanlah bahwa Allah telah mewajibkan atas mereka sedekah (zakat) dari harta mereka yang diambil dari orang-orang kaya mereka dan diberikan kepada orang-orang fakir mereka" (HR. Bukhari).

2. Jenis-Jenis Pesan Dakwah

Pada prinsipnya, pesan apa pun boleh digunakan dan dijadikan untuk berdakwah selama tidak bertentangan dengan dua sumber utama, Alquran dan Hadits. Berikut merupakan beberapa contoh jenis pesan dakwah, yaitu (Aziz, 2004):

a) Ayat Al-Qur'an

Al-Qur'an merupakan kitab penyempurna dari kitab-kitab sebelumnya. Al-Qur'an berisi semua wahyu Allah yang diberikan kepada para nabi sebelumnya. Para ulama menyebutnya sebagai rangkuman isi Al-Quran untuk mengetahui lebih jauh kandungannya. Pesan dakwah dalam Al-Fatihah menitikberatkan pada tiga tema dasar, yaitu akidah pada ayat 1-4, tema ibadah pada ayat 5-6 dan tema muamalah pada ayat 7. Ketiga hal tersebut merupakan ajaran utama Islam.

b) Hadist Nabi Muhammad SAW

Hadis mengacu pada segala sesuatu yang berasal dari Nabi SAW, termasuk perkataannya, perbuatannya, akhlaknya, bahkan ciri fisiknya. Para mubaligh dapat mengutip temuan-temuan kajian dan penilaian para ulama hadis sebagai bukti keandalan dan kebenaran hadits.

c) Pendapat Para Sahabat Nabi

Orang-orang yang tinggal bersama Nabi SAW serta orang-orang yang bertemu dan beriman kepadanya dianggap sebagai para sahabatnya. Pemikiran para sahabat mempunyai arti penting sebagai risalah dakwah karena kedekatannya dengan Nabi.

d) Pendapat Para Ulama

Ulama yang dimaksud dalam pembahasan ini adalah mereka yang menganut, memahami secara mendalam, dan mengamalkan ilmu agama Islam. Pendapat ulama ada dua

kategori, yaitu pendapat yang telah disepakati (*al-muttafaq'alah*) dan pendapat yang masih terbuka untuk didiskusikan (*al-mukhtalaf* *fih*).

e) Karya Sastra

Sastra adalah alat lain yang Da'i dapat memanfaatkan untuk meningkatkan penyebaran pesan mereka. Karya tersebut dapat berupa melodi, pantun nasyid, puisi, atau karya sastra lainnya. Isi karya sastra yang dijadikan pesan dakwah harus didasarkan pada kriteria etika tertentu, seperti adanya hikmah, nasihat yang masuk akal, atau ungkapan yang mengundang ketaatan dan dikonstruksi dari istilah-istilah yang indah. Jika karya tersebut berupa puisi, maka penampilannya harus diperhatikan agar nilai etisnya dapat dirasakan.

f) Kisah atau Cerita

Kisah atau cerita dapat digunakan untuk menyampaikan ceramah yang menarik. Para da'i dapat belajar banyak dari kisah-kisah perjuangan para rasul dan reaksi umat dalam meresponya. Cerita-cerita yang menyampaikan pesan dakwah berfungsi sebagai motivator dan menumbuhkan semangat dalam berdakwah. Selain itu, sikap anak-anak yang secara psikologis mencari idola dalam hidupnya dapat dibentuk oleh cerita-cerita ini. Sekalipun beberapa dari dongeng tersebut adalah dongeng pengantar tidur, jika pelajaran utamanya disampaikan dengan baik, anak-anak akan mengingatkannya. Tujuannya adalah untuk memberikan bahan pemikiran dan pembelajaran agar bagi seseorang dapat terhindar dari hukuman yang dijatuhkan kepada mereka. Kutipan dari kisah-kisah tersebut dapat menjadi ilustrasi khotbah bagi mad'u dewasa. Terutama jika berkaitan dengan permasalahan dan situasi yang sedang terjadi. Kisah-kisah kenabian dan rasuli serta tanggapan mereka termasuk di antara kisah-kisah yang dikutip. Juga terungkap hukuman apa

yang dikirimkan kepada mereka karena mereka tidak menerima seruan Rasul yang dikirimkan kepada mereka

g) Berita atau Peristiwa

Berita tersebut mempunyai pesan dakwah berdasarkan tanda-tanda yang ada di dalam Al-Qur'an. Teks Al-Qur'an memuat sejumlah berita, antara lain yang berkaitan dengan *naba'*, *khobar*, *adth*, *atsar*, dan *'ifk*. Ada banyak jenis berita dalam Al-Qur'an, seperti berita tentang manusia masa lalu, berita gaib yang melibatkan makhluk gaib, berita tentang hari esok, pengetahuan dan informasi ilmiah. Oleh karena itu dapat ditekan bahwa berbagai berita yang diterima melalui televisi, radio, koran dan internet dapat menjadi pesan dakwah yang dapat menarik publik, namun berita yang diterima perlu dikritisi sebelum digunakan sebagai pesan dakwah serta ditelusuri nilai kebenarannya. Sebagaimana yang telah disebutkan dalam QS. Al-Hujurat ayat 6:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا
بِجَهْلَةٍ فَتُصْحَبُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ

Artinya:

“Wahai orang-orang yang beriman, jika datang keburukan kepadamu sebagai berita, maka periksalah dengan seksama agar kamu tidak menimpakan musibah kepada orang-orang tanpa mengetahui keadaan yang akan membuatmu menyesal atas apa yang telah kamu lakukan.”

Berita yang diberitakan dalam dakwah memiliki banyak fungsi. Fungsi pertama adalah untuk menarik perhatian pada Ceramah-ceramah, khususnya khutbah jumat, merupakan refleksi dari topik-topik yang muncul selama sepekan. Seperti permasalahan yang teraktual memiliki daya tarik yang kuat karena orang cenderung peduli dengan hal-hal baru. Fungsi kedua, untuk menunjang topik yang dibahas sehingga meningkatkan kualitas ceramah. Peristiwa terkini memberikan

nuansa tersendiri pada topik yang dibahas. Fungsi ketiga, sebagai bahan pemikiran kepada para mad'u untuk lebih berhati-hati ketika bereaksi terhadap berita-berita yang kini mendapat banyak perhatian untuk menghindari hasutan atau bahkan mendorong tindakan anarkis. (Jafar & Amrullah, 2018).

h) Karya Seni

Pesan dakwah yang dimuat dalam karya seni bersifat subjektif dan tergantung pada interpretasi individu. Banyak pesan dalam karya sastra menggunakan komunikasi verbal (lisan), sementara itu banyak karya seni mengungkapkan pesan menggunakan komunikasi non-verbal (buatan). Bagi seseorang yang menyukai karya seni, pesan dakwah dengan cara ini bisa membuat mereka lebih memikirkan Allah dan ciptaan-Nya daripada mendengarkan ceramah agama.

i) Hasil Penelitian Ilmiah

Karya ilmiah dapat membantu memahami ayat Al-Quran dan hadist secara lebih mendalam dan komperhensif melalui sebuah penelitian. Orang –orang sekuler dan masyarakat modern yang belum mengetahui tentang agama Islam lebih mempercayai hasil penelitian daripada kitab suci. Hal ini menunjukkan bahwa hasil penelitian dapat menjadi sumber pesan dakwah.

Hasil penelitian memiliki sifat yang relatif dan reflektif. Sifat relatif, dikarenakan nilai kebenaran yang dihasilkan dapat berubah-ubah dan mengalami kebaruaran dalam penelitian. Sifat reflektif dari hasil penelitan mencerminkan dengan realitas yang ada pada penelitian.

3. Tema – Tema Pesan Dakwah

Berdasarkan tema pembahasannya, pesan dakwah tidak berbeda dari ajaran dasar Islam. Pesan dakwah dapat diklasifikasikan menjadi tiga bagian, antara lain akidah (keyakinan), akhlak (ihsan) dan syariah (Islam).

a) Akidah atau Keimanan

Akidah secara harfiah akidah memiliki arti terbuhal atau tersimpul secara kuat dan erat. Permasalahan akidah menjadi materi dakwah yang sangat pokok dan utama, karena aspek akidah atau keimanan akan membentuk moral atau akhlak seseorang dan juga akidah menjadi ciri-ciri pembeda yang membedakan kepercayaan dan keyakinan antar agama. Inti dari keyakinan Islam adalah iman. Orang beriman sejati biasanya berperilaku baik dan menahan diri dari perilaku yang dilarang Islam. (Munir & Ilaihi, 2006).

Pesan akidah ini berisi tentang keimanan dan enam rukun iman yang telah disampaikan dalam hadits yaitu tentang beriman kepada Allah SWT, malaikat-malaikat-Nya, kitab-kitab-Nya, rasul-rasul-Nya, hari akhir, dan qodha-qodhar. (Ilaihi, 2010).

b) Syariat atau Keislaman

Hukum perundang-undangan yang terdapat dalam Islam dikenal sebagai syariah, dan mengatur hubungan manusia secara horizontal (muamalah) dan hubungan manusia secara vertikal dengan Tuhan (ibadah). Hadits Nabi Muhammad SAW menjelaskan, Rasulullah bersabda:

“Islam adalah bahwasanya engkau menyembah kepada Allah, dan janganlah engkau mempersekutukan-Nya dengan sesuatu pun, mengerjakan shalat, membayar zakat-zakat yang wajib, berpuasa pada bulan Ramadhan, dan menunaikan ibadah haji di Mekah (Baitullah)”. (HR. Al-Bukhari dan Muslim)

Dalam hadits tersebut berisi tentang ibadah kepada Allah dan juga hubungan dengan manusia. Pada aspek syariat ini juga membahas terkait hukum syara' baik dalam perorangan atau individu, keluarga, ataupun kehidupan sosial. Jadi pembahasan dalam pesan syariah berisikan aturan dalam beribadah, jual-beli, ekonomi, politik, rumah tangga, sistem dalam masyarakat. Demikian pula dengan larangan-larangan yang ada dalam Islam atau materi dakwah *nahyi munkar* seperti mencuri, berzina, membunuh (Amin, 2009).

c) Pesan Akhlak

Kata akhlak dalam bahasa Arab berasal dari jamak kata *khuluqun* yang berarti sopan santun, tingkah laku atau budi pekerti. Kata *khuluqun* dan *khaliq* yang masing-masing menunjukkan pencipta dan makhluk mempunyai kaitan erat. Kualitas moral ada dalam jiwa dan mungkin mendorong pengambilan keputusan cepat tanpa banyak pertimbangan. Disebut berakhlak baik (akhlaqul karimah) jika sifat tersebut menghasilkan perbuatan yang bermoral dan sesuai dengan hukum syariah. Jika tidak maka disebut berakhlak buruk (akhlaqul mazmumah). Oleh karena itu, moral mempunyai kaitan dengan agama dan syariah. (Munir & Ilaihi, 2006).

