

## BAB III

### KAJIAN DAN POKOK BAHASAN

#### A. Definisi Teoritik

##### 1. Pesan Dakwah

###### a. Pengertian Pesan Dakwah

Pesan merujuk pada gagasan, ide, informasi, serta pendapat yang dikemukakan oleh seorang pengirim pesan kepada penerima pesan, dengan tujuan untuk mempengaruhi komunikan ke arah sikap yang diinginkan komunikator.<sup>11</sup>

Secara etimologis, dakwah berasal dari bahasa Arab, yaitu “*da’a-yad’u-dakwatan*”, yang berarti mengajak, menyeru, memanggil. Menurut Warson Munawwir, dakwah dapat diartikan sebagai memanggil (*to call*), mengundang (*to invite*), mengajak (*to summon*), menyeru (*to propose*), mendorong (*to urge*) dan memohon (*to pray*).<sup>12</sup>

Pesan adalah sebuah informasi yang disampaikan oleh pengirim kepada penerima. Pesan ini berwujud simbol, baik secara lisan maupun non-verbal, yang mengandung unsur emosi, nilai, ide, dan niat dari pengirimnya. Dalam konteks komunikasi dakwah, pesan merujuk pada apa yang disampaikan oleh seorang *Da’i* kepada *Mad’u*. Dalam istilah komunikasi, pesan juga dikenal sebagai isi atau

---

7. <sup>11</sup> Susanto Astrid, *Komunikasi Dalam Teroti dan Praktek*, (Bandung: Bina Cipta 1997), h.

<sup>12</sup> Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Amzah, 2009), h. 1.

informasi. Pesan dakwah dapat disampaikan secara langsung atau melalui berbagai saluran komunikasi lainnya.<sup>13</sup>

### **b. Dasar Hukum Dakwah**

Dakwah dan Islam memiliki hubungan yang erat dan tidak bisa dipisahkan satu sama lain. Seperti yang telah diketahui, dakwah adalah usaha untuk mengundang, mengajak, dan memengaruhi individu agar tetap mematuhi ajaran Allah, dengan tujuan memengaruhi kebahagiaan dalam kehidupan dunia dan akhirat. Upaya untuk membujuk dan memengaruhi individu untuk beralih dari satu keadaan ke keadaan lainnya, yaitu dari keadaan yang jauh dari ajaran Allah menuju keadaan yang sesuai dengan petunjuk dan ajaran-Nya.<sup>14</sup>

Hal ini berdasarkan pada firman Allah Q.S An-Nahl (16): 125 :

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ

أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

*Artinya: Serulah (manusia) kepada jalan tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapatkan petunjuk. (QS.An-Nahl (16): 125).*

---

<sup>13</sup> Wahyu Ilahi, Komunikasi Dakwah (Bandung: PT Remaja ROsdakarya, 2010), h. 97-98.

<sup>14</sup> Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Amzah, 2009), h.50.

Dikarenakan pentingnya dakwah, maka dakwah bukan hanya tindakan yang terjadi tanpa rencana atau hanya sebagai tugas yang dilakukan tanpa perencanaan, melainkan merupakan suatu kewajiban yang diamanatkan kepada semua pengikut Islam. Kewajiban dakwah ini berakar pada dua sumber hukum utama dalam Islam, yaitu Al-Qur'an dan Al-Hadis.

#### 1) Al-Qur'an

Agama Islam adalah agama yang bersumber dari ajaran kitab Allah, yaitu Al-Qur'an, yang merupakan sumber utama dari ajaran-ajaran Islam. Di dalam Al-Qur'an terdapat banyak ayat yang membahas tentang dakwah. Oleh karena itu, materi dakwah Islam bersumber dari Al-Qur'an itu sendiri.

#### 2) Hadis

Dakwah merupakan tema yang sering dibahas dalam Hadis-hadis Rasulullah. Selain itu, dalam riwayat hidup beliau, kita dapat melacak perjuangan dan strategi-strategi yang digunakan oleh Rasulullah untuk menyebarkan pesan dakwah. Hal ini karena kondisi yang pernah dihadapi oleh Rasulullah pada zamannya juga relevan bagi para pengkhotbah dan juru dakwah saat ini.

### **c. Jenis-jenis Pesan Dakwah**

Pesan dakwah dalam konteks ilmu komunikasi disebut sebagai "*message*," yang terdiri dari simbol-simbol. Dalam prinsipnya, segala jenis pesan bisa dianggap sebagai pesan dakwah asalkan tidak melanggar prinsip-prinsip yang terkandung dalam sumber utamanya, yaitu Al-Qur'an dan Hadis. Karena itulah, pesan-pesan yang bertentangan dengan Al-Qur'an dan Hadis tidak dapat dianggap sebagai pesan

dakwah. Adapun jenis pesan dakwah yang dikemukakan oleh Moh. Ali Aziz, dalam bukunya Ilmu Dakwah edisi revisi antara lain:

1) Ayat-ayat Al-Qur'an

Al-Qur'an, kitab suci agama Islam yang dianggap sebagai wahyu Allah kepada Nabi Muhammad SAW, dianggap sebagai wahyu yang sempurna. Kitab ini terdiri dari berbagai ayat atau surah yang terdiri dari kalimat-kalimat yang dianggap sebagai firman Allah.

2) Hadis Nabi Muhammad SAW

Hadis Nabi adalah tradisi lisan atau tulisan yang memuat ucapan, perbuatan atau persetujuan Nabi Muhammad SAW. Hadis merupakan sumber penting dalam Islam yang digunakan untuk memahami dan menjelaskan ajaran Islam yang terkandung dalam Al-Qur'an. Penafsiran ilmiah terhadap hadis Nabi dapat dikaitkan dengan beberapa aspek, antara lain sejarah, klasifikasi, metode kritis, dan relevansinya dengan pemahaman Islam.

