

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Hadirnya media baru (*new media*) yang diiringi dengan kemajuan teknologi komunikasi telah membawa perubahan dalam berbagai aspek kehidupan manusia. Tidak dapat dipungkiri, dengan hadirnya perkembangan teknologi informasi khususnya media sosial yang mampu membawa euforia, kegembiraan, dan kemudahan baru bagi masyarakat. Modus interaksi sosial belakangan ini hadir untuk memfalisitasi komunikasi antara manusia, termasuk konsumsi informasi dan penyampaian sebuah pesan.¹

Perkembangan teknologi internet telah mengubah pola interaksi masyarakat dalam 10 tahun terakhir ini, yang di mana terjadinya pergeseran dari penggunaan media konvensional ke platform digital. Perubahan ini memicu hadirnya beberapa media alternatif berbasis internet yang dapat menunjang efektivitas dan efisiensi sarana komunikasi, publikasi, serta sarana untuk memperoleh berbagai informasi yang dibutuhkan masyarakat.² Begitupun dengan informasi dakwah yang merupakan salah satu kewajiban (*iltizam*) yang harus ditunaikan oleh setiap muslim untuk mengajak umat lainnya, khususnya umat Islam melakukan perbuatan *amar ma'ruf nahi munkar* untuk membawa manusia mengabdikan kepada Allah swt.

¹ Syahirul Alim dan Avicena Farkhan Dharma, 'Youtube Sebagai Ruang Publik Alternatif Bagi Anak Muda', *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), (2021), h. 1.

² Iskandar, *Panduan Lengkap Internet* (Yogyakarta: Andi, 2009), h.1.

Allah swt. menerangkan perintah berdakwah dalam Q.S. Ali 'Imran/3: 104.

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ

الْمُنْكَرِ ۗ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Artinya: “Hendaklah ada di antara kamu segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Mereka itulah orang-orang yang beruntung.”³

Sarana untuk berdakwah bermacam-macam, bisa dengan menggunakan lisan, tulisan, serta media elektronik maupun non elektronik. Sehingga aktifitas dakwah di era modern ini semakin dimudahkan dengan bantuan media pendukung yang efektif dan efisien. Hanya dengan mengakses internet, masyarakat dapat dengan mudah memperoleh informasi keagamaan sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan.

Seorang *da'i* dapat menggunakan berbagai macam media untuk berdakwah, salah satunya media komunikasi visual. Jika dilihat dari aspek modalitas, komunikasi visual adalah komunikasi memanfaatkan unsur-unsur dasar bahasa visual sebagai kekuatan utamanya dalam menyampaikan informasi. Unsur-unsur dasar visual ialah segala sesuatu yang dapat dilihat serta dapat dimanfaatkan untuk menyampaikan suatu makna, serta pesan dan medianya.⁴ Salah satu media komunikasi dakwah visual yang *trend* saat ini adalah aplikasi media sosial Instagram.

Instagram merupakan sebuah aplikasi yang dapat digunakan melalui alat seperti *smartphone* yang fungsi utamanya sebagai tempat untuk berbagi serta mengambil foto maupun video dengan menggunakan filter digital dan

³ 'Aplikasi Qur'an Kemenag in Word, Terjemahan Kemenag 2019', *Microsoft Word*, 2019, Q.S. Ali 'Imran/3: 104.

⁴ Heru Dwi Waluyanto, 'Komik Sebagai Media Komunikasi Visual Pembelajaran', *Nirmana*, Vol. 7 No.1 (2005), h. 1.

membagikan hasil foto maupun video tersebut pada layanan jejaring sosial Instagram yang telah disediakan. Instagram berkembang sejak tahun 2010 di bawah perusahaan Burbn, Inc yaitu sebuah perusahaan yang memiliki fokus pada bidang aplikasi telepon genggam yang dilakukan oleh 2 orang *Chief Executive Officer* (CEO) di dalamnya yaitu Kevin Systrom serta Mike Krieger.⁵

Pengguna Instagram bermacam-macam, sehingga banyak orang yang menggunakannya sesuai dengan keinginan mereka masing-masing. Salah satu tujuannya digunakan sebagai media komunikasi dakwah visual. Instagram dapat dijadikan media untuk melakukan komunikasi dakwah visual yang efektif sebab fitur instagram cenderung dominan pada penampilan gambar-gambar, sehingga akan sangat cocok bila menggunakan komunikasi visual melalui desain grafis yang menarik untuk memantik minat *mad'u* di era millennial ini.

Komunikasi dakwah visual merupakan aktivitas yang dilakukan untuk menyampaikan informasi atau pesan mengajak untuk berbuat *amar ma'ruf nahi munkar* sesuai dengan pedoman dalam Al-Qur'an dan as-Sunnah, yang tentunya dengan memanfaatkan media komunikasi visual seperti Instagram.⁶ Salah satu akun Instagram yang menjadikan Instagram sebagai media komunikasi dakwah visual ialah akun *@muslimdesignercommunity*. Akun ini merupakan salah satu akun yang dibuat oleh komunitas Muslim Designer *Community* (MDC) yang sudah berdiri sejak tahun 2013.