Akhlak dapat dibedakan menjadi tiga kategori, yaitu akhlak terhadap Allah SWT, akhlak terhadap sesama, dan akhlak terhadap lingkungan. Akhlak terhadap Allah SWT meliputi keimanan, ketaatan, keikhlasan, *khusyuk*, *berhuznudzan* kepada Allah, *istighfar*, *takbir*, *taqwa*, syukur, sabar dan berserah diri kepada Allah (tawakal). Akhlak kepada sesama manusia contohnya adalah saling membantu satu sama lain, saling menghormati, menepati janji dan bersikap sopan, santun, lembut. Akhlak terhadap lingkungan yaitu terkait pada kesadaran untuk menjaga kebersihan dan merawat lingkungan

hidup, menggunakan, melestarikan, dan melindungi hewan ataupun tumbuhan, serta memberikan kasih sayang kepada sesama makhluk.

4. Karakteristik Pesan Dakwah

Karakteristik isi pesan dakwah menurut Ali Aziz ialah sebagai berikut:

a) Orisinalitas

Al-Quran dan hadits merupakan teks tertulis. Ayat – ayat dalam Al-Qur'an dan hadits yang dibukukan bersifat statis atau tidak mengalami perubahan dalam teksnya, namun dalam pemaknaanya bersifat dinamis yang mengalami perubahan menyesuaikan konteks yang ada. Perubahan konteks dalam memaknainya tidak dapat mengubah teks yang ada dalam Al-Quran dan hadits, sehingga orisinalitas merupakan karakteristik pesan dakwah pada teks Al-Quran yang benar-benar berasal dari Allah dan hadits Nabi Muhammad Saw sebagai petunjuk bagi umat manusia.

b) Rasional (Masuk Akal)

Ajaran Islam sangat menghargai manusia dan pandangan realistis terhadap kehidupan manusia. Ide di balik penempatan ini adalah untuk memotivasi orang agar menggunakan kecerdasan mereka untuk bertindak secara moral. Ada kemaslahatan bagi kehidupan manusia apabila tidak menggunakan akalunya. Rasionalitas merupakan salah satu karakteristik pesan dakwah dikarenakan dakwah mengajarkan ajaran Islam yang masuk akal.

c) Seimbang

Islam mengajarkan keseimbangan dalam menjalani kehidupan. Keseimbangan menjadi karakteristik pesan dakwah. Manusia memiliki dua kecenderungan yang saling bertentangan dalam kehidupan. Beberapa orang lebih menyukai gaya hidup

asketis dan meninggalkan kehidupan duniawinya, namun ada juga manusia yang lebih menyukai gemerlap dunia sehingga lupa dengan kehidupan di akhirat. Hal ini tidak dibenarkan, dalam Islam mengajarkan terkait hubungan kepada Allah, kepada manusia, dan kepada makhluk.

d) Universal

Ajaran Islam mencakup setiap aspek kehidupan dan menjunjung tinggi prinsip-prinsip yang umumnya diakui oleh masyarakat beradab. Islam memberlakukan pembatasan pada segala hal, sekecil apa pun. Dengan demikian, universal menjadi salah satu karakteristik pesan dakwah.

e) Lengkap

Permasalahan yang dialami dalam kehidupan manusia sangat luas dan kompleks, namun Islam pun sudah memberikan solusinya secara komperhensif. Islam mengatur segala hal dan mengajarkan terkait kesetaraan dalam kehidupan manusia tanpa membedakan, ras, suku, warna kulit serta Islam juga menjunjung tinggi nilai-nilai universal.

f) Mudah

Ajaran Islam memberikan kemudahan dan ini menjadi salah satu karakteristik pesan dakwah. Semua aturan Islam dapat ditoleransi ditoleransi dan diberikan kemudahan apabila dalam pelaksanaannya menemui kesulitan. Apabila dalam kondisi terpaksa sesuatu perbuatan yang dilarang dapat dimaafkan asalkan tidak merugikan dan proposional.

g) Membawa Kebaikan

Karakteristik pesan dakwah lainnya ialah membawa kebaikan. Islam merupakan *rahmatan lil a'lamin* hal ini menandakan bahwa ajaran agama Islam membawa kasih sayang, kebaikan dan kedamaian bagi seluruh alam. Seluruh

yang diatur dalam Islam memiliki kebaikan dalam kehidupan manusia seluruh alam.

Pesan dakwah pada hakikatnya merupakan kumpulan simbol-simbol verbal maupun non-verbal yang disampaikan dari seorang da'i (pemberi pesan) kepada mad'u (penerima pesan). Isi atau materi dakwah dapat disampaikan melalui bahasa atau simbol –simbol tertentu menggunakan berbagai media seperti retorika, film, surat kabar, televisi, atau internet dengan melihat kondisi mad'u sebagai penerima pesan dakwah. Sehingga isi pesan dapat diamalkan dan dipraktikkan oleh penerima dakwah (Ilaihi, 2010).

B. Simbol

Simbol berasal dari bahasa Yunani yakni kata *Symballo* yang berarti melempar bersama-sama, melempar suatu gagasan atau konsep dari suatu benda yang terlihat sehingga benda tersebut mewakili gagasan itu. Simbol berupa gambar, benda atau bentuk yang mewakili suatu gagasan, benda, atau bilangan. Simbol dapat diterapkan pada situasi apa pun. Misalnya interaksi sosial, agama, dan ilmu pengetahuan (Putra, 2021).

Pemaknaan terhadap simbol bergantung pada beberapa sifat simbol. Sifat pertama yakni manasuka yaitu orang memiliki pendapat yang berbeda-beda dalam memaknai suatu simbol bergantung pada latar belakang seseorang tersebut dan juga konteks komunikasi yang dibahas. Sifat kedua dari simbol ialah berdasarkan hasil kesepakatan bersama dalam kelompok sosial tertentu. Simbol juga memiliki sifat yang dinamis terus mengalami perubahan seiring perkembangan zaman (Kriyantono, 2019).

Pada komunikasi visual, simbol pesan yang dibentuk dalam karya visual berupa poster menggunakan kombinasi simbol-simbol yang berwujud sebagai berikut (Putra, 2021):

1. Tipografi

Menurut Danton Sihombing, tipografi adalah kualitas visual yang mendasar dan berguna sebagai representasi visual dari bentuk komunikasi verbal yang pokok dan efektif (Sihombing, 2001). Tipografi dalam desain komunikasi visual adalah seni memilih dan menempatkan huruf (simbol) untuk menyampaikan segala bentuk pesan informasi. Hal ini mengacu pada pemilihan bentuk huruf, ukuran huruf, cara dan teknik untuk menempatkan setiap huruf menjadi sebuah kata dalam kalimat (Tinarbuko, 2009).

Tipografi memegang peranan penting dalam menyampaikan pesan melalui bahasa nonverbal (bahasa tulis) dalam segala bentuk publikasi. Oleh karena itu, perancang harus mengetahui ukuran, dampak, dan bentuk teks yang ditampilkan agar isi emosional dan sifat pesan tersebut sesuai dengan tujuan komunikasi yang diinginkan khalayak. Di bawah ini merupakan beberapa klasifikasi jenis huruf beserta contohnya:

Table 2.1 Klasifikasi Jenis Huruf, Contoh dan Keterangannya

<i>1. Serif</i>	
<p>AaBbCcDd (Times New Roman)</p> <p>AaBbCcDd (Garamond)</p>	<p>Keterangan: Serif merupakan huruf yang memiliki kaki/ sirip yang lancip pada ujungnya. Contoh: <i>Times New Roman, Bodoni, Garamond, Dwitan, Tiffany</i> dll.</p>
	<p>Karakter : Memiliki kesan resmi, klasik, mewah, elegan, intelektual. Tulisan dengan huruf ini agak sulit dibaca jika jaraknya terlalu sempit.</p>
	<p>Penggunaan : Digunakan pada surat-surat resmi, surat kabar, buku-buku, karya tulis ilmiah.</p>
<i>2. Sans Serif</i>	
	<p>Keterangan:</p>

<p style="text-align: center;">AaBbCcDd (<i>Arial</i>)</p> <p style="text-align: center;">AaBbCcDd (<i>Trebuchet MS</i>)</p> <p style="text-align: center;">AaBbCcDd (<i>Calibri</i>)</p>	<p>Sans serif yakni huruf yang tak bersirip, jenis huruf ini tidak memiliki kaki di ujungnya. Contoh: <i>Arial, Trebuchet MS, Calibri, Acan Garde, Switzerland</i> dll.</p> <p>Karakter : Memiliki karakter yang sederhana, lugas, futuristic, akrab, ramah serta mudah untuk dibaca.</p> <p>Penggunaan : Sering digunakan pada layar komputer, website, <i>smartphone</i>, e-book dan media sosial.</p>
3. Script	
<p style="text-align: center;"><i>AaBbCcDd</i> (<i>Brush Script</i>)</p> <p style="text-align: center;"><i>AaBbCcDd</i> (<i>Kunstler Script</i>)</p>	<p>Keterangan: Huruf <i>script</i> atau huruf tulis (<i>handwritten</i>) setiap hurufnya saling terkait, memiliki bentuk menyerupai goresan tangan dan biasanya tulisan miring ke kanan. Contoh: <i>Brush Script, Kunstler Script, Script MJ Bold, Lucida Chaligraphy, Mungil, Jojoba.</i></p> <p>Karakter : Memiliki karakter yang anggun, santai, kurang formal, pribadi, tradisional, serta sulit untuk dibaca.</p> <p>Penggunaan : Sering digunakan untuk undangan pernikahan, media cetak formal, menu, iklan.</p>
4. Dekoratif	
<p style="text-align: center;">AaBbCcDd (<i>Jokerman</i>)</p> <p style="text-align: center;">AaBbCcDd (<i>Magneto</i>)</p>	<p>Keterangan: Jenis huruf ini merupakan pengembangan dari huruf yang sudah ada, setiap hurufnya ditambahkan detail atau hiasan yang unik. Contoh: <i>Jokerman, Magneto,</i></p> <p>Karakter: Memiliki kesan ornamental, dekoratif, kompleks, rumit, bebas. Sangat sulit dibaca jika digunakan sebagai <i>body</i>.</p> <p>Penggunaan:</p>

	Biasanya digunakan pada judul (<i>Heading</i>), logo, dan pada awal alinea.
--	---

2. Ilustrasi

Ilustrasi adalah gambar yang dibentuk untuk menjelaskan informasi melalui representasi visual. Inti dari ilustrasi adalah pemikiran ide dan konsep yang mendasari apa yang ingin disampaikan. Ilustrasi merupakan sumber visualisasi pemikiran dan gagasan serta cara untuk mempengaruhi khalayak dalam hal kepercayaan dan tren (Witabora, 2012). Ilustrasi memiliki karakteristik sebagai alat komunikasi menyampaikan pesan melalui gambar, saling keterkaitan antara gambar dan teks (harmonisasi), dan menjadi faktor yang dapat membangun emosional audien (Putra, 2021).