3) Pendapat Para Sahabat Nabi Muhammad SAW

Seseorang yang hidup pada masa Nabi SAW, pernah bertemu dengannya, dan memeluk kepercayaan Islam dikenal sebagai sahabat Nabi SAW. Pendapat dari sahabat memiliki nilai yang sangat tinggi, karena mereka memiliki hubungan yang dekat dengan Nabi. Mereka juga memiliki keuntungan belajar langsung dari beliau, di antara sahabat Nabi yang lainnya.

#### 4) Pendapat Para Ulama

Setiap pendapat ulama harus dihargai karena karena berasal dari proses pemikiran yang mendalam yang merujuk pada sumber utama hukum Islam, dan melibatkan pandangan-pandangan ulama sebelumnya.

#### 5) Hasil Penelitian Ilmiah

Hasil dari penelitian ilmiah dapat menjadi bantuan dalam memahami ayat Al-Qur'an. Hasil dari penelitian ini menjadi salah satu sumber pesan dakwah. Akan tetapi, hasil dari penelitian ilmiah bersifat relatif dan reflektif. Relatif, karena nilai kebenarannya tergantung pada konteksnya, karena dapat berubah seiring dengan perubahan konteks. Ia juga bersifat reflektif, karena mencerminkan kualitasnya.

#### 6) Kisah Pengalaman Teladan

Dakwah melalui kisah pengalaman teladan adalah pendekatan yang kuat untuk menyampaikan pesan-pesan moral dan agama. Ketika *mad'u* kesulitan dalam memahami pesan dakwah yang disampaikan, maka *da'i'* harus berusaha untuk membantu mereka memahaminya dengan lebih baik. *Da'i'* dapat memberikan penjelasan yang memperkuat argumen atau memberikan bukti-bukti nyata dari kehidupan sehari-hari. Salah satu metode yang dapat digunakan adalah menceritakan pengalaman pribadi atau kisah yang relevan dengan topik yang sedang dibahas.

#### 7) Berita dan Peristiwa

Pesan dakwah dapat berupa berita tentang suatu peristiwa. Fokus dalam pesan tersebut lebih diberikan pada peristiwa itu sendiri daripada pada pelakunya. Hanya berita yang diyakini kebenarannya yang pantas dijadikan sebagai pesan dakwah. Dalam Al-Qur'an, berita sering disebut sebagai "*an-naba'*," yang berarti berita yang penting, sudah pasti terjadi, dan memiliki manfaat besar. Ini berbeda dengan kata "*al-khabar*," yang mengacu pada berita yang sepele dan memiliki manfaat yang lebih sedikit.

#### 8) Karya Sastra

Pesan dakwah seringkali membutuhkan dukungan dari karya sastra yang berkualitas, yang dapat menjadikannya lebih indah dan menarik. Karya sastra ini bisa mengambil berbagai bentuk, seperti syair yang mempesona, puisi yang mendalam, pantun yang memikat, nasyid atau lagu yang menggugah jiwa, dan berbagai jenis ekspresi seni lainnya

#### 9) Karya Seni

Karya seni juga mengandung nilai keindahan yang tinggi. Sementara karya sastra mengandalkan komunikasi verbal melalui kata-kata yang diucapkan, karya seni lebih sering menyampaikan pesannya melalui komunikasi non-verbal yang tampil dalam bentuk visual, suara, dan gerakan. Pesan dakwah melalui karya seni mengacu pada lambang yang terbuka dan bisa ditafsirkan oleh siapapun.<sup>15</sup>

### **d. Tema-tema Pesan Dakwah**

---

<sup>15</sup> Moh. Ali Aziz, *Edisi revisi, Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2004), h. 317.

Berdasarkan temanya, pesan dakwah sejalan dengan prinsip-prinsip utama ajaran Islam. Para ulama telah mengusulkan berbagai klasifikasi untuk memetakan prinsip-prinsip ini. Menurut Endang Saifuddin Anshari, Sebagaimana yang dikutip Moh. Ali Aziz, ia membagi pokok-pokok ajaran Islam sebagai berikut:

- 1) Akidah, Yang meliputi iman kepada Allah SWT, Iman kepada malaikat-malaikat Allah, iman kepada kitab-kitab Allah, iman kepada Rasul-rasul Allah, dan iman kepada *Qodla* dan *Qodar*.
- 2) Syariah, yang meliputi ibadah dalam arti khas (*tharah, shalat, asshaum, zakat, haji*) dan muamalah dalam arti luas (*al-qanunal/hukum perdata dan al-qanun al- a'am/hukum publik*).
- 3) Akhlak, Akhlak, yang meliputi akhlak kepada *alkhaliq* dan *makhluk* (manusia dan non manusia).<sup>16</sup>

#### **e. Karakteristik Pesan Dakwah**

Salah satu karakteristik utama dari pesan dakwah adalah universalitas, yang berarti pesan ini mencakup semua aspek kehidupan dengan nilai-nilai mulia yang diterima oleh semua manusia yang hidup dengan etika dan keadaban. Ajaran Islam, sebagai contoh, mengatur berbagai hal mulai dari yang paling kecil hingga yang paling besar dalam kehidupan manusia. Selain itu, karakteristik lainnya yang patut dicatat adalah kemudahan dalam ajaran Islam, yang membuatnya menjadi karakter yang signifikan dalam pesan dakwah.

---

<sup>16</sup> Moh. Ali Aziz, *Edisi revisi, Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2004), h. 332.