Lahirnya MDC berawal dari inisiatif Nur Hadi Ismail bersama ketiga kawannya Fery Widayoko, Toni Ardan dan Dwi Sutrisno. MDC terlahir di Solo pada Jumat, 4 Oktober 2013 di kampung Tuwak, Kartasura

⁵ Anugrah Ayu Sendari, 'Instagram Adalah Platform Berbagi Foto Dan Video, Ini Deretan Fitur Canggihnya.', *Liputan6.Com*, 2019 <<https://www.liputan6.com/teknoread/3906736/instagram-adalah-platform-berbagi-foto-dan-video-ini-deretan-fitur-canggihnya>, diakses 2/28/2021, 22:58 WITA.>.

⁶ Nilnah Ni'mah, 'Dakwah Komunikasi Visual', *Islamic Communication Journal*, 01, No. 01 (2016), h. 109.

Sukoharjo yang diketuai oleh Nur Hadi Ismail sekaligus pendiri dari Muslim Designer Community.⁷

Instagram akun *@muslimdesignercommunity* menampilkan konten-konten khusus berisi tentang dakwah melalui desain grafis. Dan tentunya ada beberapa hal yang membuat peneliti tertarik untuk meneliti akun tersebut; *pertama*, karena akun tersebut dikelola oleh sebuah komunitas yang memanfaatkan komunikasi visual berupa poster sebagai sarana berdakwah. *Kedua*, desain yang menarik, kreatif, dan kaya akan pesan dakwah. *Ketiga*, komunitas tersebut juga berhasil menjaring banyak desainer grafis muda untuk tujuan bersama dan melakukan beberapa kegiatan pelatihan desain grafis pada anak muda. Hingga kini postingan Instagram akun *@muslimdesignercommunity* bertepatan pada akhir Januari 2022 telah mencapai 4.731 postingan. Dengan hadirnya komunikasi dakwah visual melalui poster yang diposting oleh Instagram akun *@muslimdesignercommunity* diharapkan dapat menyampaikan dakwah secara lebih mudah dan efektif.

Berdasarkan gambaran tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang kemudian akan dituangkan dalam bentuk skripsi dengan judul **“KOMUNIKASI DAKWAH VISUAL MELALUI INSTAGRAM AKUN @MUSLIMDESIGNERCOMMUNITY”**.

Fokus penelitian ini ialah, mengambil poster yang diposting dalam Instagram akun *@muslimdesignercommunity* dalam jangka waktu yang telah ditentukan selama 1 bulan, yakni dari tanggal 1-30 November 2021 sebanyak 27 dari 65 poster. Terkait hal yang akan diteliti dari postingan tersebut ialah interpretasi pada poster komunikasi dakwah visual yang memenuhi unsur-unsur desain komunikasi visual seperti warna, ilustrasi, tipografi, dan tata letak (*layout*) dengan menggunakan metode analisis semiotika model Charles Sander Peirce.

⁷ N Zuafa, ‘Gambaran Umum Muslim Designer Community Di Facebook’, *Eprints.Walisongo.Ac.Id*, 2016, 59–60 <[http://eprints.walisongo.ac.id/6467/4/BAB III.pdf](http://eprints.walisongo.ac.id/6467/4/BAB%20III.pdf) diakses pada Sabtu, 6/19/2021 pukul 5:42 WITA.>.

B. Fokus Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang telah dikemukakan di atas, ingin dikaji tentang bagaimana interpretasi komunikasi dakwah visual terhadap poster yang dibagikan melalui Instagram akun *@muslimdesignercommunity*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini untuk mengetahui interpretasi komunikasi dakwah visual terhadap poster yang dibagikan melalui Instagram akun *@muslimdesignercommunity*.

D. Signifikansi Penulisan

1. Kegunaan Teoritis

- a. Bahan informasi ilmiah serta masukan yang bermanfaat tentang komunikasi dakwah visual melalui Instagram akun *@muslimdesignercommunity*.
- b. Memberikan inspirasi bagi pengguna media sosial, bahwa dalam memanfaatkan kemajuan teknologi dengan menggunakan media sosial bisa digunakan sebagai jalan untuk melakukan kegiatan dakwah, dan menjauhkan kita dari sifat yang dapat merugikan.

2. Kegunaan Praktis

- a. Memberikan semangat pada para generasi pendakwah terutama mereka yang tergolong memiliki sifat introvert untuk memanfaatkan kemajuan teknologi sekarang dengan cara berdakwah melalui media komunikasi visual.
- b. Menambah kepastakaan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi pada khususnya dan kepastakaan UIN Antasari Banjarmasin pada

umumnya. Serta pengetahuan bagi semua pihak yang berkepentingan dengan hasil penelitian.

E. Definisi Istilah

1. Interpretasi Dakwah

Interpretasi merupakan suatu seni menjelaskan. Bukan hanya menjelaskan, interpretasi juga memberikan gambaran, penafsiran, dan mampu memberikan pemahaman yang mudah dimengerti. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) interpretasi berarti pemberian kesan, pendapat, atau pandangan teoritis terhadap sesuatu.

Kaelan mengartikan interpretasi sebagai seni yang memberikan gambaran tentang komunikasi tidak langsung. Namun, makna dari topiknya dapat dipahami dengan mudah. Sedangkan menurut Hamid, interpretasi terdiri dari informasi. Interpretasi juga bukan apa yang seseorang sampaikan pada kelompok sasaran, tetapi bagaimana cara seseorang tersebut menyampaikan informasi itu kepada kelompok sasaran.⁸ Sedangkan dakwah sendiri merupakan ajakan, seruan, panggilan untuk orang lain agar masuk ke jalan Allah secara menyeluruh (*kahffah*), menyeru pada kebaikan dan mencegah dari perbuatan munkar agar memperoleh kebahagiaan dunia dan akhirat yang dapat disampaikan baik secara lisan, tertulis maupun perbuatan.