Bentuk ilustrasi dalam desain komunikasi visual tidak selalu berupa gambar (*hand-drawing*), tetapi dapat berupa foto, coretan abstrak, garis, warna, tekstur, huruf dan elemen visual apa saja yang dapat mendukung komunikasi dan nilai estetika. Komputer memiliki banyak elemen visual yang dapat digunakan seperti gambar, tekstur, pola, dan *dingbat* (jenis huruf berupa gambar atau simbol). Desainer profesional biasanya tidak tertarik menggunakan gambar yang tersedia di komputer karena tidak memiliki ide yang unik dan orisinalitas ide (Supriyono, 2019).

Terdapat banyak variasi gaya gambar dari tren tradisional hingga modern. Secara umum, bentuk gambar dapat dibagi menjadi dua bagian. Pertama, ilustrasi literal yang di mana fokusnya adalah presentasi dari gambar nyata atau masuk akal. Bentuk kedua adalah ilustrasi konseptual, di mana metafora dapat digunakan untuk mendeskripsikan suatu gagasan. Kedua bentuk ilustrasi tersebut dapat digunakan dalam peran ilustrasi yang berbeda; seperti

pengetahuan, pendapat (opini), narasi (cerita), persuasi dan identitas. Penggunaan gaya gambar harus disesuaikan dengan isi dan konteks permasalahan. Gaya gambar dapat mendukung tercapainya tujuan ilustratif (Witabora, 2012).

3. Warna

Warna merupakan unsur penting dalam dunia desain untuk menarik perhatian dalam menyampaikan sebuah pesan. Penggunaan warna yang tepat dan sesuai memungkinkan pesan visual dapat lebih dapat mempengaruhi baik dari emosi dan psikologi serta pemahaman orang yang melihat pesan visual tersebut (Putra, 2021).

Setiap wilayah memiliki perbedaan dalam menginterpretasikan masing-masing warna. Berikut makna simbolis warna secara univesrsal (Darmaprawira, 2002):

Table 1.2 Makna Simbolis Warna

No	Warna	Makna Simbolis
1.	Merah	Energi, bahaya, kekuatan, gairah, tekad, berani, pengorbanan, vitalitas, semangat, lambang api dan bahaya, simbol teroris, anarkis, tantangan, balas dendam Di China warna merah digunakan sebagai gaun pengantin wanita.
2.	Kuning	Sinar matahari, kebahagiaan, energi, licah, cerah, hangat, terang, bijaksana, pengecut, pengkhianat. Melambangkan intelektual, lambang kekaisaran atau kerajaan di China dan Yogya
3.	Jingga	Kegembiraan, sinar matahari, semangat, kebahagiaan, hangat, tropis, daya tarik, pesona, krativitas, kesuksesan, dorongan dan stimulus
4.	Hijau	Pertumbuhan, kesuburan, kesegaran, stabilitas, ketahanan. Memiliki emosional kuat dengan keselamatan, memiliki kekuatan menyembuhkan warna yang tenang dan warna paling nyaman di mata. Melambangkan kekayaan (uang), alam, sehat.

5.	Biru	Kepercayaan, keyakinan, kebijaksanaan, keharmonisan, ketenangan, loyalitas, kecerdasan, surga, iman, lembut, ikhlas, dingin. Warna elemen langit, air, dan udara.
6.	Ungu	Kerajaan, kekuasaan, kemewahan, agung, martabat, sihir, misteri, ambisi, formal, melankolis, pendiam.
7.	Coklat	Hangat, alami, membumi, stabil, kesejahteraan, kenyamanan, tenang, bersahabat, rendah hati, sentosa.
8.	Hitam	Kekuasaan, kekuatan, formalitas, tegas, elegan, jahat, kematian, kegelapan, percaya diri, misterius, maskulin.
9.	Abu-abu	Sopan, tenang, rendah hati, ragu-ragu, netral, sederhana, futuristic, intelektual.
10.	Putih	Bersih, spiritual, pemaaf, harapan, kedamaian, murni, kepolosan, kehalusan, terang. Di china warna putih melambangkan duka. Warna gaun yang dipakai oleh pengantin wanita. Bendera putih melambangkan kekalahan atau menyerah.

C. Instagram

Chris Garret mengartikan media sosial sebagai alat komunikasi berbentuk online yang menghubungkan banyak orang di seluruh dunia dalam berbagai macam topik pembicaraan. Media sosial merupakan situs atau aplikasi online dimana pengguna dapat membuat profil, mengundang teman, mencari teman teman, berkomunikasi, mengirim pesan, mengunggah, berjejaring dan berbagi (Prajarini, 2020).

Media sosial memiliki beragam jenis pengguna, selera dan kebutuhan maka ada banyak kategori dari media sosial. Terdapat 26 kategori media sosial yang populer digunakan di internet, salah satunya adalah media sosial Instagram.

Instagram merupakan salah satu jenis platform yang biasanya digunakan untuk berbagi gambar, foto atau video yang dikembangkan oleh

Kevin Systrom dan Mike Krieger. Instagram berasal dari kata “Insta” atau kata Instan yang artinya Instagram dapat menampilkan foto secara instan layaknya sebuah *polaroid*. Sedangkan kata “gram” diambil dari kata Telegram, yaitu tersebarnya informasi secara cepat kepada orang lain, sehingga kata Instagram mengacu pada gabungan istilah Instant-Telegram, foto atau gambar secara cepat dalam komunikasi online (Pratama, 2020).

Menurut Atmoko, Instagram merupakan aplikasi dengan fitur yang dapat membuat sebuah foto atau video menjadi lebih indah dan artistik. Pada buku Instagram Handbook, Atmoko menjelaskan bahwa aplikasi Instagram mempunyai lima menu utama yang semua menunya terletak pada bagian bawah aplikasi, yaitu (Atmoko, 2012):

1. Beranda adalah halaman muka yang menampilkan *timeline* foto terbaru dan pengguna yang telah diikuti.
2. Pencarian adalah bagian yang memungkinkan pengguna untuk mencari akun atau gambar pengguna lain yang sedang populer.
3. Kamera adalah menu yang digunakan untuk memungkinkan pengguna mengambil foto secara instan dengan berbagai efek yang disediakan oleh aplikasi dan mengunggah foto atau video ke Instagram.
4. Profil, merupakan halaman seseorang bisa mendapatkan informasi detail pengguna tentang dirinya dan pengguna Instagram lainnya.
5. *News feed*, fitur ini merupakan fitur yang menampilkan notifikasi tentang berbagai aktivitas pengguna Instagram.

Foto, gambar, atau video yang diunggah oleh pengguna dapat diberikan penjelasan dengan mengakses fitur-fitur berikut:

1. *Caption*, fungsi *caption* ialah untuk membuat judul atau keterangan dari apa yang diunggah sehingga dapat memperkuat karakter atau pesan yang disampaikan oleh gambar tersebut.
2. *Hashtag*, merupakan suatu tagar atau label berupa kata yang diawali dengan tanda pagar (#). Fitur ini menjadi penting karena dapat

memudahkan pencarian foto di Instagram dengan tagar tertentu. Lokasi (*geotage*) yang disediakan pada Instagram dapat menampilkan lokasi pengambilan gambar, foto atau video.

3. *Share*, adalah fitur pada Instagram yang digunakan untuk berbagi unduhan di media sosial lain seperti Facebook, Twitter, dan lainnya.

Instagram juga memiliki beberapa fitur untuk berinteraksi dengan pengguna Instagram lainnya, fitur yang bisa dilakukan di Instagram yaitu:

1. Ikuti (*follow*), menu ini dapat digunakan seseorang untuk mengikuti atau berteman dengan pengguna lain yang dianggap menarik untuk diikuti.
2. Suka (*like*), menu ini merupakan menu yang digunakan untuk menyukai unggahan di *timeline*. Pengguna dapat memberikan like dengan dua cara, yaitu: Pertama, dengan menekan tombol like berupa simbol love di bagian bawah *caption* di samping komentar. Kedua, ketuk dua kali gambar yang Anda inginkan.
3. Komentar (*Comment*), komentar adalah bagian dari komunikasi, tetapi patut diingat dalam kehidupan dan arahan pribadi. Karena dengan adanya komentar, siapapun dapat dengan bebas mengomentari gambar tersebut, baik itu saran, pujian maupun kritik.
4. *Mention*, fitur ini digunakan untuk menyebut pengguna lain dengan cara menambahkan tanda arroba (@) dan menulis akun Instagram pengguna tersebut.
5. Menu pesan (*message*), sebuah fungsi yang membantu pengguna mengirimkan pesan pribadi berupa foto, video atau teks yang dikirim oleh pengguna Instagram lainnya.

BAB III

GAMBARAN UMUM UNGGAHAN AKUN INSTAGRAM @SKETSADAKWAHH

Unggahan akun Instagram @sketsadakhwahh pada rentang waktu Juni 2021 hingga Mei 2022 sebanyak 139 unggahan, berikut merupakan klasifikasi unggahan berdasarkan konteksnya :

Table 2.1 Jumlah Unggahan Berdasarkan Isi Pesan Periode Juni 2021-Mei 2022


No	Kandungan	Postingan
1.	Pesan Akidah	34
2.	Pesan Syariah	41
3.	Pesan Akhlak	26
4.	Tutorial	18
5.	Iklan	20
6.	Ucapan	3
7.	Video	4
	Jumlah	139

Berdasarkan data di atas peneliti mengambil gambar yang memiliki respon terbanyak dan respon paling sedikit pada unggahan sesuai dengan konteks atau isi pesan dakwah dengan tema akidah, syariah, dan akhlak. Peneliti mengambil 13 gambar sebagai sumber data yang akan diteliti. Berikut merupakan klasifikasi poster berdasarkan tema akidah, syariah dan akhlak.

A. Unggahan yang mengandung pesan akidah pada akun Instagram @sketsadakhwahh

Poster yang mengandung pesan akidah berjumlah satu poster. Pesan akidah yang dalam poster ini terkait pesan hidayah Allah yang diberikan kepada siapapun yang Ia kehendaki.

Table 3.2 Unggahan Yang Mengandung Pesan Akidah

No	Gambar	Keterangan
1		<p>Diunggah : 18 Maret 2021 Jumlah like : 204.838 Jumlah Komentar : 492 Pesan : Akidah (Hidayah Allah)</p>

Caption pada gambar table 3.1:

“di antara sebab hilangnya hidayah & taufik adalah ketika seseorang merasa ibadah yang ia miliki lebih baik dibanding orang lain. Atau dosa yang ia lakukan dianggap lebih ringan dibanding dosa yang orang lain lakukan, sehingga muncul dalam hatinya sifat merasa lebih baik dari orang lain.