Dengan demikian, tujuh karakter pesan dakwah adalah orisinal dari Allah SWT., mudah, lengkap, seimbang, universal, masuk akal, dan membawa kebaikan. Sebagai perbandingan yang tidak jauh berbeda ‘Abd. Al-Karim Zaidan sebagaimana dikutip oleh Moh. Ali Aziz, ia juga mengemukakan ada lima karakter pesan dakwah yaitu:

- 1) Berasal dari Allah SWT (*annahu min ‘indillah*);
- 2) Mencakup semua bidang kehidupan (*al-syumul*);
- 3) Umum untuk semua manusia (*al-‘umum*);
- 4) Ada balasan untuk setiap tindakan (*al-jaza’ fi al-Islam*); dan
- 5) Seimbang antara idealitas dan realitas (*al-mitsaliyyah wa alwaqi’iyyah*)<sup>17</sup>

## 2. Komik

### a. Pengertian Komik

Secara etimologi, istilah 'komik' berasal dari bahasa Yunani, yakni "*komikos*," dan bahasa Latin, yakni "*comicos*," yang memiliki arti penuh kelucuan. Secara umum, komik didefinisikan sebagai sebuah media cerita bergambar yang dinikmati oleh masyarakat sebagai salah satu bentuk hiburan populer yang tersebar luas di berbagai belahan dunia. Komik tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga dapat digunakan sebagai sarana kritik dan sindiran terhadap suatu hal atau keadaan.<sup>18</sup>

---

<sup>17</sup> Moh. Ali Aziz, *Edisi revisi, Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2004), h.341-342

<sup>18</sup> I Dewa Putu Wijaya, *Kartun: Studi Tentang Permainan Bahasa*. (Yogyakarta: Ombak, 2004), h. 189.



Komik dapat didefinisikan sebagai ilustrasi yang terdiri dari Kumpulan gambar dan tulisan segingga membentuk sebuah cerita dan bertujuan untuk mendapatkan respon dari para pembaca. Cerita di dalam komik itu bisa berasal dari pengalaman pribadi komikus atau mereka dapat menciptakan cerita dari imajinasi mereka sendiri, sehingga komik memiliki kemiripan dengan konsep dasar *storytelling*.<sup>19</sup>

Komik dalam bahasa Indonesia adalah media yang mengkombinasikan gambar dan teks untuk menyampaikan cerita. Gambar dan teks tersebut saling melengkapi untuk menciptakan sebuah cerita yang utuh. Tata letak gambar yang khas juga menjadi ciri khas komik. Komik termasuk ke dalam karya sastra bergambar.<sup>20</sup>

Komik awalnya merupakan media yang digunakan untuk menyampaikan humor. Humor tersebut dapat dilihat dari gambar-gambar yang tidak proporsional, tetapi tetap menarik. Humor dalam komik inilah yang membuat komik menjadi populer di kalangan anak-anak dan dewasa di seluruh dunia. Komik biasanya menceritakan petualangan satu atau lebih karakter dalam urutan peristiwa yang singkat. Dialog dalam komik digambarkan dengan kata-kata yang dilingkari dalam balon kata dari karakter yang berbicara.<sup>21</sup>

---

<sup>19</sup> Scott McCloud, *Memahami Komik (Understanding Comics)*, terjemahan (Jakarta: KPG, 2001), h. 152.

<sup>20</sup> Nick Soedarso, *Jurnal Komik: Karya Sastra Bergambar*; Humaniora Vol. 6, No. 4 (Oktober 2015), h. 497.

<sup>21</sup> Marcel Danesi, *Pesan, Tanda, dan Makna: Buku Teks Dasar Mengenai Semiotika dan Teori Komunikasi* (Yogyakarta: Jalasutra, 2012), h. 180-181.

Dalam buku *Understanding Comics*, Scott McCloud menyatakan bahwa komik adalah gambar yang menyampaikan informasi serta menciptakan respon yang mendalam dari mereka yang mengamatinya. Ilustrasi di dalam komik adalah gambar-gambar yang diatur secara berurutan, dan setiap gambar saling terkait satu sama lain untuk membentuk sebuah cerita. Selain gambar dan lambang-lambangannya, komik juga menggunakan kata-kata sebagai elemen penting di dalamnya. Kata-kata ini tidak hanya berfungsi untuk menjelaskan apa yang terlihat, tetapi juga untuk melengkapi dan memperdalam makna keseluruhan narasi. Dalam hal ini, menjadikan komik sebagai karya sastra.<sup>22</sup>

Menurut Franz dan Meier (1994:55), komik diartikan sebagai bentuk narasi visual yang menggabungkan cerita dengan gerak gerik yang disampaikan melalui urutan gambar yang didukung oleh kata-kata. Komik adalah karya sastra yang menggunakan gambar dan teks untuk menyampaikan cerita. Gambar-gambar tersebut disusun secara berurutan dalam bentuk panel-panel yang dibaca dari kiri ke kanan, seperti teks lisan.<sup>23</sup>

Dengan memadukan elemen teks dan ilustrasi yang diposisikan secara cerdas untuk membentuk sebuah cerita visual, pembaca dapat dengan mudah memahami beragam informasi. Gambar dalam bentuk komik efektif merangsang

---

<sup>22</sup> Scott McCloud, *Memahami Komik (Understanding Comics)*, terjemahan (Jakarta: KPG, 2001), h. 152.

<sup>23</sup> Marcel Danesi, *Semiotika Media* (Yogyakarta: Jalasutra, 2010), h. 94.

penglihatan manusia sehingga memudahkan pembaca dalam memahami informasi yang diberikan.<sup>24</sup>

Berdasarkan pada uraian diatas, semua gambar yang disajikan dalam komik mempunyai berperan penting dalam membantu pembaca memvisualisasikan lebih jelas isi yang dijelaskan dalam teks.

### **b. Perkembangan Komik di Indonesia**

Perkembangan komik di Indonesia tidak jauh lepas dari warisan budaya dari zaman yang sudah lalu. Candi dan cerita wayang merupakan karya seni yang menggunakan gambar dan tulisan untuk menceritakan sebuah cerita, sehingga dapat dianggap sebagai bentuk awal komik di Indonesia. Relief yang terdapat pada candi Borobudur merupakan salah satu representasi yang menjadi inspirasi komikus dan penulis tanah air. Semua relief yang ada di candi borobudur merupakan saksi kejayaan sastra dan seni rupa Indonesia. Relief-relief pada Candi Borobudur dianggap sebagai bukti awal lahirnya komik di Indonesia.<sup>25</sup>

Wayang beber merupakan seni pertunjukan wayang yang menggunakan media kertas atau kain untuk menggambarkan cerita, dan dianggap sebagai cikal bakal komik selain candi borobudur. Hal ini dikarenakan wayang beber memiliki beberapa kesamaan dengan komik, seperti penggunaan gambar untuk menyampaikan cerita. Dalam wayang beber, setiap adegan diberikan dalam bentuk

---

<sup>24</sup> Heru Dwi Waluyanto, "Komik Sebagai Media Komunikasi Visual Pembelajaran" Jurnal Nirmana Vol. 7, No. 1 (Januari 2005), h. 51.