Interpretasi dakwah dalam hal ini ialah memberikan gambaran maupun penjelasan dan pemahaman yang disampaikan oleh seseorang mengenai pesan dakwah yang terdapat di dalamnya. Pada penelitian ini menyangkut pesan komunikasi dakwah visual yang terdapat pada poster yang diposting oleh akun *@muslimdesignercommunity*.

⁸ Laudia Tysara, 'Interpretasi Adalah Seni Menjelaskan, Ketahui Tujuan, Dan Jenis-Jenisnya', *Hot.Liputan6.Com*, 2021 <<https://hot.liputan6.com/read/4521935/interpretasi-adalah-seni-menjelaskan-ketahui-tujuan-dan-jenis-jenisnya>, pada Jumat, 11/19/2021, 10:10 WITA.>.

Interpretasi komunikasi dakwah visual dalam penelitian ini ialah poster yang diposting oleh Instagram akun *@muslimdesignercommunity* yang kemudian diambil sebanyak 27 poster untuk diteliti dari segi penggunaan unsur-unsur komunikasi visual sebagai sarana utama dalam proses penyampaian pesan komunikasi dakwah. Dan didukung pula dengan menggunakan berbagai kekuatan visual berupa tipografi, ilustrasi, warna dan *layout* yang dilihat dari tiga prinsip komunikasi visual berupa kesatuan, keseimbangan dan penekanan. Dari 27 poster tersebut, tentu di dalamnya terdapat pesan yang bertujuan untuk menyampaikan informasi atau mengajak untuk melakukan perbuatan *amar ma'ruf nahi munkar* sesuai dengan pedoman dalam Al-Qur'an dan as-Sunnah.

2. Komunikasi Visual

Komunikasi visual merupakan ilmu yang mempelajari konsep komunikasi dan ungkapan daya kreatif yang diaplikasikan dalam berbagai media komunikasi visual dengan mengelola elemen desain grafis yang terdiri dari gambar (ilustrasi), huruf, warna, komposisi dan *layout* dengan unsur dasar bahasa visual sebagai kekuatan utamanya dalam menyampaikan komunikasi.

Komunikasi visual merupakan komunikasi yang menggunakan bahasa visual, yaitu segala sesuatu yang dapat dilihat dan dapat dipakai untuk menyampaikan arti, makna atau pesan kepada audience. Dalam penelitian ini, media komunikasi visual yang digunakan adalah Instagram yang merupakan aplikasi yang dibuat dengan konsep menampilkan gambar maupun video dengan konsep visual yang dapat dilihat menggunakan indera penglihatan dengan cara kerja secara cepat melalui internet.

3. Instagram

Instagram merupakan aplikasi yang berkembang sejak tahun 2010 di bawah perusahaan Burbn Inc, yaitu perusahaan yang memiliki fokus pada bidang aplikasi telepon genggam yang dibawah oleh 2 orang *Chief Executive Officer* (CEO) yaitu Kevin Syastrom dan Mike Krieger. Instagram berfungsi sebagai tempat untuk berbagi foto yang memungkinkan pengguna untuk mengambil foto, menggunakan filter digital dan membagikan pada layanan jejaring sosial media tersebut.⁹

Instagram menjadi salah satu media yang banyak digunakan oleh berbagai kalangan dan profesi, khususnya bagi penggiat dakwah di media sosial. Beberapa orang maupun komunitas yang bergerak di bidang dakwah menggunakan Instagram sebagai media untuk mensyi'arkan dakwah.

Salah satu pengguna Instagram sebagai media komunikasi dakwah visual ialah Instagram akun *@muslimdesignercommunity*. Akun *@muslimdesignercommunity* yang dibuat oleh komunitas Muslim Designer *Community* ini sudah berdiri sejak tahun 2013 silam dengan motto “Karena Dakwah Tak Harus Ceramah! Jadilah Da’i Sebelum Menjadi Apapun”.

Komunikasi visual dakwah yang dilakukan MDC melalui Instagram akun *@muslimdesignercommunity* merupakan suatu kegiatan mengajak dan menyeru ke jalan Allah swt. sesuai dengan Al-Qur’an dan as-Sunnah, yang kemudian dikonsep semenarik mungkin dengan gambar, warna, dan jenis teks tertentu yang dijadikan satu sehingga membentuk satu kesatuan dalam satu poster komunikasi visual yang di dalamnya terkandung nilai-nilai atau pesan dakwah. Dan poster itulah yang

⁹ Sendari, Anugrah Ayu, ‘Instagram Adalah Platform Berbagi Foto Dan Video, Ini Deretan Fitur Canggihnya.’, *Liputan6.Com*, 2019
<<https://www.liputan6.com/teknoread/3906736/instagram-adalah-platform-berbagi-foto-dan-video-ini-deretan-fitur-canggihnya>, diakses 2/28/2021, 22:58 WITA.>

kemudian di unggah pada media sosial Instagram akun @muslimdesignercommunity sebagai sarana komunikasi dakwah visual MDC dalam menyiarkan agama Islam.