Sebab seseorang mendapat hidayah diantaranya adalah ketika ia bertaubat, pasrah & berserah diri kepada Rabb yang Maha Kuasa. Ketika seseorang tak putus asa memohon ampunan walau dosa yang ia lakukan tak terhitung besarnya. Sebab hatinya yakin tak ada yang mampu memberi ampunan, petunjuk & rahmat selain Allah. Dalam Al-Qur'an Allah mengatakan:

"...Allah memberi hidayah kepada orang yang Dia kehendaki, dan Allah lebih mengetahui orang-orang yang mau menerima petunjuk" (QS. Al-Qashash: 56)


Juga dalam hadits Qudsi yang shahih, Allah Ta'ala berfirman:

"Wahai hamba-hamba-Ku, kalian semua tersesat kecuali orang yang Aku beri petunjuk, maka mintalah petunjuk kepada-Ku niscaya Aku akan berikan petunjuk kepada kalian" (HR. Muslim no. 2577). Wallaahu waliyyut taufik was sadaad."

B. Unggahan yang mengandung pesan syariah pada akun Instagram @sketsadakwahn

Pesan pada poster yang memuat pesan syariah terdapat sepuluh. Pesan syariah ialah pesan yang membahas terkait aturan Allah dan Rosul serta ibadah. Unggahan pertama membahas terkait pertemanan jumlah gambar yang diunggah sebanyak 3 *slide*, unggahan kedua membahas terkait hijrah terdapat 6 *slide*, dan poster keempat membahas terkait ibadah membaca Al-quran.

Table 3.3 Unggahan Yang Mengandung Pesan Syariah

No	Gambar	Keterangan
1		<p>Diunggah : 5 Oktober 2021 Jumlah like : 29126 Jumlah komentar : 218 Pesan : Syariah (Pertemanan)</p>



2



Diunggah : 21 Oktober 2021
 Jumlah like : 21.847
 Jumlah Komentar : 332
 Pesan : Syariah (Hijrah)

asketsadawahh 4 Level Ketika Hijrah 3/6



NORMAL

Semakin tertarik mempelajari Sunnah. Mulai pelihara jenggot, pakai celana yg gak isbal, tertarik memakai cadar (bagi wanita). Mulai meninggalkan pacaran, rokok, game, nongkrong2 gak jelas & hal-hal yang dirasa kurang bermanfaat




EFEK YANG DITIMBULKAN

Mulai dianggap gak asyik sama teman/geng. Sikap mereka jadi agak canggung & berbeda karena merasa kita sudah gak sefrekuensi dengan mereka

asketsadawahh 4 Level Ketika Hijrah 5/6

EXPERT

Sebisa mungkin berpegang teguh pada Qur'an & Sunnah. Meninggalkan syirik & bid'ah, memilih yang semahaj dalam mencari pasangan, selalu berusaha mengikuti jalan para salafush shalih




EFEK YANG DITIMBULKAN

Dituduh wahabi, lebay, aliran sesat. Lupakan bid'ah, dianggap berlebihan dalam beragama, & tuduhan2 buruk lainnya. Keluarga, teman, maupun lingkungan sekitar jadi memandang aneh & sinis





asketsadawahh 4 Level Ketika Hijrah 4/6

HARD

Betah di rumah. Kalau keluar selalu sadar untuk pakai hijab dan kaos kaki. Dan gak tabarruj saat ingin keluar rumah. Udah gak mau bersentuhan dengan yang bukan mahram. Berani meninggalkan ghibah, musik, upload2 foto, orisan, riba, asuransi, dan sebagainya




EFEK YANG DITIMBULKAN

Keluarga dan orang-orang sekitar mulai pisih. Kadang jadi omongan orang karena merasa perilaku kita terkesan aneh menurut mereka




		
3		<p>Diunggah : 4 Maret 2022 Jumlah like : 1405 Jumlah Komentar : 7 Pesan : Syariah (Ibadah membaca Al-Quran)</p>

Pada *caption* dalam unggahan poster tabel 3.2 nomor 1 menuliskan: “Kunci untuk istiqomah dan tetap dalam hidayah ada pada sahabat/teman dekat. Karena kadar keimanan seseorang sangat dipengaruhi oleh pergaulan dan lingkungannya, Rasulullah SAW bersabda:

“Seseorang itu menurut agama teman dekatnya, maka hendaklah kalian melihat siapakah yang menjadi teman dekatnya” (HR. Abu Daud dan Tirmidzi).

Syaikh Abdurrazzaq bin Abdul Muhsin Al-Badr mengatakan:

"Diantara cara untuk tetap istiqomah diatas kebenaran dan hidayah adalah dengan benar-benar selektif memilih teman dekat. Ia pilih siapa yang sekiranya dapat membantunya untuk tetap istiqomah diatas agama. Karena yang namanya teman dekat itu pasti akan menarik temannya, dan pasti akan memberi pengaruh kepadanya".

Pada hadits lain, Rasulullah SAW bersabda:

"Permisalan teman duduk yang shalih dan buruk adalah seperti penjual minyak wangi dan tukang pandai besi. Adapun penjual minyak wangi, bisa jadi ia akan memberimu minyak wangi, atau kamu akan membeli darinya atau kamu akan mendapat bau harum darinya. Adapun tukang pandai besi, bisa jadi ia akan membuat pakaianmu terbakar, atau kamu akan mendapat bau yang tidak sedap darinya" (HR. Bukhari no. 2101, Muslim no. 2628)

Begitulah mulianya Islam dalam mengatur masalah pergaulan. Maka, bersahabatlah dengan orang-orang yang tidak hanya having fun di dunia, tapi yang juga mengajak kita menuju surga-Nya. Dan kalau kita sulit mendapat sahabat yang shalih, berusahalah untuk jadi salah satunya. Jadilah kita sahabat yang membuat seseorang beruntung dan bertambah imannya.

Umar bin Khattab radhiyallahu 'anhu berkata:

"Tidaklah seseorang diberikan kenikmatan setelah Islam, yang lebih baik daripada kenikmatan memiliki saudara (semuslim) yang saleh. Apabila engkau dapati salah seorang sahabat yang saleh maka peganglah erat-erat" (Quutul Qulub 2/17) Wallaahu waliyyut taufik was sadaad."

Caption yang ditulis pada tabel 3.2 nomor 2 unggahan ini ialah:

"level - level ketika hijrah. Diurutkan berdasarkan tingkat kesulitannya. Kalian ada di tahap mana sekarang? Bagi yang belum hijrah, semoga Allah kuatkan langkahnya untuk berubah. Bagi yang sudah hijrah, semoga Allah istiqomahkan hingga husnul khotimah. Aamiin"

Caption pada poster tabel 3.2 nomor 3 dituliskan Al-Qur'an adalah:


"Petunjuk ke jalan yang lurus. Tidak akan tersesat orang yang berpegang teguh dengan Al-Qur'an. Tak akan ada habisnya bila kita terus mencari faedah dari Al-Qur'an, dan tak akan pernah bosan orang yang hatinya terpaut pada Al-Qur'an. Keajaiban-keajaibannya tidak akan habis.

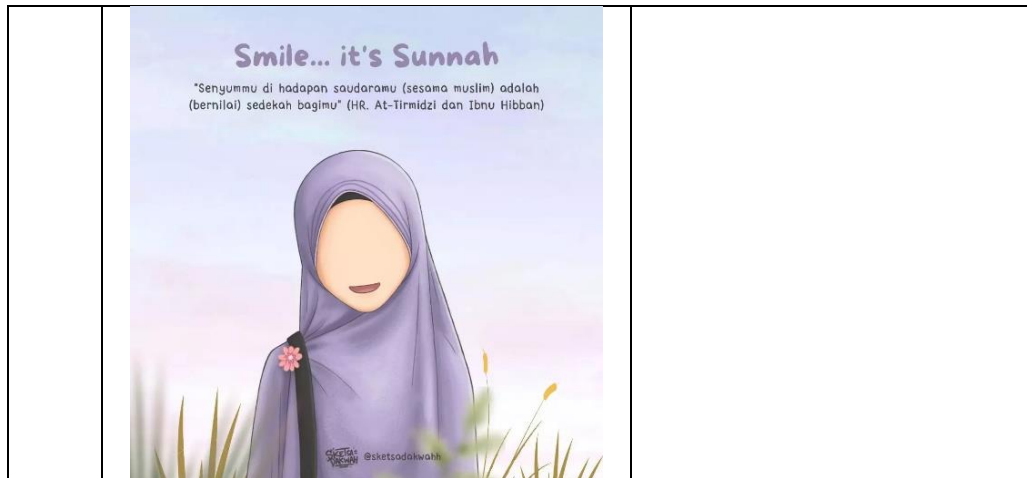
Barangsiapa yang berkata dengan Al-Qur'an, berarti dia telah berkata yang benar, barangsiapa yang beramal dengan Al-Qur'an, dia akan mendapatkan pahala, barangsiapa berhukum dengan Al-Qur'an, dia berhukum dengan keadilan dan barangsiapa yang berdakwah kepada Al-Qur'an, maka ia telah diberi petunjuk ke jalan yang lurus. Maka suatu ibadah yang paling baik adalah seseorang ber-taqarrub (mendekatkan diri) kepada Allah Ta'ala dengan membaca Al-Qur'an".

C. Unggahan yang mengandung pesan akhlak pada akun Instagram @sketsadakwahh

Poster yang memuat pesan akhlak terdapat dua unggahan poster. Pesan akhlak ialah pesan yang membahas terkait budi pekerti dan tingkah laku. Akhlak adalah sikap yang melahirkan tingkah laku manusia. Akidah, Syariah dan Akhlah merupakan satu kesatuan yang tak bisa dipisahkan dari ajaran agama Islam. Pembahasan pesan akhlak yang diteliti terkait sabar dan syukur dalam menghadapi musibah serta senyum.