<sup>25</sup> Dhevi Mahelingga, "Evolusi Komik Wayang sebagai Upaya Pelestarian Cerita Wayang," (2020),

gambar-gambar yang disusun dalam panel-panel yang berurutan, dimaksudkan untuk menyampaikan informasi cerita.<sup>26</sup>

Komik di Indonesia mulai muncul pada tahun 1931 dan berkembang pesat pada tahun 1938. Komik-komik tersebut dipengaruhi oleh komik dari Barat dan Tiongkok, yang juga lahir dan berkembang melalui media massa. Pada tahun 1931 muncul komik harian berbahasa Belanda “De Java Bode”, yang memuat komik karya Clinge Doorebos berjudul Flippie Flink dalam rubrik anak-anak. Kemudian, De Orient merupakan surat kabar mingguan yang pertama kali memuat komik Flash Gordon.<sup>27</sup> Pada tahun 1931, terbit serial komik yang berjudul Put On di surat kabar harian Keng-Po yang diterbitkan oleh Kho Wang Gie, dengan berisikan topik keseharian warga Tionghoa yang bermukim di ibu kota.<sup>28</sup> Gaya atau *style* gambar yang sederhana dan unik dipadukan dengan pembahasan topik yang relevan dengan perkembangan zaman membuat komik tersebut menjadi sangat populer. Melalui komik tersebut memuat dokumentasi sejarah tentang perkembangan politik dan ekonomi era 1931 yang saat itu merupakan masa kolonial.<sup>29</sup>

Setelah kemerdekaan Indonesia sekitar tahun 1945, masyarakat mulai mengenal lebih banyak komikus Amerika yang menerbitkan komik strip, seperti Rip Kirby (karya Alex Raymond), Phantom (karya Wilson Mc Coy), Jonny Hazard (karya Frank Robbins). Kemudian Komik strip mingguan tersebut diterbitkan

---

<sup>26</sup> Indriana Maharsi, *Komik, Dunia Kreatif Tanpa Batas* (Yogyakarta: Kata Buku, 2011), h. 39.

<sup>27</sup> M. Bonnef, *Komik Indonesia* (Jakarta: Perpustakaan Populer Gramedia, 1998)

<sup>28</sup> Wagiono Sunarto, “*Transformasi Visual Tokoh Mahabharata Dalam Sejarah Komik Indonesia*,” *Panggung* 23, no. 1 (March 1, 2013), accessed November 8, 2023, <https://jurnal.isbi.ac.id/index.php/panggung/article/view/82>.

<sup>29</sup> Ibid.

dalam bentuk buku dan menjadi buku komik pertama yang diterbitkan di Indonesia. Penerbit-penerbit seperti Gapura dan Keng Po di Jakarta, serta penerbit dari Malang yaitu Perfectas. Mereka berperan dalam menerbitkan komik-komik ini.<sup>30</sup>

Komik wayang adalah genre komik yang unik dan khas di Indonesia. R.A. Kosasih adalah komikus legendaris yang pertama kali memperkenalkan genre ini. Komik wayang karya Kosasih telah eksis di Indonesia sejak tahun 1950-an hingga tahun 1980-an. Kosasih memulai kariernya di dunia komik pada tahun 1953 dengan karyanya yang berjudul Sri Asih. Sri Asih adalah superhero wanita Indonesia yang terinspirasi dari Wonder Woman. Karya komik wayang pertama Kosasih adalah Burisrawa Merindukan Bulan (1953) yang mengadaptasi kisah wayang Burisrawa Gandrung. Kosasih terus berkarya hingga tahun 1993. Namun, pada tahun tersebut, kondisi kesehatannya yang semakin memburuk membuatnya harus berhenti menggambar. Kosasih akhirnya meninggal dunia pada tanggal 24 Juli 2012.<sup>31</sup>

Keberadaan komik digital di Indonesia telah mengubah pola konsumsi komik masyarakat. Jika dulu komik konvensional yang diterbitkan dalam bentuk koran, majalah, atau buku menjadi pilihan utama, kini komik digital menjadi pilihan yang lebih populer. Hal ini dikarenakan komik digital lebih mudah diakses dan harganya lebih terjangkau.<sup>32</sup>

---

<sup>30</sup> Nick Soedarso, "*Jurnal Komik: Karya Sastra Bergambar*," *Humaniora* Vol. 6, No. 4 (Oktober 2015), h. 498-499.

<sup>31</sup> S. Mataram, *Struktur Visual Komik* (Dwi-Quantum, 2017), h. 12.

<sup>32</sup> Bobby Ramadhan dan Rasuardie Rasuardie, "*Kajian Industri Komik Daring Indonesia: Studi Komik Tahilalats*," *JSRW (Jurnal Senirupa Warna)* 8 (2020)

Pada zaman sekarang, penyebaran komik di Indonesia telah mencapai era digital yang sangat dinamis. Karya-karya komik semakin berkembang dan berwarna, dengan setiap komikus mengekspresikan identitas dan ciri khas mereka sendiri melalui karya-karya mereka. Era digital telah membuka berbagai peluang bagi para pengarang komik untuk menciptakan karya yang inovatif dan lebih mudah diakses oleh pembaca. Salah satu tren yang signifikan dalam penyebaran komik digital adalah kemunculan aplikasi khusus seperti Webtoon, yang menyediakan akses mudah dan praktis ke berbagai komik dari berbagai genre. Dengan demikian, era digital telah mengubah lanskap komik di Indonesia, memungkinkan para pengarang dan pembaca untuk terlibat dalam dunia komik yang semakin bervariasi dan bersemangat.