Dalam penelitian ini, poster yang akan dipilih adalah poster yang berisikan komunikasi dakwah visual. Sehingga dari keseluruhan poster yang di unggah pada bulan November 2021, peneliti memutuskan untuk meneliti sebanyak 27 poster yang di ambil sekitar 1-2 poster setiap waktu. Poster yang sudah dipastikan di dalamnya terdapat unsur-unsur komunikasi visual dan terkandung pesan dakwah di dalamnya.

4. Analisis Semiotika

Semiotika merupakan suatu ilmu yang mempelajari tentang tanda, karena adanya kecendrungan manusia yang selalu mencari arti dan berusaha memahami segala sesuatu yang berada di sekelilingnya sehingga dianggap sebagai tanda.¹⁰ Tanda-tanda itulah yang akan menyampaikan suatu informasi sehingga mudah untuk dipahami. Keberadaanya mampu menggantikan sesuatu yang lain sehingga dapat dipikirkan atau dibayangkan. Cabang ini mulanya berkembang dalam bidang bahasa yang kemudian terus berkembang dalam bidang desain dan seni rupa.¹¹

Penelitian ini menggunakan analisis semiotik model Charles Sanders Peirce. Peirce menyebutkan tanda adalah sesuatu yang ditujukan kepada pikiran seseorang untuk menciptakan suatu tanda yang setara atau mungkin tanda yang lebih berkembang sebagai objek yang mengacu pada ide yang disebut sebagai dasar dari representatment.¹² Menurut Peirce sendiri, salah satu bentuk tanda yang dimaksud ialah kata. Sesuatu yang dapat disebut tanda jika memenuhi 2 syarat berikut.¹³

¹⁰ Tinarbuko. h. 33-34.

¹¹ Sumbo Tinarbuko, 'Semiotika Analisis Tanda Pada Karya Desain Komunikasi Visual', *Nirmana*, Vol. 5, No. 1 (2003), 33.

¹² Robert Marty, '76 Definitions of The Sign by C. S. Peirce', *Perpignan, France*, 2011 <<https://arisbe.sitehost.iu.edu/rsources/76DEFS/76defs.HTM>, Senin, 9/27/2021. 10:48 WITA.>.

¹³ Nawiroh Vera, *Semiotika Dalam Riset Komunikasi* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2014), h .22.

- a. Dapat dipersepsikan, baik menggunakan panca-indra maupun pikiran/perasaan.
- b. Berfungsi sebagai tanda (mewakilkkan sesuatu yang lain).

Peirce membagi tanda menjadi tiga bagian, yakni berupa lambang, ikon dan indeks. Dan proses penelitian ini akan menggunakan model triadic atau “*triangle meaning semiotics*” dari Peirce yang meliputi *sign* (tanda), *object* (acuan tanda), dan *interpretan* (penggunaan/penafsiran tanda).

F. Penelitian Terdahulu

Hasil dari penelusuran yang dilakukan di kepustakaan UIN Antasari Banjarmasin, khususnya perpustakaan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi serta dari penelusuran jurnal dan artikel yang dilakukan, terdapat beberapa penelitian terdahulu yang berhubungan dengan penelitian ini, yakni:

1. Skripsi yang disusun oleh Nur Rizky Toybah mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi IAIN Antasari Banjarmasin (2016) dengan judul “Dakwah Komunikasi Visual Melalui Instagram Akun @Haditsku”. Skripsi tersebut membahas komunikasi visual dan pesan-pesan dakwah yang terdapat dalam postingan akun Instagram @Haditsku serta membahas interpretasi dakwah yang dikaitkan dengan unsur-unsur yang terdapat dalam komunikasi visual. Jenis penelitian yang digunakan merupakan penelitian deskriptif pendekatan kualitatif dengan menggunakan teknik analisis isi. Dakwah yang diinterpretasi sesuai dengan objek dan teks gambar, serta diketahui pula gambar yang dibagikan mengandung unsur komunikasi visual yaitu gambar yang memenuhi diantaranya: garis, bentuk, tekstur, gelap terang, ukuran, warna, tipografi. Serta memiliki prinsip komunikasi visual diantaranya keseimbangan dan kesatuan.

2. Skripsi yang disusun oleh Khairul Azmi mahasiswa jurusan KPI Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh (2020) dengan judul “Dakwah Komunikasi Visual Muslim Designer *Community* Banda Aceh (Analisis Konten Dakwah Visual Pada Akun Instagram Muslim Designer *Community* Banda Aceh)”. Skripsi tersebut bertujuan untuk mengetahui bagaimana pesan-pesan dakwah yang digunakan pada akun Instagram @mdcbandaaceh serta bagaimana teknik desain yang digunakan untuk menciptakan sebuah poster dakwah. Jenis penelitian tersebut menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan analisis isi untuk mengetahui pesan dakwahnya, dan juga melakukan observasi terhadap unggahan posternya bertujuan untuk mengetahui bagaimana teknik yang digunakan untuk mendesain konten dakwah visual.
3. Jurnal yang ditulis oleh Nilnan Ni'mah mahasiswa jurusan KPI Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang (2016) dengan judul “Dakwah Komunikasi Visual”. Jurnal tersebut membahas tentang karya desain komunikasi visual dengan kajian semiotika visual yang menggunakan (i) teori Pierce untuk melihat ikon, indeks dan simbol, (ii) teori Saussure untuk melihat makna konotatif dan denotatif, (iii) teori Barthes untuk melihat kode (kode hermeneutic, kode simbolik, kode narasi, kode semantik, dan kode kebudayaan).
4. Skripsi yang disusun oleh Fiki Septiawan mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (2019) dengan judul “Desain Komunikasi Visual dalam Dakwah Oleh Gerakan Pemuda Hijrah Bandung Melalui Akun Instagram @Pemudahijrah”. Jenis penelitian yang digunakan merupakan jenis penelitian kualitatif deskriptif yang menelaah komponen desain komunikasi visual poster kajian dakwah Islam, yang didesain serta diunggah oleh Gerakan Pemuda Hijrah Bandung lewat akun media sosial Instagram @Pemudahijrah. Dalam meneliti poster kajian dakwah Islam ini, peneliti menggunakan teori desain komunikasi