Table 3.4 Unggahan Yang Mengandung Pesan Akhlak

No	Gambar	Keterangan
1.		<p>Diunggah : 26 September 2021 Jumlah Like:3597 Jumlah Komentar : 26 Tema : Akhlak</p>
2		<p>Diunggah : 27 Mei 2022 Jumlah like : 1354 Jumlah komentar : 7 Pesan : Akhlak (Senyum)</p>



Unggahan pada table 3.3 gambar no 1 menuliskan caption:

“Agar hati selalu tenang dan ridho dalam menerima cobaan maupun ujian dari Allah, ingatlah bahwa diluar sana ada orang yang merindukan keadaan seperti diri kita karena begitu berat cobaan dan ujian mereka dibanding yang kita terima

Jika kita sedang sakit, diluar sana ada orang yang sakitnya lebih parah dari kita

Jika kita memiliki masalah, diluar sana ada orang yang masalahnya lebih pelik dari kita

Jika kita fakir, diluar sana pun ada orang yang kondisinya lebih fakir dari diri kita

Selalu dalam hidup ini kita akan merasakan suka dan duka. Bagaimanapun lapang/sempitnya kehidupan yang seseorang jalani. Maka dari itu, jadikan sabar dan syukur sebagai modal utama dalam menyikapi segalanya

Ikrimah rahimahullah berkata, *“Setiap insan pasti pernah merasakan suka dan duka. Oleh karena itu, jadikanlah sukamu adalah syukur dan dukamu adalah sabar”*

Tetaplah sabar dan kuatkan kesabaran, sebab pada hakikatnya tidaklah ujian diberikan kepada seorang hamba melainkan Allah tau ia mampu melewatinya

Wallaahu waliyyut tawfik was sadaad”

Unggahan pada table 3.3 gambar no 2 menuliskan *caption*:

“senyum itu mudah, senyum itu murah, senyum itu sedekah, senyum itu ibadah, senyum itu sunah, Maka, tersenyumlah. Tapi, kalau disenyumin jangan baper yaa. Kata Nabi SAW:

"Senyumu di hadapan saudaramu (sesama muslim) adalah bernilai sedekah bagimu" (HR at-Tirmidzi no. 1956, Ibnu Hibban no. 474 dan 529, dll. Dinyatakan shahih oleh Ibnu Hibban, dan dinyatakan hasan oleh at-Tirmidzi an syaikh al-Albani dalam ash-Shahihah no. 572) Wallaahu waliyyut taufik was sadaad"

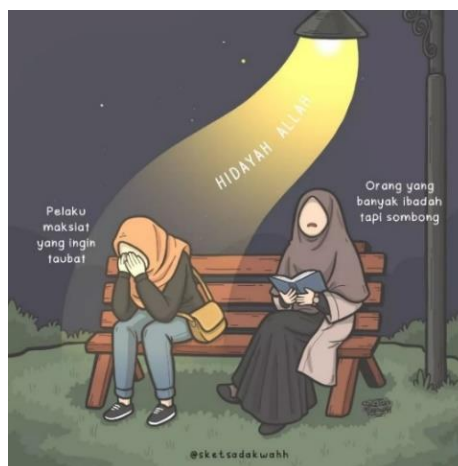
BAB IV

ANALISIS UNGGAHAN AKUN INSTAGRAM @SKETSADAKWAHH

Berdasarkan pengumpulan data melalui dokumentasi terdapat 13 unggahan poster yang dianalisis. Penelitian ini menggunakan analisis isi (*content analysis*) menurut Burhan Bugin dengan cara menemukan simbol, mengklarifikasi serta menganalisa isi poster yang mengandung pesan dakwah akidah, syariah dan akhlak pada akun Instagram @sketsadakwahn.

A. Unggahan Yang Mengandung Pesan Akidah Pada Akun Instagram @Sketsadakwahn

Gambar 4. 1 Screenshot Unggahan Akun Instagram @sketsadakwahn



Berdasarkan unggahan Gambar 4.1 menggunakan ilustrasi dua perempuan berjilbab yang sedang duduk di taman, ilustrasi tersebut menyampaikan pesan hidayah yang Allah berikan kepada seorang wanita pelaku maksiat yang ingin bertobat dan Allah tidak memberikan hidayah kepada orang yang sombong dalam melakukan ibadah. Pesan dakwah dalam poster tersebut memuat jenis pesan berupa karya seni. Pada poster hanya memuat gambar dengan sedikit kalimat yang dituliskan sebagai penjelas dari ilustrasi yang digambarkan hal ini akan membuat perbedaan respon dalam menanggapi poster tersebut. Ada seseorang yang akan

berpikir bahwa pelaku maksiat akan Allah berikan hidayah kepadanya, sehingga ia terus berbuat maksiat dan enggan untuk beibadah, dan akan menimbulkan persepsi bahwa tidak menjadi permasalahan ketika orang melakukan maksiat (membenarkan kemaksiatan). Padahal maksud dari pesan yang ingin disampaikan ialah bahwa Allah akan memberikan kesempatan kepada siapapun untuk mendapatkan hidayah dari-Nya sesuai dengan kehendak-Nya. Pada gambar (poster) yang diunggah pun tidak mencantumkan ayat Al-Qur'an ataupun kutipan hadits. Poster yang tidak memiliki kutipan ayat Al-Qur'an, hadits, ataupun perkataan ulama akan dapat menimbulkan multitafsir oleh para mad'u apabila seorang mad'u tidak membaca penjelasan yang dituliskan pada *caption*.

Pesan yang disampaikan pada unggahan ini membahas terkait hidayah Allah yang diberikan kepada siapapun yang Ia kehendaki termasuk kepada pelaku maksiat. Pesan dakwah ini termasuk pada dalam tema perbahasan akidah. Membahas terkait keyakinan seseorang akidah keyakinan terhadap sifat wajib Allah yaitu sifat *iradah* yang artinya berkehendak. Unggahan ini menyampaikan pesan bahwa Allah memberikan hidayah kepada siapapun yang Ia kehendaki dan mempercayai *asma'* Allah yang Maha Pengampun. Hal ini ditunjukkan pada tulisan ayat al –quran yang terdapat pada *caption*:

"...Allah memberi hidayah kepada orang yang Dia kehendaki, dan Allah lebih mengetahui orang-orang yang mau menerima petunjuk" (QS. Al-Qashash: 56)

Hidayah merupakan hak prografif Allah, tidak ada siapapun yang tahu siapa sajakah yang mendapatkan hidayah dari Allah SWT. QS. Al-Ghafir ayat 35 mengatakan bahwa:

... كَذَلِكَ يَطْبَعُ اللَّهُ عَلَىٰ كُلِّ قَلْبٍ مُّتَكَبِّرٍ جَبَّارٍ

Artinya:

"...demikianlah mengunci mati hati orang yang sombong dan sewenang-wenang".

Sifat sombong adalah salah satu sifat yang menyebabkan amalan tidak diterima oleh Allah SWT. Dari Abdullah bin Mas'ud RA, Nabi SAW, beliau bersabda:

"Tidak akan masuk surga orang yang dalam hatinya terdapat sifat sombong walaupun sebesar biji sawi." Seorang lelaki bertanya, "Sesungguhnya ada orang yang senang jika pakaiannya bagus dan sandalnya pun bagus." Beliau bersabda, "Sesungguhnya Allah itu Maha Indah dan mencintai keindahan. Kesombongan itu ialah menolak kebenaran dan merendahkan sesama manusia."(HR. Muslim Nomor 2749)

Poster ini menampilkan karakteristik pesan dakwah yang seimbang menginformasikan bahwa orang yang rajin beribadah saja bisa tidak mendapatkan hidayah Allah dan tidak disenangi Allah karena kesombongannya yang ia lakukan, bahkan Allah lebih menyukai orang-orang yang gemar bertobat dan mengakui kesalahannya seperti firman Allah dalam potongan Surah Al-Baqarah ayat 222:

إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ التَّوَّابِينَ وَيُحِبُّ الْمُتَطَهِّرِينَ

Artinya:

"...Sungguh Allah menyukai orang yang tobat dan menyukai orang yang menyucikan diri".

Pada diri orang yang sombong akan menolak nilai kebaikan dan fakta kebenaran yang diberikan kepadanya. Ketika melakukan ibadah dan amal saleh seseorang dapat terjerumus dalam kesombongan. Orang-orang yang sombong akan memandang orang lain sebagai makhluk yang paling rusak, celaka dan hanya dirinyalah yang benar dan pantas masuk surga. Orang yang sombong dalam beribadah akan selalu menilai ibadah orang lain itu salah dan hanya ibadahnya yang dilakukan olehnya yang benar. Sifat sombong akan menghapuskan segala pahala dari amalan yang telah ia lakukan. Hal tersebutlah yang menjadi alasan Allah lebih menyukai orang-orang yang gemar bertaubat.

Pada aspek jenis huruf *mungil* yang digunakan termasuk jenis huruf telah memiliki kesesuai isi pesan dengan karakter pesan yang sampaikan secara santai dan tidak formal. Karakter jenis huruf ini memiliki karakter yang anggun, santai, kurang formal, pribadi, tradisional. pesan yang disampaikan dalam warna biru memiliki makna simbolis kepercayaan, keyakinan, kebijaksanaan, keharmonisan, ketenangan, loyalitas, kecerdasan, surga, iman, lembut, ikhlas, dingin. Warna elemen langit, air, dan udara. Warna hijau memiliki makna pertumbuhan, kesuburan, kesegaran, stabilitas, ketahanan. Memiliki emosional kuat dengan keselamatan, memiliki kekuatan menyembuhkan warna yang tenang dan warna paling nyaman di mata. Warna coklat makna simbolisnya hangat, alami, membumi, stabil, kesejahteraan, kenyamanan, tenang, bersahabat, rendah hati, sentosa. Serta warna kuning memiliki makna sinar matahari, kebahagiaan, energi, licah, cerah, hangat, terang, bijaksana, pengecut, pengkhianat. Poster tersebut menggunakan warna biru tua sebagai warna *background* yang melambangkan langit malam, warna hijau pada rumput yang melambangkan alam, warna kuning pada lampu yang melambangkan cahaya, serta warna coklat yang digunakan pada ilustrasi bangku dan warna pakaian yang melambangkan kenetralan.

B. Unggahan Yang Mengandung Pesan Syariah Pada Akun Instagram @Sketsadakwahh

Gambar 4.2 Screenshot Unggahan Akun Instagram @sketsadakwahh



Gambar 4.3 Screenshot Unggahan Akun Instagram @sketsadakwahn



Gambar 4.4 Screenshot Unggahan Akun Instagram @sketsadakwahn



Pada gambar 4.2 berilustrasikan empat perempuan dan bertuliskan kata “dulu”. Gambar ini menceritakan penampilan yang dikenakan dalam pertemanan pada masa lalu. Pada gambar 4.3 terdapat kata “sekarang” dan ilustrasi empat perempuan bercadar yang menggambarkan penampilan sekarang, kedua poster ini menceritakan perubahan penampilan pada zaman dulu dan sekarang, yang sebelumnya tidak berjilbab dan memakai cadar sekarang memakai jilbab dan cadar. Gambar 4.4 merupakan pesan berupa kalimat yang diambil dari hadits nabi tentang pertemanan. Pada halaman inilah disampaikan penjelasan dari gambar di halaman sebelumnya. Gambar menggunakan jenis huruf *mungil*. memiliki karakter yang anggun, santai,

kurang formal, pribadi, tradisional. Pesan dakwah dan karakteristik jenis huruf yang digunakan sesuai.

Unggahan gambar 4.2 sampai gambar 4,3 dapat dianalisis bahwa ketiga gambar tersebut menggunakan ilustrasi beseri yang memiliki kesinambungan cerita di setiap halamannya. Jenis pesan dakwah yang disampaikan dalam poster pada gambar 4.2 dan 4.3 ialah karya seni karena poster hanya menampilkan ilustrasi saja tanpa mencantumkan ayat Al-Quran dan hadits. Pada gambar 4.4 jenis pesan dakwah yang digunakan berupa hadits nabi Muhammad SAW yang diriwayatkan oleh Abu Daud dan Tirmidzi, hadits ini dishahihkan oleh Syaikh Al-Albani dalam Silsilah Ash-Shahihah nomer 927.