### **c. Jenis-jenis Komik**

Jenis komik bervariasi dalam bentuk dan media penyajian. Masing-masing memiliki ciri khas dan karakteristiknya tersendiri. Adapun jenis-jenis komik yang berkembang adalah sebagai berikut :

#### **1) Komik Strip**

Komik strip adalah komik yang mempunyai sejumlah panel yang berisi pesan singkat, dan biasanya dimuat di surat kabar atau majalah. Terdapat dua kategori utama dalam komik strip, yaitu komik strip bersambung dan kartun komik. Pertama, komik strip bersambung adalah jenis komik strip yang memiliki dua atau tiga panel dalam setiap episode. Jenis komik strip ini memiliki cerita yang berlanjut dari satu episode ke episode berikutnya, mendorong pembaca untuk membeli edisi

majalah selanjutnya agar dapat mengetahui kelanjutan cerita tersebut.<sup>33</sup> Komik strip adalah cerita yang disampaikan melalui gambar-gambar yang singkat dan sederhana. Gambar-gambar tersebut saling berhubungan dan dilengkapi dengan dialog dan gambar untuk menyampaikan cerita.<sup>34</sup>



Gambar 3. 1 Komik Strip “The Amazing Spideman”

Kedua, komik kartun adalah bentuk komik yang berupa rangkaian dari tiga sampai enam panel gambar yang menyampaikan pesan humor mengenai suatu peristiwa atau keadaan. Tokoh utama dalam komik strip ini memiliki penampilan yang khas dan lucu sehingga menjadi sumber tawa bagi para pembaca. Meskipun tampilannya lucu, pesan yang disampaikan dalam komik strip kartun ini seringkali memiliki makna mendalam dan serius, sehingga membutuhkan pemahaman yang lebih dalam dari para penggemar komik ini. Bonnef (1998) menggambarkan jenis komik kartun ini sebagai komik intelektual.<sup>35</sup>

<sup>33</sup> Indiria Maharsi, *Komik: Dunia Kreatif Tanpa Batas* (Yogyakarta: Kata Buku, 2011), h. 39.

<sup>34</sup> Setiawan G. Sasongko, *Kartun Sebagai Media Dakwah* (Jakarta: Sisma Digi Media, 2005), h. 53.

<sup>35</sup> M. Bonnef, *Komik Indonesia* (Jakarta: Perpustakaan Populer Gramedia, 1998).



Gambar 3. 2 Komik Strip Kartun “Panji Koming”

## 2) Buku Komik (Comic Book)

Jenis komik ini dibuat dalam format yang tidak terikat terhadap media cetak konvensional seperti buku biasa. Sebaliknya, bentuk cetakan buku komik seringkali menyerupai majalah, dengan halaman-halaman berwarna penuh yang mencakup cerita dan gambar-gambar. Seri komik sering kali diterbitkan secara berkala dan penerbitannya yang terus-menerus. Komik jenis ini diterbitkan dalam satu volume yang berisi lima atau enam bab.<sup>36</sup> Comic Book muncul pertama kali pada tahun 1993 di Amerika Serikat.

<sup>36</sup> Adi Kusrianto and Renati Winong Rosari, *Pengantar Desain Komunikasi Visual*, ed. Renati Winong Rosari (Yogyakarta: Andi Offset, 2009)





Gambar 3. 3 Contoh halaman comic book “Avengers vs. X-Men” seri #12

### 3) Novel Grafis

Novel grafis berisi cerita yang ditujukan untuk remaja dan dewasa, menampilkan alur cerita serius yang penuh konflik. Novel grafis diciptakan untuk menghilangkan stigma komik murahan karena hanya diperuntukkan bagi anak-anak, namun komik juga bisa menceritakan kisah yang lebih digemari oleh orang dewasa.<sup>37</sup>



Gambar 3. 4 Contoh halaman graphic novel “The Eternal – Final Dawn”#1

<sup>37</sup> Dewa Putu Wijana, *Kartun: Studi Tentang Permainan Bahasa* (Yogyakarta: Ombak, 2003), h. 18.

#### 4) Komik Kompilasi

Komik kompilasi adalah komik yang dikumpulkan menjadi satu dan dibuat oleh komikus yang berbeda. Komik satu dan lainnya tidak memiliki keterkaitan dalam alur cerita walaupun sering ditemukan judul yang memiliki tema yang sama. Hal ini memberikan variasi yang menarik bagi pembaca, yang mungkin memiliki preferensi berbeda dalam hal genre atau tema buku komik.

#### 5) Komik Online (Web Comic)

Komik online adalah komik yang dapat ditemukan di media internet. Saat ini komik online menjadi pilihan yang sangat diminati bagi para pecinta komik. Hal ini karena akses ke komik melalui web jauh lebih terjangkau dan praktis dibandingkan dengan harus membeli buku komik fisik atau pergi ke toko buku.<sup>38</sup>



Gambar 3. 5 Contoh halaman web comic “One Piece”#1044 Oleh Eiichiro Oda

<sup>38</sup> Indiria Maharsi, *Komik: Dunia Kreatif Tanpa Batas* (Yogyakarta: Kata Buku, 2011), h. 40.

#### **d. Unsur dalam komik**

Komik terdiri dari berbagai unsur atau elemen yang saling bekerja sama untuk menciptakan cerita yang menarik dan menyampaikan pesan melalui gambar.