visual dengan mempertimbangkan unsur-unsur desain serta prinsip dominasi/penekanan (*emphasis*) dan prinsip kesatuan (*unity*).

Tabel 1. 1 Penelitian Terkait

No.	Nama Peneliti – Judul Penelitian	Isi	Persamaan	Perbedaan
1.	Nur Rizky Toybah - Dakwah Komunikasi Visual Melalui Instagram Akun @Haditsku	Membahas komunikasi visual dan pesan-pesan dakwah yang terdapat dalam postingan akun Instagram @Haditsku serta membahas interpretasi dakwah yang dikaitkan dengan unsur-unsur yang terdapat dalam komunikasi visual. Jenis penelitian yang digunakan merupakan penelitian deskriptif pendekatan kualitatif dengan menggunakan teknik analisis isi. Dakwah yang diinterpretasi sesuai dengan objek dan teks gambar, serta diketahui pula gambar yang dibagikan mengandung unsur komunikasi visual yaitu gambar yang memenuhi	Melakukan riset terkait dengan poster media sosial Instagram, menggunakan analisis penelitian semiotika, dan sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif.	Mengangkat fokus masalah yang berbeda, juga menggunakan analisis semiotika dengan teori yang berbeda.

No.	Nama Peneliti – Judul Penelitian	Isi	Persamaan	Perbedaan
		diantaranya: garis, bentuk, tekstur, gelap terang, ukuran, warna, tipografi. Serta memiliki prinsip komunikasi visual diantaranya keseimbangan dan kesatuan.		
2.	Khairul Azmi – Dakwah Komunikasi Visual Muslim Designer <i>Community</i> Banda Aceh (Analisis Konten Dakwah Visual Pada Akun Instagram Muslim Designer <i>Community</i> Banda Aceh)	Bertujuan untuk mengetahui bagaimana pesan-pesan dakwah yang digunakan pada akun Instagram @mdcbandaaceh serta bagaimana teknik desain yang digunakan untuk menciptakan sebuah poster dakwah. Jenis penelitian tersebut menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan analisis isi untuk mengetahui pesan dakwahnya, dan juga melakukan observasi terhadap unggahan posternya bertujuan untuk mengetahui	Melakukan riset dengan poster media sosial Instagram.	Mengangkat fokus masalah yang berbeda, menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis isi. Objek yang diteliti khusus MDC Banda Aceh dan penggunaan teori yang berbeda, penelitian ini menggunakan teori <i>message design logic</i> (teori logika pesan)

No.	Nama Peneliti – Judul Penelitian	Isi	Persamaan	Perbedaan
		bagaimana teknik yang digunakan untuk mendesain konten dakwah visual.		
3.	Nilnan Ni'mah - Dakwah Komunikasi Visual	Membahas tentang karya desain komunikasi visual dengan kajian semiotika visual yang menggunakan (i) teori Pierce untuk melihat ikon, indeks dan simbol, (ii) teori Saussure untuk melihat makna konotatif dan denotatif, (iii) teori Barthes untuk melihat kode (kode hermeneutic, kode simbolik, kode narasi, kode semantik, dan kode kebudayaan).	Meneliti subjek yang sama dan melakukan riset dengan Instagram.	Rumusan masalah dan fokus masalah yang berbeda, dan penelitian ini hanya menggunakan teori Pierce.
4.	Fiki Septiawan - Desain Komunikasi Visual dalam Dakwah Oleh Gerakan Pemuda Hijrah Bandung	Jenis penelitian yang digunakan merupakan jenis penelitian kualitatif deskriptif yang menelaah komponen desain komunikasi visual poster kajian dakwah Islam, yang didesain serta	Melakukan riset dengan poster media sosial Instagram. Menggunakan analisis isi semiotika dengan	Rumusan masalah, objek penelitian, fokus masalah yang berbeda,

No.	Nama Peneliti – Judul Penelitian	Isi	Persamaan	Perbedaan
	Melalui Akun Instagram @Pemudahijran.	diunggah oleh Gerakan Pemuda Hijrah Bandung lewat akun media sosial Instagram @Pemudahijrah. Dalam meneliti poster kajian dakwah Islam ini, peneliti menggunakan teori desain komunikasi visual dengan mempertimbangkan unsur-unsur desain serta prinsip dominasi/penekanan (<i>emphasis</i>) dan prinsip kesatuan (<i>unity</i>).	menggunakan teori Pierce.	