Pesan yang disampaikan membahas terkait hubungan manusia dengan manusia lainnya dalam interaksi sosial (*muamalah*). Banyak jenis yang dibahas dalam pembahasan muamalah salah satunya terkait pergaulan sesama umat muslim. Pesan dakwah tentang muamalah termasuk dalam tema syariah. Manusia adalah makhluk sosial, memiliki teman atau sahabat dapat memberikan manfaat. Sebagai umat muslim sudah seharusnya memilih dan menjadi teman dekat yang berkualitas, serta mampu memberikan pertolongan di dunia dan di akhirat seperti sabda Rasulullah:

“Teman yang paling baik adalah apabila kamu melihat wajahnya kamu teringat akan Allah, mendengar kata katanya menambah ilmu agama, melihat gerak-geriknya teringat mati, Sebaik sahabat di sisi Allah ialah orang yang terbaik terhadap temannya dan sebaik – baik tetangga di sisi Allah ialah orang yang terbaik terhadap tetangganya.” (HR. Hakim)

Poster ini memiliki karakteristik yang orisinal. Pada poster mengutip hadits nabi yang merupakan sumber terpercaya. Selain itu, poster ini bersifat rasional yang dapat diterima oleh akal bahwa lingkungan atau pertemanan dapat mempengaruhi ketakwaan seseorang kepada Allah swt. Hal ini ditunjukkan pada *caption* yang bertuliskan: Syaikh Abdurrazaq bin Abdul Muhsin Al-Badr mengatakan:

"Diantara cara untuk tetap istiqomah diatas kebenaran dan hidayah adalah dengan benar-benar selektif memilih teman dekat. Ia pilih siapa yang sekiranya dapat membantunya untuk tetap istiqomah diatas agama. Karena yang namanya teman dekat itu pasti akan menarik temannya, dan pasti akan memberi pengaruh kepadanya".

Pesan yang diberikan pada aspek warna coklat yang digunakan sebagai *background* dan ilustrasi memiliki makna hangat, alami, membumi, stabil, kesejahteraan, kenyamanan, tenang, bersahabat, rendah hati, sentosa. Pesan yang disampaikan mengandung pesan persahabatan dan kehangatan, kenyamanan, sehingga pesan dan warna yang digunakan memiliki kesinambungan makna.

Gambar 4. 5 Screenshot Unggahan Akun Instagram @sketsadakhwahh



Gambar 4. 6 Screenshot Unggahan Akun Instagram @sketsadakhwahh



Gambar 4. 7 Screenshot Unggahan Akun Instagram @sketsadakwahn



Gambar 4. 8 Screenshot Unggahan Akun Instagram @sketsadakwahn



Gambar 4. 9 Screenshot Unggahan Akun Instagram @sketsadakwahn



Gambar 4. 10 Screenshot Unggahan Akun Instagram @sketsadakwahh



Berdasarkan unggahan tersebut dapat dianalisis bahwa gambar 4.5 sampai gambar 4.10 tersebut menggunakan Ilustrasi berseri menggambarkan adanya kesinambungan cerita pada poster satu dengan poster lainnya. Poster di atas menyampaikan pesan terkait empat level ketika hijrah berdasarkan fenomena yang ada di masyarakat. Tingkatan level tersebut ialah level *easy*, *normal*, *hard*, *expert*. Poster di atas menggunakan karya seni sebagai jenis pesan dakwah dengan memvisualisasikan keadaan atau larangan dalam bentuk gambar dan ikon-ikon. Pada poster tidak mengutip ayat Al-Qur'an, Hadits Nabi, dan juga perkataan ulama, sebagai sumber isi pesan.

Isi pesan yang disampaikan termasuk dalam tema syariah. Ilustrasi serta tulisan pada poster menunjukkan fenomena yang terjadi di masyarakat yang terkait dengan aspek syariah aturan dalam Islam yakni: Pada level *easy* (mudah) poster menyampaikan terkait kehidupan sudah mulai mengikuti aturan syariat namun niat dan semangat masih tergoyahkan oleh pembicaraan orang lain sehingga mengalami naik dan turun.

Level kedua adalah level normal level ini terdapat pada poster di gambar 4.7 Pesan yang disampaikan melalui poster tersebut kehidupan semakin lebih tertarik kepada hal-hal yang sunah seperti memakai cadar bagi wanita, meninggalkan pacaran, rokok, game dan juga meninggalkan

hal-hal yang kurang bermanfaat. Dampak yang terjadi ketika seseorang berada pada level ini ialah mulai dianggap tidak asyik dengan teman dan merasa canggung karena dianggap sudah tidak sefrekuensi.

Level ketiga pada gambar 4.8 ialah level *hard* atau sulit. Pada level ini menyampaikan pesan bahwa perempuan lebih betah di rumah kalau pun ia keluar rumah selalu menggunakan jilbab dan kaos kaki dan tidak *tabarruj*, tidak bersentuhan dengan bukan mahram serta berani meninggalkan hal-hal seperti *ghibah*, musik, mengupload foto-foto, arisan, riba, asuransi dan sebagainya. Efek yang ditimbulkan pada level ini ialah keluarga dan orang-orang di sekitar semakin risih dan menjadi bahan pembicaraan orang karena perilaku yang terkesan aneh di masyarakat.

Level keempat adalah level *expert* pada level ini Pesan yang disampaikan dalam kehidupannya wanita sebisa mungkin berpegang teguh pada Al-quran dan Sunah, meninggalkan syirik dan perbuatan bid'ah, memilih pasangan hidup yang semanhaj dan mengikuti jalan para Salafus Shalih. Dampak yang terjadi pada level ini ialah dituduh Wahabi, berlebihan dalam beragama, penganut aliran sesat, tukang bid'ah dan dituduh hal yang buruk-buruk, dianggap aneh oleh keluarga, teman dan lingkungan sekitar. Pada gambar 4.10 terakhir pesan yang disampaikan semakin seseorang taat terhadap agamanya semakin dianggap aneh oleh orang-orang sekitarnya dan hal ini sungguh ironis. Dakwah dengan Ilustrasi dalam poster di atas jika disampaikan secara luas melalui media sosial akan meimbulkan berbagai pendapat ada yang setuju atau mendukung dan ada juga orang yang menolak. Dakwah yang bersifat eksklusif cenderung tertutup dalam menghadapi perkembangan zaman dan jauh dari sikap egalitarian yang bisa diterima oleh semua golongan di masyarakat khususnya di Indonesia serta masyarakat di Indonesia masih menganggap hal tersebut merupakan hal yang aneh karena berbeda dari kebudayaan yang ada di Indonesia dan menganggap dakwah yang dilakukan merupakan dakwah yang ekstrem sesuai dengan isi pesan yang ada dalam poster.

Penggunaan ikon bintang pada setiap tingkatan level memberikan kesan bahwa sesama Muslim atau muslimah tidak dalam posisi sejajar dan juga menyimbolkan bahwa semakin tinggi level atau semakin banyak bintang yang didapatkan maka semakin tinggi juga derajatnya.

Menurut pandangan ulama hijrah syar'i (*hijrah syar'iyah*) diklasifikasikan menjadi dua jenis yakni hijrah secara fisik dan hijrah non fisik. Pada konten ini pesan yang disampaikan pada poster mengarah pada hijrah secara non fisik yakni hijrah yang disebutkan dalam al-quran dan hadits dengan istilah lain hijrah kepada Allah dan rosul-Nya. Hijrah kepada Allah ialah menjadikan Allah sebagai satu-satunya dzat untuk mengabdikan dan berpasrah serta menjalankan ibadah semata-mata karena Allah. Sedangkan hijrah kepada Rosul-Nya ialah selalu menjalankan apa yang diajarkan oleh Rosulullah baik dari perilaku dan ucapan secara dzahir maupun batin (Meiranti, 2019).

Fenomena hijrah pada saat ini melakukan perubahan-perubahan seseorang dengan cara bertaubat dan cenderung ke perubahan fashion seperti memakai gamis, menumbuhkan jenggot, memakai cadar dan simbol keagamaan sebagai wujud ketakwaan untuk berhijrah. Hijrah yang dilakukan lebih kepada perubahan sikap, gaya hidup, dan gaya pakaian yang lebih syar'i dari yang dulunya memakai celana ketat berubah dengan berpakaian gamis dan kerudung yang lebar dan jika lelaki memakai celana panjang di atas mata kaki serta memakai gamis syar'i. Hijrah yang menjadi trend masyarakat sekarang menjadikan hijrah yang dimaksud bukan hijrah yang sesungguhnya melainkan hijrah yang hanya berkesan Islami saja tetapi tidak memasukkan nilai islami dalam ruhaninya.

Pesan dakwah yang ada dalam poster tersebut merupakan ajaran yang ada dalam Islam, namun ajaran ini terdapat perbedaan pendapat dari para ulama yang ada di Indonesia, begitu dengan pandangan masyarakat Indonesia yang kental dengan kebudayaan lokalnya. Bahkan sebagian menganggapnya sebagai hal yang aneh dan ekstrem sehingga dakwah

seperti pesan dakwah seperti ini hanya dapat diterima di kelompok tertentu saja. Karakteristik pesan yang ditampilkan dalam poster ini ialah kakteristik pesan yang lengkap serta komperhensif ditunjukkan Islam mengatur segala aspek, baik aspek kebiasaan (habit), ekonomi, dan bepakaian.

Pesan yang diberikan dalam aspek warna yang digunakan sebagai *background* adalah warna coklat hitam keabuan bermakna simbolis kekuatan, formalitas, tegas, netral, tenang dan sederhana. Warna yang digunakan pada tulisan menggunakan warna yang kontras dari warna *background* sehingga tulisan lebih mudah terbaca.

Pada gambar 4.5 tulisan menggunakan warna putih yang memiliki makna simbolis bersih, spiritual, pemaaf, harapan, kedamaian, murni, kepolosan, kehalusan, terang; kuning yang memiliki makna simbolis , kebahagiaan, energi, licah, cerah, hangat, terang, bijaksana, pengecut, pengkhianat serta warna jingga yang memiliki makna simbolis Kegembiraan, sinar matahari, semangat, kebahagiaan, hangat, tropis, daya tarik, pesona, krativitas, kesuksesan, dorongan dan stimulus.

Warna hijau pada headline level *easy* yang memiliki makna simbolis pertumbuhan, kesuburan, kesegaran, stabilitas, nyaman, alam serta ketahanan makna ini memiliki kesesuaian pada level *easy* yang masih dalam level pertumbuhan atau berkembang. Warna biru digunakan sebagai warna *headline* pada gambar 4.8, warna ini memiliki makna kepercayaan, keyakinan, kebijaksanaan, keharmonisan, ketenangan, loyalitas, kecerdasan, surga, iman. Makna yang dimiliki dari warna ini sesuai dengan makna level normal, pesan yang disampaikan pada level ini berupa kepercayaan dan keyakinan terhadap hal-hal yang sunah. Gambar 4.9 dan gambar 4.10 menggunakan warna merah sebagai warna *headline* tulisan pada poster yang memiliki makna energi, bahaya, kekuatan, gairah, tekad, berani, pengorbanan, vitalitas, semangat, lambang api dan bahaya. Makna ini juga sesuai dengan pesan yang disampaikan pada tulisan *hard* dan *expert*. Pesan yang disampaikan pada level ini berani, bertekad dan

berkorban untuk melakukan hal-hal yang dianggap lebih berbeda dari budaya setempat.