Berikut adalah beberapa unsur-unsur komik:

- 1) Panel adalah elemen yang digunakan dalam komik untuk memisahkan adegan atau peristiwa yang berbeda. Panel bertujuan untuk menjaga agar ceritanya terlihat berkelanjutan dengan adegan berikutnya.
- 2) Ekspresi wajah digunakan untuk menunjukkan emosi atau perasaan yang terdapat pada karakter.<sup>39</sup>
- 3) Latar yang digunakan untuk menciptakan suasana tertentu dalam cerita dan membantu pembaca untuk memahami cerita dalam komik. Latar dalam komik ada tiga yaitu, latar tempat, latar waktu dan latar suasana.
- 4) Balon kata adalah unsur yang digunakan untuk merepresentasikan dialog antar karakter dalam komik.<sup>40</sup> Balon kata ada dua jenis yaitu, balon ucapan yang berisikan dialog dari karakter dan balon keterangan untuk memberikan narasi atau penjelasan tambahan.
- 5) Garis gerak yang digunakan untuk merepresentasikan gerakan dan kecepatan dalam komik.
- 6) Tipografi yaitu pemilihan dan penataan huruf untuk menyampaikan suara dan nada.<sup>41</sup>

---

<sup>39</sup> Carl Potts, *The DC Comics Guide to Creating Comics: Inside the Art of Visual Storytelling* (New York: Watson-Guption Publications, 2004)

<sup>40</sup> B.M. Bendis and J. Quesada, *Words for Pictures: The Art and Business of Writing Comics and Graphic Novels* (Clarkson Potter/Ten Speed, 2014)

<sup>41</sup> Robert Bringhurst, *The Elements of Typographic Style* (Vancouver: Hartley & Marks, 2004)

### **e. Komik sebagai media dakwah**

Komik dapat menjadi alat yang efektif untuk menyebarkan pesan dakwah kepada masyarakat luas. Hal ini karena komik dapat diakses dengan mudah melalui berbagai platform, seperti media sosial dan internet.<sup>42</sup> Komunikasi akan tersampaikan dengan baik melalui simbol dan tulisan yang disampaikan dalam komik.

Melalui media visual, komik dapat menyampaikan berbagai tema, salah satunya adalah tema dakwah Islam. Dakwah Islam adalah kegiatan menyampaikan ajaran Islam kepada orang lain. Komik dapat digunakan untuk menyampaikan pesan dakwah dengan cara yang lebih menarik dan mudah dipahami oleh anak-anak dan remaja.

## **3. Instagram**

### **a. Pengertian Instagram**

Menurut Bambang Dwi Atomo, instagram berasal dari kata Instan Telegram. *Instan* artinya menampilkan foto secara langsung seperti Polaroid dan Telegram artinya menyebarkan informasi kepada orang lain secara luas dan cepat. Jadi instagram mudah dan cepat untuk mengambil dan melihat foto atau video.<sup>43</sup>

Dapat disimpulkan bahwa instagram merupakan *platform* media sosial yang berfokus pada berbagi foto dan video dengan cara yang mudah diakses oleh

---

<sup>42</sup> Laily Fitriani, "Peace Education in Islamic Da'wah Through Comic" (Presented at the International Symposium on Religious Literature and Heritage (ISLAGE 2021), Atlantis Press, 2022), 313–317, accessed December 12, 2023, <https://www.atlantis-press.com/proceedings/islage-21/125970498>.

<sup>43</sup> Bambang Dwi Atmoko, *Instagram Handbook* (Jakarta: Media Kita, 2012), h. 10.

masyarakat. Hadirnya fitur-fitur seperti berbagi gambar dan video secara instan, serta kemampuan berinteraksi dengan pengguna lain dengan mudah, menjadikan instagram sebagai alat yang efektif untuk berkomunikasi dan berbagi pesan dengan banyak orang. Karena kemudahannya tersebut, instagram juga dapat digunakan sebagai sarana dakwah, dimana pesan-pesan keagamaan atau nilai-nilai positif dapat disebarakan secara lebih efektif kepada khalayak yang lebih luas, sehingga menjangkau generasi yang semakin terhubung secara digital.

### **b. Sejarah Perkembangan Instagram**

Pada tahun 2010, Kevin Systrom bersama dengan rekan bisnisnya, Mike Krieger, berusaha mewujudkan visi mereka dalam mendirikan perusahaan bernama *Burbn, Inc.* ini adalah awal dari perjalanan menuju penciptaan aplikasi foto canggih yang kita kenal sebagai instagram.

Instagram berhasil menarik 25 ribu pengguna pada hari pertama peluncurannya, dan kemudian menambahkan 100 ribu pengguna dalam satu minggu. Instagram terus mengalami peningkatan pengguna yang pesat. Bahkan, selama waktu yang cukup lama, itu telah menjadi topik trending Twitter. Instagram telah menerima banyak penghargaan dan apresiasi dari App Store selama lebih dari satu tahun berada di iOS. Ini termasuk dimasukkan ke dalam kategori aplikasi unggulan, dianggap sebagai aplikasi gratis teratas dalam kategori fotografi, dan dinobatkan sebagai *App of The Year 2011*.<sup>44</sup>

---

<sup>44</sup> Bambang Dwi Atmoko, *Instagram Handbook* (Jakarta: Media Kita, 2012), h. 11-14.

Seiring dengan perkembangan instagram sebagai platform berbagi foto, Kevin mengambil keputusan untuk merilis aplikasi instagram untuk platform Android yang dikembangkan oleh Google. Keputusan ini dibuat dengan tujuan untuk menjangkau pengguna yang lebih banyak di seluruh dunia. Sejak instagram dirilis di Android pada 3 April 2012, jumlah penggunanya meningkat 1 juta hanya dalam waktu 12 jam dari semula sekitar 30 juta, dan terus bertambah secara signifikan. Pada tanggal 12 april 2012 setelah viral di platfrom android, instagram diakuisisi oleh Facebook dengan nilai mencapai USD 1 miliar, yang dibayarkan dalam bentuk uang tunai dan saham.<sup>45</sup>

### **c. Fitur-fitur Instagram**

Instagram, sebagai media sosial, menawarkan lebih dari sekedar berbagi foto; ia terus mengembangkan berbagai fitur untuk memuaskan penggunanya. berikut beberapa fitur di instagram:

- 1) Feed (Beranda): Tempat utama untuk melihat postingan dari akun yang diikuti.
- 2) Stories (Cerita): Postingan berupa foto atau video yang bersifat sementara dan hilang setelah 24 jam.
- 3) IGTV (Instagram TV): Platform video jangka panjang yang memungkinkan pengguna untuk membagikan video dengan durasi yang lebih panjang.

---

<sup>45</sup> Bambang Dwi Atmoko, *Instagram handbook*.(Jakarta: Media Kita, 2012), h. 14-15.