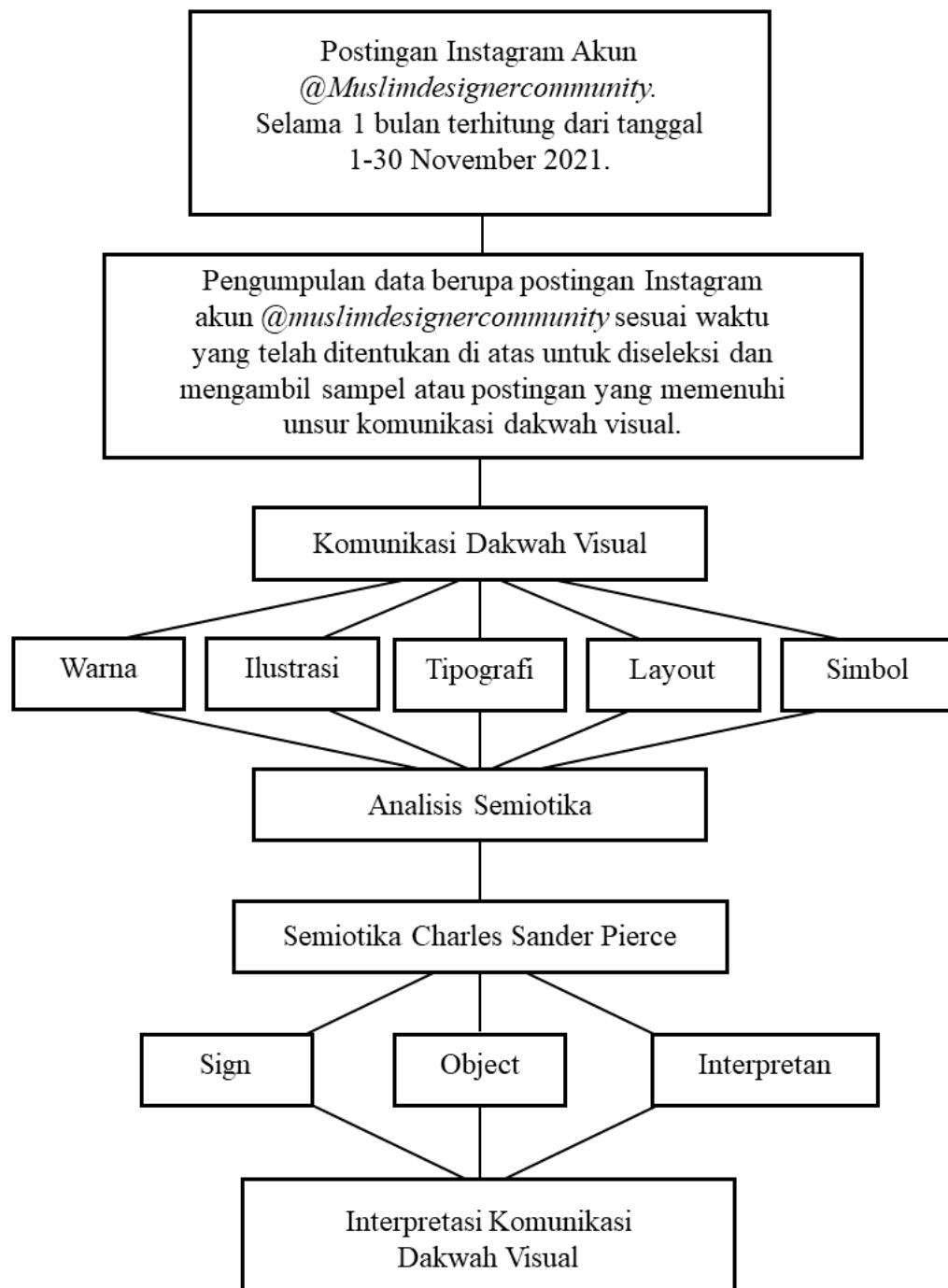
G. Kerangka Teori

Konsep atau pokok pikiran yang dipergunakan oleh peneliti untuk membaca masalah dan menganalisis suatu permasalahan yang ada pada penelitian dengan mengumpulkan/mendokumentasikan postingan Instagram akun *@muslimdesignercommunity* selama 1 bulan, terhitung dari tanggal 1-30 November 2021 yang mencakup unsur-unsur desain komunikasi visual.

Peneliti melakukan pengumpulan data berupa postingan Instagram akun *@muslimdesignercommunity* sesuai waktu yang telah ditentukan di atas untuk diseleksi dan mengambil sampel atau postingan yang memenuhi unsur komunikasi dakwah visual. Setelah data telah dikumpulkan dan diseleksi sesuai kebutuhan penelitian, selanjutnya peneliti akan menentukan komponen-komponen serta informasi komunikasi dakwah visual pada poster yang telah ditetapkan untuk diteliti dan mengambil kesimpulan tentang konsep desain komunikasi visual berupa penyampaian informasi dakwah lewat poster kajian yang dilakukan oleh komunitas Muslim Designer Community lewat media sosial Instagram akun *@muslimdesignercommunity* dengan menggunakan analisis semiotika Charles Sander Peirce yang di mana Peirce menggunakan teori segitiga makna atau *triangle meaning* dengan menentukan elemen *sign* (tanda), *object* (acuan tanda), dan *interpretan* (penggunaan/penafsiran tanda).

Terakhir, menentukan interpretasi komunikasi dakwah visual yang terdapat pada poster yang dibagikan Instagram akun *@muslimdesignercommunity* sebagai hasil akhir dari penelitian tersebut.