Warna coklat dan hitam digunakan sebagai warna pakaian yang memiliki makna netral, nyaman, tenang rendah hati, dan elegan. Warna kuning pada ilustrasi bintang yang memiliki makna terang dan cerah serta warna merah pada rambu larangan yang berarti berbahaya atau larangan.

Gambar 4. 11 Screenshot Unggahan Akun Instagram @sketsadakwahh



Unggahan gambar 4.11 tersebut termasuk poster dakwah yang mengajak pembaca untuk berdzikir dengan cara membaca Al-Quran. Unggahan ini menggunakan hadits nabi Muhammad Saw sebagai jenis pesan dakwah. Kalimat “*Al-Quran adalah sebaik – baik dzikir*” yang merupakan kutipan hadits Rasulullah yang diriwayatkan oleh Ibnu Khuzaimah. Kalimat yang dituliskan pada unggahan menggunakan jenis huruf mungil yang menyampaikan pesan dengan karakter yang menarik, bersahabat, santai, dan kreatif.

“Barangsiapa yang berkata dengan Al-Qur’an, berarti dia telah berkata yang benar, barangsiapa yang beramal dengan Al-Qur’an, dia akan mendapatkan pahala, barangsiapa berhukum dengan Al-Qur’an, dia berhukum dengan keadilan dan barangsiapa yang

berdakwah kepada Al-Qur'an, maka ia telah diberi petunjuk ke jalan yang lurus”.

Kalimat tersebut merupakan kalimat yang dituliskan pada caption unggahan yang membahas terkait Al-Quran sebagai pedoman hidup, pembahasan ini termasuk ke dalam pesan dakwah dengan tema syariah. Penggunaan ilustrasi dapat memperjelas isi pesan serta memiliki kesesuaian antara tema dan pesan. Ilustrasi menggunakan ilustrasi Al-quran yang merupakan simbol dari kitab suci umat Islam yang di dalamnya terdapat firman-firman Allah. Pada sekelilingnya terdapat ilustrasi tumbuhan sebagai hiasan yang melambangkan alamiah.

Karakteristik pesan dakwah pada poster ini orisinal karena bersumber dari hadits nabi Muhammad SWT. Membaca Al-quran merupakan ibadah yang paling utama, karena Al-Qur'an adalah kalam atau pembicaraan Allah SWT. Ketika seseorang membacanya berarti ia sedang berinteraksi dan mengingat Allah SWT. Rasulullah SAW bersabda:

“Ibadah yang paling utama dari umatku ialah membaca Al-Quran” Beliau bersabda, *“Sebaik – baik diantara kalian ialah yang mempelajari Al-quran dan mengamalkannya”*, (HR. Bukhori).

Setelah membaca hendaklah mentadaburinya serta mengamalkannya. Syaikh Muhammad bin Shalih Al Utsman berkata:

“Sesungguhnya al-Qur'an diturunkan untuk 3 perkara, untuk ta'abbud (ibadah), tilawah (dibaca), dan untuk dipelajari atau dipahami maknanya dan diamalkan”.

Allah berfirman:

كِتَابٌ أَنْزَلْنَاهُ إِلَيْكَ مُبَارَكٌ لِيَدَّبَّرُوا آيَاتِهِ وَلِيَتَذَكَّرَ أُولُو الْأَلْبَابِ

Artinya:

“Kitab (Al-Qur'an) yang Kami turunkan kepadamu penuh berkah agar mereka menghayati ayat-ayatnya dan agar orang-orang yang berakal sehat mendapat pelajaran” (QS. Sad Ayat 29).

Karakteristik lainnya pada poster ini adalah pesan yang membawa kebaikan seperti hadits yang diriwayatkan oleh At- Tirmidzi dari shabat Abdullah Ibnu Masud *radiallahu anhu*, Rasulullah bersabda:

“siapa saja yang membaca satu huruf dari kitabullah (Al-Quran) maka dia akan mendapatkan satu kebaikan. Sedangkan satu kebaikan dilipatgandakan kepada sepuluh semisalnya. Aku tidak nebgatakan alif lam mim satu huruf. Akan tetapi, alif satu huruf, lam satu huruf, dan mim satu huruf” (HR. At-Tirmidzi).

Keberkahan yang didapatkan ketika dapat mendaburi Al-Quran. Keberkahan yang dirasakan berupa kekhusyu’an dalam membacanya, dapat merenungi isi kandungan maknanya, sehingga hati akan lapang dan tenang, jiwa pun akan bercahaya terang.

Ilustrasi menggunakan ilustrasi Al-quran yang merupakan simbol dari kitab suci umat Islam yang di dalamnya terdapat firman-firman Allah. Pada sekelilingnya terdapat ilustrasi tumbuhan sebagai hiasan yang melambangkan alamiah. Penggunaan ilustrasi dalam poster memiliki kesesuaian dalam karakteristik ilustrasi yakni dapat menyampaikan pesan yang relevan dengan tema atau konteks.

Pesan yang disampaikan melalui warna yang digunakan memiliki makna hangat, alami, membumi, stabil, kesejahteraan, kenyamanan, tenang, bersahabat, rendah hati, sentosa, serta warna hijau digunakan pada ilustrasi tumbuhan memiliki makna pertumbuhan, kesuburan, kesegaran, stabilitas, ketahanan. Warna putih pada pot memiliki makna bersih, spiritual, pemaaf, harapan, kedamaian, murni, kepolosan, kehalusan, terang. Warna – warna yang digunakan sesuai dengan penggunaannya ilustrasi pada poster.

C. Unggahan Yang Mengandung Pesan Akhlak Pada Akun Instagram @Sketsadakwahh

Gambar 4 .12 Screenshot Unggahan Akun Instagram @sketsadakwahh



Pesan yang disampaikan dalam gambar 4.12 tersebut menggunakan jenis pesan karya seni, pesan dakwah disampaikan ilustrasi perempuan berjilbab dengan gaya *handdrawn*. Ilustrasi gambar tersebut menyampaikan pesan perempuan yang bersedih ditandai dengan air mata yang mengalir di pipi namun tetap bersyukur yang ditandai dengan senyuman dalam ilustrasi tersebut. Kemudian unggahan tersebut juga memiliki pesan yang tertulis dengan menggunakan jenis huruf kalam regular, huruf ini termasuk dalam kategori huruf *handwriting*. Jenis huruf ini memiliki karakter santai dan nyaman untuk dibaca. Tulisan yang dituliskan dalam gambar mengutip perkataan Ikrimah seorang sahabat nabi Muhammad, sehingga unggahan ini memuat isi pesan perkataan sahabat Nabi.

Pesan dakwah yang tertuliskan pada gambar 4.12 menyampaikan bahwa setiap insan pasti pernah merasakan suka dan duka. Oleh karena itu, jadikanlah sukamu adalah syukur dan dukamu adalah sabar. Pada caption unggahan tersebut juga dituliskan:

“Tetaplah sabar dan kuatkan kesabaran, sebab pada hakikatnya tidaklah ujian diberikan kepada seorang hamba melainkan Allah tau ia mampu melewatinya”

Kalimat ini memberikan pesan setiap orang pasti menerima ujian dari Allah SWT, namun dalam menghadapi ujian tersebut sebagai seorang muslim harus tetap bersabar dan juga bersyukur atas segala sesuatu yang telah Allah berikan kepada hamba-Nya. Sikap sabar dan Syukur atas segala sesuatu yang telah Allah berikan termasuk dalam akhlak yang mulia (*akhlakul karimah*) seorang hamba kepada sang Khaliq, sehingga unggahan ini termasuk menggunakan tema pesan akhlak.

Karakteristik pesan dakwahnya ialah seimbang dan juga membawa kebaikan. Keseimbangan yang dimiliki dari unggahan tersebut ialah seorang muslim tidak boleh terlalu bersedih dalam menghadapi musibah dan juga harus tetap bersyukur, karena musibah yang diberikan bisa jadi lebih ringan dibandingkan musibah yang diberikan kepada orang lain. Kebaikan yang dijelaskan pada unggahan ini terdapat pada caption:

“Agar hati selalu tenang dan ridho dalam menerima cobaan maupun ujian dari Allah...”

“Selalu dalam hidup ini kita akan merasakan suka dan duka. Bagaimanapun lapang/sempitnya kehidupan yang seseorang jalani. Maka dari itu, jadikan sabar dan syukur sebagai modal utama dalam menyikapi segalanya”

Warna yang digunakan pada gambar 4.12 juga menyampaikan makna. Warna hijau memiliki makna simbolis pertumbuhan, kesuburan, kesegaran, stabilitas, nyaman, alam serta ketahanan. Gradasi warna abu-abu dan putih memiliki makna sopan, tenang, rendah hati, ragu-ragu, netral, sederhana, futuristic, intelektual, bersih, spiritual, pemaaf, harapan, kedamaian, murni, kepolosan, kehalusan, terang. Warna yang digunakan selaras dengan pesan dakwah yang sederhana, tenang, dan damai.

Gambar 4. 13 Screenshot Unggahan Akun Instagram @sketsadakhwahh



Pesan yang disampaikan pada gambar 4.13 membahas terkait senyum adalah sunah. Jenis pesan dakwah yang digunakan pada poster ini ialah berupa karya seni dan juga hadits nabi Muhammad SAW. Pada unggahan poster tersebut memuat kutipan hadits yang diriwayatkan oleh At-Tirmidzi no. 1956, Ibnu Hibban no. 474 dan 529, dll, dinyatakan shahih oleh Ibnu Hibban, dan dinyatakan hasan oleh at-Tirmidzi dan syaikh al-Albani dalam ash-Shahihah no. 572. Tulisan ini menggunakan jenis huruf *handwritten* yang memiliki karakter santai, ramah, menarik. Karakter jenis huruf memiliki kesesuaian dengan karakter pesan yang disampaikan,

Unggahan gambar 4.13 ini menggunakan ilustrasi seorang perempuan mengenakan jilbab ungu yang sedang tersenyum ilustrasi ini mengandung pesan dakwah dengan tema akhlak. Pesan akhlak yang dibahas pada unggahan ini terkait dengan senyum. Senyuman melambangkan ekspresi kebahagiaan. Ketika seseorang tersenyum kepada orang lain berarti ia telah melakukan akhlak yang mulia dan juga telah menjalankan sunah Rasulullah karena Rasulullah saw adalah orang paling banyak tersenyum. Abdullah bin Harits berkata:

“Aku tidak pernah melihat seseorang yang tersenyum paling banyak selain Rosulullah saw” (HR. Tirmidzi).

Senyum merupakan jenis sedekah yang paling ringan dan merupakan akhlak yang mulia. Rasulullah Saw bersabda:

“Kamu tidak mampu berbuat baik kepada semua manusia dengan hartamu, maka hendaknya kebaikanmu sampai kepada mereka dengan keceriaan (pada) wajahmu” (HR. Al-Hakim).