- 4) Reels: Video pendek dengan durasi maksimal 60 detik, serupa dengan fitur TikTok.
- 5) Explore: Berisi konten yang disarankan berdasarkan minat pengguna, termasuk postingan dan akun baru.
- 6) IG Live (Instagram Live): Mengizinkan pengguna untuk melakukan siaran langsung dan berinteraksi secara real-time dengan pengikut.
- 7) Direct Messaging (Pesan Langsung): Fitur pesan langsung antara pengguna.
- 8) IG Shopping: Memungkinkan pengguna untuk menjelajahi dan membeli produk langsung dari aplikasi.
- 9) IG Guides: Panduan berisi konten yang dikurasi oleh pengguna atau merek untuk memberikan informasi atau panduan tertentu.
- 10) Instagram Business Tools: Menyediakan fitur khusus untuk akun bisnis, termasuk analisis, promosi berbayar, dan kontak bisnis.
- 11) Instagram Insights: Memberikan analisis statistik tentang aktivitas pengguna dan kinerja postingan.
- 12) Filter dan Efek AR: Berbagai filter dan efek Augmented Reality (AR) yang dapat digunakan dalam Stories dan Reels.
- 13) Bookmark (Penanda): Memungkinkan pengguna menyimpan postingan untuk dilihat nanti.
- 14) Autoplay Video: Video secara otomatis diputar saat pengguna menggulir feed.
- 15) Instagram Music: Menambahkan musik ke Stories dan Reels.

- 16) Close Friends: Pengguna dapat membagikan cerita hanya kepada kelompok teman terdekat yang telah dipilih sebelumnya.

#### **d. Media Dakwah Instagram**

Media dakwah adalah alat yang digunakan untuk mencapai tujuan dakwah. Dengan media dakwah, *da'i* dapat menyebarkan ajaran Islam kepada masyarakat secara lebih luas.<sup>46</sup> Instagram memberikan kebebasan bagi *da'i* untuk mengekspresikan pesan mereka dengan cara kreatif. Fitur-fitur di Instagram dapat digunakan untuk membangun hubungan yang lebih dekat antara pelaku dakwah dan pengikutnya. Hal ini dapat dilakukan dengan menggunakan fitur-fitur tersebut untuk berkomunikasi secara langsung dan berdiskusi tentang isu-isu keagamaan. manfaat menggunakan internet dalam kegiatan berdakwah diantaranya jangkauannya tak terbatas ruang dan waktu, pesan dakwah bisa jadi lebih menarik, biaya relatif rendah, sasaran dakwah sangat luas.<sup>47</sup>

Instagram menawarkan peluang unik bagi para aktivis untuk menjangkau anak muda dengan pesan keagamaan. Media sosial ini memungkinkan mereka untuk menggunakan bahasa dan format yang akrab bagi anak muda, sehingga pesan lebih mudah diterima. Asumsi ini didukung oleh fakta bahwa penggunaan internet dalam dakwah telah meningkat di banyak negara Muslim.<sup>48</sup>

---

<sup>46</sup>Nur Rizky Toybah, "Dakwah Komunikasi Visual Melalui Instagram Akun @HADITSKU," *Alhiwar Jurnal Ilmu Dan Teknik Dakwah* 4, no. 7 (2016): 57-79.

<sup>47</sup> Halina Sendera dkk., "The Semiotic Perspectives of Peirce and Saussure: A Brief Comparative Study," *Procedia-Social and Behavioral Sciences Journal* Vol. 155 (Elsevier Press: Sabah, 2014), h. 4.

<sup>48</sup> Eva F. Nisa, *Creative and Lucrative Da'wa: The Visual Culture of Instagram amongst Female Muslim Youth in Indonesia*, *Asiascape: Digital Asia* 5, no. 1-2 (2018): 68-99.



Konten dakwah yang berkualitas dapat menjadi jembatan bagi pengguna Instagram untuk membangun hubungan yang lebih baik dengan pengikutnya. Pengguna Instagram yang membagikan konten dakwah yang berkualitas dapat menjadi pengaruh positif dalam masyarakat.<sup>49</sup>

## B. Tinjauan Teoritik

### 1. Pengertian Semiotika

Dari segi etimologi, Semiotik berasal dari Bahasa Yunani kuno yaitu “semion” yang memiliki makna sebagai tanda.<sup>50</sup> Pada abad sebelumnya, konsep tanda hanya mengandung arti sebagai suatu yang menunjukkan keberadaan hal lain, contohnya seperti keberadaan asap sebagai tanda adanya api. Dengan demikian, apabila diterapkan dalam kerangka sistem tanda bahasa, semua bentuk huruf, kata, dan kalimat tidak memiliki arti atau makna secara absolut. Sebuah tanda dapat tersebut dapat berarti, jika pembaca mampu mengkolerasikan tanda yang ia temukan terhadap yang ditandakan (*signified*) berdasarkan norma atau aturan sosial (konvensi sosial) yang telah ditetapkan.<sup>51</sup> Dalam konteks ini, pendekatan semiotika berusaha untuk secara sistematis mengkaji berbagai lapisan makna yang terdapat dalam suatu teks.<sup>52</sup>

Analisis semiotika berguna dalam mengeksplorasi makna-makna yang terkandung dalam teks, yang umumnya berupa simbol-simbol (sign). Secara

---

<sup>49</sup> Rudi Ferdiansah, *Dakwah Era 4.0 Strategi Optimalisasi Instagram Menjadi Media Dakwah Yang Inovatif & Inspiratif*, diedit oleh Komarudin (CV. Green Publisher Indonesia, 2023), h. 11.