Berikut kerangka teori pada skripsi dengan judul “Komunikasi Dakwah Visual Melalui Instagram Akun *@muslimdesignercommunity*”.



Gambar 1. 1 Kerangka Teori

H. Metode Penelitian

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

a. Jenis penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian deskriptif merupakan suatu aktivitas penelitian yang berusaha untuk menggambarkan, melukiskan, dan mengungkapkan sebuah ide, pemikiran secara apa adanya.¹⁴ Penelitian deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran tentang fenomena tertentu.¹⁵

b. Metode penelitian

Metode penelitian ini menggunakan metode analisis semiotik (*semiotic analysis*). Analisis semiotik adalah ilmu tentang tanda yang bisa berupa kata, gambar, bunyi, dan sebagainya.¹⁶

2. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah media sosial Instagram akun *@muslimdesignercommunity*. Sedangkan objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah tampilan poster pada konten yang memuat desain komunikasi visual di dalam memberikan informasi seputar dakwah Islam pada Instagram akun *@muslimdesignercommunity* dengan fokus penelitian pada interpretasi komunikasi dakwah visual yang dikaitkan dengan unsur-unsur komunikasi visual seperti warna, ilustrasi, tipografi, layout, dan simbol, yang dilihat dari tiga prinsip dalam desain yaitu kesatuan (*unity*), keseimbangan (*balance*) dan penekanan (*emphasis*).

¹⁴ Hardi Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, 12th edn (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2007), h. 63.

¹⁵ Yuliana Rakhmawati, *Buku Ajar Metodologi Penelitian Komunikasi* (Surabaya: Putra Media Surabaya (PMN), 2019), h. 35.

¹⁶ Jumal Ahmad, *Desain Penelitian Analisis Isi (Content Analysis)* (Sekolah Pascasarjana UIN Syarif Hidayatullah, 2018), h. 9.

3. Data dan Sumber Data

Data penelitian merupakan seluruh keterangan maupun informasi seseorang yang dijadikan responden juga yang berasal dari dokumen-dokumen, baik dalam bentuk statistik atau dalam bentuk lainnya guna keperluan penelitian. Data yang diambil dari objek penelitian ini antara lain:

- a. Data primer (data utama) ialah data yang dirancang oleh peneliti untuk tujuan tertentu yakni memecahkan masalah yang sedang ditangani. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat di mana objek penelitian dilakukan.¹⁷ Dalam penelitian ini data primer yaitu *postingan* berupa poster yang dibagikan melalui Instagram akun *@muslimdesignercommunity*.
- b. Data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan untuk tujuan tertentu yakni memecahkan masalah yang sedang dihadapi. Data ini dapat ditemukan dengan cepat. Dalam penelitian ini sumber data adalah literatur, artikel, jurnal, serta situs-situs di internet yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data melalui sejumlah dokumen (informasi yang di dokumentasikan) berupa dokumen tertulis maupun terekam. Dalam penelitian ini, buku pendukung ilmu dakwah dan komunikasi visual, artikel, jurnal, dan *online* sebagai pendukung penting dalam penelitian ini dan konten poster pada Instagram akun *@muslimdesignercommunity*.

¹⁷ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2009), h. 137.

- b. Observasi (pengamatan) yang dimaksud dalam penelitian ini ialah dengan menggunakan indera penglihatan tanpa mengajukan pertanyaan. Peneliti melakukan peninjauan langsung dalam memperoleh data dan informasi terkait fokus permasalahan yang akan diteliti pada Instagram akun *@muslimdesignercommunity*.

5. Teknik Analisis Data

Analisa data adalah proses pengorganisasian dan pengurutan data ke dalam pola, kategori dan unit dasar deskripsi sehingga tema dapat diemukan dan hipotesis kerja dapat dirumuskan seperti yang disarankan oleh data. Tugas analisis data dalam hal ini adalah mengatur/mengorganisasikan, mengurutkan, mengelompokkan, mengkodekan dan mengkategorikannya. Pengorganisasian dan pengelolaan data bertujuan untuk menemukan tema dan hipotesis kerja yang pada akhirnya diangkat sebagai teori substantif.¹⁸

Menurut Mudjiarhardjo, analisis data adalah sebuah kegiatan untuk untuk mengatur, mengurutkan, mengelompokkan, memberi kode atau tanda, dan mengkategorikannya sehingga diperoleh suatu temuan berdasarkan fokus atau masalah yang ingin dijawab.¹⁹

Menurut Moleong, analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilahmilahnya menjadi unit-unit yang dapat dikelolah, mensintesisakan, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting, dan apa yang dipelajari serta memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.²⁰

Berdasarkan pada analisis data kualitatif, maka data yang telah didapatkan selanjutnya diolah atau di analisis dengan analisis data deskriptif model Miles & Huberman. Teknik analisis data model

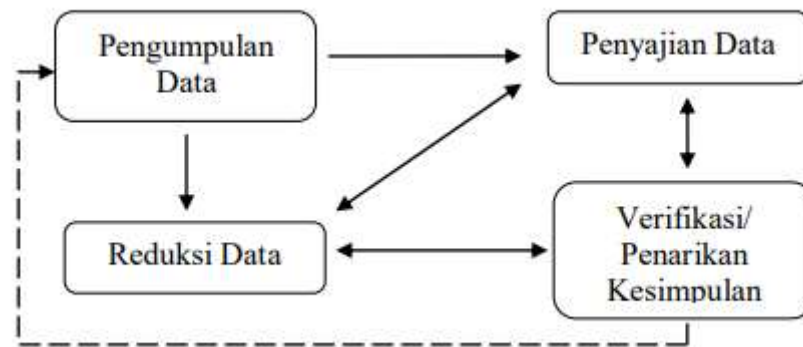
¹⁸ M. Ali Sodik Sandu Siyoto, *Dasar Metode Penelitian*, 1st edn (Yogyakarta: Literasi Media Publising, 2015), h. 98.