Senyuman yang termasuk sedekah dalam hal ini ialah senyuman yang mampu mendatangkan senyuman dan kebahagiaan dari orang lain, bukan senyum yang membuat orang lain penasaran atau ketakutan. Senyum kepada orang lain mampu membuat hati orang yang memberi atau menerima senyuman menjadi lapang atau senang.

Poster ini memiliki karakteristik pesan dakwah original menggunakan hadits nabi sebagai referensi materi dakwah. Memiliki karakteristik universal yang mencakup pesan akhlak yang mulia dan bernilai ibadah, serta karakteristik pesan dakwah yang membawa kedamaian karena menunjukkan Islam yang penuh dengan sopan santun.

Unggahan tersebut menggunakan kombinasi warna biru dan ungu. Warna biru memiliki makna ketenangan dan kelembutan, menyimbolkan dari langit yang cerah. Warna ungu yang digunakan menyampaikan makna formal, melankolis, pendiam. Pesan yang disampaikan pun memiliki karakter yang tenang serta damai.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah tertulis di Bab sebelumnya penelitian terkait pesan dakwah pada unggahan akun Instagram @sketsadakwahh dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pesan dakwah yang tidak dapat disampaikan secara visual saja, sehingga perlu penjelasan yang lebih komperhensif agar tidak menimbulkan multi tafsir dalam menanggapi sebuah pesan. Pada akun ini juga terdapat pesan dakwah yang mengandung perbedaan pandangan (*khilafiyah*) sehingga pesan tersebut tidak dapat diterima oleh semua golongan.

Akun @sketsadakwahh banyak memuat pesan-pesan dakwah yang terdiri dari tema pesan akidah, pesan ibadah atau syari'ah, dan pesan akhlak. Dari 13 unggahan yang telah diteliti terdapat pesan akidah yang membahas terkait hidayah. Pesan syariah yang membahas terkait pertemanan (*muamalah*), empat level hijrah berdasarkan fenomena di masyarakat (*muamalah*), membaca Al-Quran adalah sebaik-baik dzikir (ibadah). Pesan akhlak yang menyampaikan pesan sabar dan bersyukur atas segala yang telah Allah berikan serta pesan dakwah berupa senyum adalah sunah. Jenis pesan dakwah disampaikan menggunakan jenis pesan berupa ayat Al-Quran, hadits nabi, perkataan ulama atau tokoh, serta karya seni (gambar).

Pesan yang disampaikan melalui simbol visual ilustrasi, tipografi, dan warna. Pada aspek tipografi, unggahan poster menggunakan jenis huruf *mungil* yang termasuk dalam kategori jenis huruf *script* atau *handwriting*. Jenis tulisan memberikan karakter santai dan ramah untuk dibaca. Pada ilustrasi menampilkan simbol-simbol agama Islam seperti perempuan berjilbab, cadar, al-qur'an. Pada aspek warna didominasi dengan warna coklat, biru tua, biru

muda, ungu, dan hitam. Warna-warna tersebut memberikan karakter netral, tegas, tenang serta damai dalam poster dakwah yang diunggah.

B. Saran

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

1. Kepada pengelola akun Instagram @sketsadakwahh agar dapat menggunakan simbol –simbol visual atau ilustrasi yang tidak dapat menimbulkan perbedaan pandangan, sehingga dakwah melalui karya visual dapat diterima oleh semua kalangan dan menambahkan referensi dari berbagai sumber dan pendapat sehingga materi dakwah yang disampaikan secara lebih terbuka dan cocok ditampilkan di media sosial yang menjangkau khalayak luas.
2. Kepada masyarakat yang terjun dalam dunia dakwah agar dapat mendukung dakwah secara visual yang kreatif seperti yang ada pada akun-akun dakwah serta mengikuti perkembangannya, menerapkan di instansinya masing-masing. Begitu pula para da'i bisa turut mendukung dengan menggunakan desain komunikasi visual yang tepat dan menarik dalam menyampaikan pesan dakwah.
3. Kepada peneliti selanjutnya yang ingin lebih menggali tentang desain komunikasi visual sebagai media dakwah agar dapat menggali lebih dalam terkait respon khalayak yang ada di media sosial khususnya Instagram dalam memahami ilustrasi dari poster dakwah atau gambar yang diunggah. Peneliti selanjutnya juga dapat meneliti terkait strategi yang digunakan para desainer dakwah visual dalam membuat konten 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

Alhamdulillah robbil'alamin, peneliti dapat menyelesaikan skripsi penelitian ini dengan puji syukur kehadiran Allah SWT, atas rahmat, hidayah, dan inayah-Nya, walaupun masih dalam bentuk yang sederhana dan jauh dari kesempurnaan baik dari segi substansi dan lainnya. Oleh karena itu, demi kesempurnaan skripsi ini, saran, dan kritik yang membangun sangat diharapkan.

Ucapan terima kasih yang tak terhingga juga penulis sampaikan kepada semua pihak yang telah telah menyumbangkan waktu, pikiran, dan perbuatan baik penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Peneliti berharap semoga Allah SWT memberikan pahala dan keberkahan kepada semua pihak tersebut. Amin. Peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dalam kehidupan sekarang dan akhirat serta dapat memajukan ilmu pengetahuan umat manusia untuk semua. Aamiin

DAFTAR PUSTAKA

- Alqoiriyah, S. N. (2021). Makna Pesan Dakwah pada Desain Komunikasi Visual Akun Instagram @Sketsadakwah: Analisis Semiotika Model Roland Barthes. *Doctoral Dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya*.
- Amin, S. M. (2009). *Ilmu Dakwah* (Edisi1, Cetakan 1 ed.).
- Auliannisa, S., & Hatta, M. I. (2002). *Hubungan Social Comparison Dengan Gejala Depresi Pada Mahasiswa Pengguna Instagram*. 1, 148. <https://doi.org/10.29313/jrp.v1i2.561>
- Aziz, M. A. (2004). *Ilmu Dakwah* (Edisi Revisi). Prenadamedia Group.
- Bungin, B. (2011). *Penelitian Kualitatif; Komunikasi, Ekonomi Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya* (Kedua). Prenadamedia Group.
- Bungin, B. (2015). *Analisis Data Penelitian Kualitatif; Pemahaman filosofi dan Metodologis ke Arah Penguasaan Aplikasi*. Rajawali Pers.
- Darmaprawira, S. (2002). *Warna: Teori dan Kreativitas Penggunanya*. ITB.
- Effendy, O. U. (1990). *Ilmu komunikasi: Teori dan praktek*. Remaja Rosdakarya.
- Emate, H. P., & Nuta, A. A. (2020). Post Dakwah Di Era Cyber Cultur. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting, Vol 6 No 2*.
- Hardina, A. F. (2021). FENOMENA KEBEBASAN BEREKSPRESI DI INSTAGRAM. *NIVEDANA : Jurnal Komunikasi dan Bahasa*, 2(1), 24–30. <https://doi.org/10.53565/nivedana.v2i1.267>
- Ilaihi, W. (2010). *Komunikasi Dakwah*. PT Remaja Rosdakarya.
- Jafar, I., & Amrullah, M. N. (2018). Bentuk-Bentuk Pesan Dakwah dalam Kajian Al-Qur'an. *Jurnal Komunikasi Islam, 08 Nomor 01*.
- Kriyantono, R. (2019). *Pengantar Lengkap Ilmu Komunikasi; Filsafat dan Etika Ilmunya Serta Perspektif Islam*. Prenadamedia Group.
- Kriyantono, R. (2020). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif; Disertai Contoh Skripsi, Tesis dan Disertasi Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran* (Kedua). Prenadamedia Group.
- Meiranti, M. (2019). FENOMENA HIJRAH DI ERA MILENIAL DALAM MEDIA SOSIAL. *Ath Thariq Jurnal Dakwah dan Komunikasi, Vol 3 No 2*. https://doi.org/10.32332/ath_thariq.v3i2.1350
- Munir, & Ilaihi, W. (2006). *Manajemen Dakwah*. Kencana Prenada Media Group.
- Muntazori, A. F. (2020). Dakwah Visual: Ekspresi Keimanan Seorang Muslim dalam Poster Digital. *Human Narratives, 1(2)*, 88–102. <https://doi.org/10.30998/hn.v1i2.351>
- Ni'mah, N. (2016). DAKWAH KOMUNIKASI VISUAL. *Islamic Communication Journal, 1(1)*. <https://doi.org/10.21580/icj.2016.1.1.1241>
- Prajarini, D. (2020). *Media Sosial Periklanan-Instagram*. Deepublish.
- Pratama, I. P. A. E. (2020). *Social Media Dan Social Network Memahami dan Menguasai Penerapan social media dan Social Network dalam Berbagai Aspek: Bisnis, Teknologi, Etika dan Privasi*. INFORMATKA.
- Putra, D. I. A., Wahyuni, M., & Hidayah, J. A. (2021). BUDAYA POPULIS DALAM DAKWAH ISLAM: *Journal of Islamic Studies, 2(1)*.

- Putra, R. W. (2021). *Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan*. Andi.
- Riyanto, A. D. (2022). *We Are Social "Indonesia Digital Report 2022"*. Hootsuite (We are Social): <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>
- Ruth, D., & Candraningrum, D. A. (2020). *Pengaruh Motif Penggunaan Media Baru Tiktok Terhadap Personal Branding Generasi Milenial Di Insatgram*. 04.
- Saefullah, C. (2018). *Kompilasi Hadis Dakwah*. Simbiosis Rekatama Media.
- Satori, D., & Komariah, A. (2017). *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Sihombing, D. (2001). *Tipografi dalam Desain Grafis*. Gramedia.
- Soewardikoen, D. W. (2019). *Metodelogi Penelitian Desain Komunikasi Visual*. PT Kanisius.
- Sukayat, T. (2015). *Ilmu Dakwah Dalam Perspektif Filsafat Mabadi "Asyarah"*. Simbiosis Rekatama Media.
- Supriyono, R. (2019). *Desain Komunikasi Visual: Teori dan Aplikasi*. Andi Offset.
- Tinarbuko, S. (2009). *Semiotika Komunikasi Visual*. Jalasutra.
- Witabora, J. (2012). Peran dan Perkembangan Ilustrasi. *Humaniora*, 3(2), 659. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v3i2.3410>

RIWAYAT HIDUP



Nama : Jauharotul Azmi
Tempat/Tgl Lahir : Bandar Lampung, 05 November 1999
Alamat Asal : Jalan Sadar No 9A, Kel. Korpri Raya, Kec. Sukarame,
Kota Bandar Lampung, Provinsi Lampung
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam

Jenjang Pendidikan:

1. TK Aisyiah 2 Kedaton, Bandar Lampung (Lulus Tahun 2006)
2. SD Al-Azhar 2 Kedaton, Bandar Lampung (Lulus Tahun 2012)
3. MTsN 2 Sukarame, Bandar Lampung (Lulus Tahun 2015)
4. SMAS Daar El-Qolam 2 Tangerang, Banten (Lulus Tahun 2018)

Semarang, 04 September 2023

Jauharotul Azmi