<sup>50</sup> Kodrad Eko Putro S, Andayani, *Strategi Ampuh Memahami Makna Puisi Teori Semiotika Michael Riffaterre dan Penerapannya*, Jawa Barat : Eduvision, 2019, Hal. 19

<sup>51</sup> Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2016), h. 17

<sup>52</sup> Dinul Fitrah Mubaraq, *Analisis Teks Media Sebuah Pengantar Riset Jurnalistik*, Sulsel : IAIN Parepare Nusantara Press, 2020, Hal.79

khusus, fokus analisis semiotik tertuju pada pemaknaan terhadap simbol-simbol yang ada dalam teks.<sup>53</sup> Kajian semiotika dibagi menjadi dua jenis, yakni semiotika komunikasi dan semiotika signifikasi. Semiotika komunikasi menekankan pada teori yang memeriksa proses produksi tanda, di mana salah satu aspeknya mempertimbangkan enam faktor komunikasi, yaitu komunikator, komunikan (penerima kode) atau sistem tanda, pesan, saluran komunikasi, dan acuan. Sedangkan semiotika signifikasi berfokus pada pemahaman terhadap suatu tanda sehingga proses kondisinya pada penerima tanda lebih fokus diperhatikan daripada proses komunikasi itu terjadi.<sup>54</sup>

## 2. Semiotika Roland Barthes

Roland barthes berasal dari sebuah kota kecil dekat Pantai atlantik di sebelah barat daya Prancis. Ia di lahirkan pada tahun 1915. Antara tahun 1943 dan 1947, ia mengalami masa-masa istirahat akibat penyakit tuberkulosa (TBC). Selama periode ini, Barthes menggunakan waktu istirahatnya untuk membaca banyak hal, yang akhirnya membantunya menerbitkan artikel pertamanya. Setelah setahun kemudian, ia memasuki Universitas Sorbonne di Paris, fokus pada studi bahasa Latin, sastra Prancis, dan klasik. Barthes diangkat sebagai profesor semiologi literer di Collège de France pada tahun 1976, karena kontribusinya yang besar pada dunia semiotika melalui buku-buku dan dedikasinya. Roland Barthes

---

<sup>53</sup> Pawito, *Penelitian Komunikasi Kualitatif*, (Yogyakarta: PT LkiS Pelangi Aksara Yogyakarta, 2007), h. 155- 156.

<sup>54</sup> Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2016), h. 15.

meninggal pada usia 64 tahun dalam kecelakaan mobil di jalanan Paris pada tahun 1980.<sup>55</sup>

Roland Barthes mengembangkan teorinya tentang penanda petanda yang diperkenalkan oleh Ferdinand de Saussure, dan salah satu konsep yang dikembangkan oleh Barthes adalah signifikansi, yaitu cara memberi makna terhadap tanda-tanda dalam proses komunikasi.<sup>56</sup>

Barthes mengembangkan teori semiotika ke dalam dua tingkat pertandaan (*two order of signification*) yang dikenal sebagai tingkat pertama yaitu denotasi dan tingkat kedua disebut konotasi. Denotasi merujuk pada makna pada tingkat pertama yang bersifat objektif (*first order*), di-mana lambang-lambang dihubungkan secara langsung dengan realitas atau gejala yang ditunjuk. Ini dapat dianggap sebagai level dasar, di mana tanda atau simbol memiliki makna yang jelas dan konkrit. Makna konotasi adalah makna yang tidak langsung, tetapi tersirat dalam lambang-lambang. Makna ini berasal dari nilai-nilai budaya dan perasaan serta emosi yang menyertainya karena berada pada tingkat kedua (*second order*).<sup>57</sup> Barthes juga melihat tingkatan lain yang disebut sebagai “mitos”.

Dalam konsep Barthes, istilah "mitos" tidak diartikan seperti dalam pengertian tradisional yang terkait dengan hal-hal mistis. Menurut Barthes, mitos adalah suatu sistem komunikasi atau sesuatu pesan.<sup>58</sup> Mitos merupakan tanda yang berada pada tingkat kedua penandaan, mitos dapat memiliki makna denotatif dan

---

<sup>55</sup> Alex Sobur, *Analisis Teks Media : Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Frami*, (Bandung: PT. Remaja Rosda karya, 2004), h. 63-64.

<sup>56</sup> Alex Sobur, h. 93.

<sup>57</sup> Pawito, *Penelitian Komunikasi Kualitatif* (Yogyakarta: LkS Yogyakarta, 2007), h. 163.

<sup>58</sup> Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi* (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2016), h. 295.

konotatif yang berbeda-beda, tergantung pada konteksnya. Namun, pada umumnya, mitos memiliki makna konotatif yang lebih kuat daripada makna denotatifnya. Proses perubahan ini disebut sebagai mitos. Barthes mendefinisikan mitos sebagai cara menyatakan pesan, bukan mengartikan sebagai objek pesan itu sendiri.<sup>59</sup>

Pengembangan teori semiotika Roland Barthes tidak hanya berhenti pada makna denotasi, melainkan juga melihat lebih dalam untuk menemukan makna konotasi. Menurut Barthes, makna konotasi mengindikasikan makna yang lebih mendalam, yang disebut dengan mitos. Dengan memahami konsep tersebut, Barthes berupaya menggambarkan hubungan antara budaya atau ideologi dengan pemaknaan tanda. Konsep mitos Barthes digambarkan sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Peta tanda Roland Barthes

Signifier (Penanda)	Signified (Petanda)
Denotative Sign (Tanda Denotasi)	
Connotative Signifier (Penanda Konotasi)	Connotative Signified (Petanda Konotasi)
Connotative sign (Tanda Konotasi)	

Berdasarkan peta tersebut, maka dapat dipahami bahwa makna denotasi terikat dengan keberadaan antara penanda dan petanda. Pada saat bersamaan tanda denotatif adalah juga penanda konotatif. Dari penanda denotatif akan memunculkan

<sup>59</sup> Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi* (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2016), h. 296.

petanda konotatif yang kemudian akan menandai munculnya tanda konotatif. Dengan kata lain hal tersebut merupakan unsur material.

Dalam konsep Barthes, tanda konotatif tidak hanya memiliki makna tambahan, tetapi juga mengandung makna denotatif yang mendasarinya. Inilah sumbangan penting Barthes dalam menyempurnakan semiologi Saussure, yang hanya berhenti pada tataran denotasi.<sup>60</sup>

---

<sup>60</sup> Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi* (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2016), h. 69.