¹⁹ V. Wiratna Sujarweni, *Metodeologi Penelitian Lengkap, Praktis, Dan Mudah Dipahami*, 1st edn (Yogyakarta: Pustaka Baru, 2018), h. 39.

²⁰ Sandu Siyoto, h. 98-99.

interaktif menurut Miles & Huberman terdiri atas empat tahapan yang harus dilakukan.

Adapun model interaktifnya adalah sebagai berikut:



Gambar 1. 2 Skema Metode Analisis Miles And Huberman

Berkaitan dengan model dan teknik analisis data Miles & Huberman, maka di dalam menguraikan teori unsur dan prinsip desain grafis yang digunakan oleh Komunitas Muslim Designer Community dalam membuat konten poster kajian pada media sosial Instagram akun *@muslimdesignercommunity*, peneliti melakukan tahapan sebagai berikut:

- a. Melakukan pengumpulan data dokumentasi yang ditemukan pada konten media sosial Instagram akun *@muslimdesignercommunity* dan sesuai dengan waktu yang telah ditentukan.
- b. Menyeleksi hasil data dokumentasi dengan mengambil beberapa sampel desain konten berdasarkan ketentuan yang sudah ditetapkan dengan melihat indikator-indikator tentang adanya unsur komunikasi dakwah visual yang sesuai dengan teori desain komunikasi visual Pierce.
- c. Menentukan komponen-komponen serta informasi komunikasi dakwah visual pada poster Instagram akun

@muslimdesignercommunity yang kemudian disajikan dalam bentuk infografis.

- d. Mengambil kesimpulan tentang konsep desain komunikasi visual penyampaian informasi dakwa lewat poster kajian yang dilakukan oleh Komunitas Muslim Designer Community lewat media sosial Instagram akun *@muslimdesignercommunity*.

6. Pengecekan Keabsahan Data

Pengecekan terhadap keabsahan data dilakukan untuk membuktikan apakah penelitian yang dilakukan benar-benar merupakan penelitian ilmiah sekaligus untuk menguji data yang diperoleh agar terhindar dari subjektivitas.

Agar data dalam penelitian ini dapat dipertanggung jawabkan sebagai penelitian ilmiah perlu dilakukan uji keabsahan data yang diperoleh. Adapun teknik pengecekan keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Memperpanjang observasi: dalam hal ini diharapkan hasil penelitian benar adanya, maka dilakukan memperpanjang observasi guna untuk melihat postingan poster pada akun *@muslimdesignercommunity*.
- b. Pengamatan terus menerus: mengamati jenis poster yang diunduh dalam Instagram dan melihat apa saja jenis poster yang sesuai dengan akun *@muslimdesignercommunity*. Dengan melakukan pengamatan secara lebih cermat dan berkesinambungan, maka kepastian data dan urutan kejadian akan terekam secara pasti dan sistematis.
- c. Triangulasi: dalam hal ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber, berbagai cara, dan berbagai waktu. Menurut Wiliam Wiersma, triangulasi dalam pengujian adalah perubahan pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai waktu.

Dengan demikian ada triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan triangulasi waktu.²¹

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi sumber dan teknik. Triangulasi sumber yaitu menguji data dengan cara mengecek data yang diperoleh melalui beberapa sumber yang berhubungan dengan judul penelitian. Triangulasi teknik adalah menguji data dengan cara menelaah data dari sumber yang sama dengan dengan teknik yang berbeda. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik observasi dan dokumentasi.

- d. Menggunakan bahan referensi: sebagai penguat dalam landasan teoritis untuk pembuatan skripsi ini, tentu pencarian bahan referensi merupakan hal penting yang dilakukan, dicari dengan sebaik mungkin.

I. Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan sistematika penulisan yang terdiri dari lima bab dan di dalam masing-masing bab terdapat beberapa subbab, yaitu sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN, berisikan tentang problematika yang akan diteliti sebagai gambaran-gambaran umum yang dibahas meliputi; latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikasi penelitian, definisi istilah, penelitian terdahulu, kerangka teori, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II: DESKRIPSI UMUM, pada bab ini membahas tentang gambaran umum Instagram akun *@muslimdesignercommunity*.

BAB III: KAJIAN DAN PEMETAAN POKOK BAHASAN KOMUNIKASI DAKWAH VISUAL MELALUI INSTAGRAM AKUN

²¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2007), h. 273.

@MUSLIMDESIGNERCOMMUNITY, bab ini membahas tentang konsep komunikasi dakwah, konsep desain komunikasi visual, Instagram sebagai media komunikasi dakwah visual, dan teori semiotika Charles Sander Peirce.

BAB IV: ANALISIS ATAU PEMBAHASAN, berisikan tentang penyajian data dan hasil penelitian.

BAB V: PENUTUP, pada bab ini membahas tentang simpulan dan rekomendasi.