

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian penelitian dan kajian yang telah dibahas pada bab sebelumnya terkait Analisis Tipografi dalam Penguatan Pesan Dakwah Visual pada Akun Instagram @ypographydakwah.Id (Analisis Semiotika Ferdinand de Saussure), maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Akun Instagram @typographydakwah.id secara konsisten menyampaikan tiga kategori pesan dakwah utama yang mencakup dimensi keislaman secara menyeluruh. Pertama, pesan akidah yang disampaikan melalui konten-konten bertema mengingat Allah (dzikir), penguatan iman bagi jiwa yang berputus asa, ajakan bertawakal hanya kepada Allah SWT, serta pengingat tentang kematian sebagai refleksi atas qada' dan qadar. Kedua, pesan syariah yang hadir dalam bentuk ajakan menjalankan shalat dan sabar, anjuran shalat berjamaah di masjid bagi laki-laki Muslim, serta pembagian doa berbuka puasa di bulan Ramadan. Ketiga, pesan akhlak yang mendorong audiens untuk berbakti kepada orang tua (birrul walidain), bertanggung jawab dalam penggunaan media sosial, berlomba-lomba dalam kebaikan (fastabiqul khairat), dan senantiasa bersyukur atas nikmat Allah SWT. Ketiga kategori pesan dakwah tersebut disampaikan secara terpadu melalui elemen-elemen tipografi yang dirancang secara cermat dan estetik.

2. Berdasarkan analisis semiotika Ferdinand de Saussure, tipografi pada akun Instagram @typographydakwah.id berfungsi secara efektif sebagai sistem tanda dakwah visual melalui hubungan antara penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*). Elemen-elemen tipografi seperti pemilihan jenis huruf (*font*), ukuran teks, warna, tata letak, serta elemen visual pendukung berperan sebagai penanda yang secara konsisten menghasilkan petanda berupa pesan-pesan keagamaan yang bermakna bagi audiens Muslim. Beberapa temuan spesifik yang menonjol antara lain: (a) penggunaan *font script/handwritten* menciptakan kesan personal dan emosional yang mendukung pesan-pesan spiritual; (b) huruf kapital berukuran besar digunakan sebagai penegasan terhadap pesan dakwah yang bersifat krusial; (c) *brush typography* yang masif berfungsi membangun urgensi dan kesan serius pada tema-tema berat seperti kematian; (d) hierarki tipografi bertingkat dimanfaatkan untuk mengarahkan perhatian audiens pada inti pesan secara terstruktur; serta (e) pilihan warna seperti biru (ketenangan spiritual), kuning (harapan dan optimisme), dan putih (kesucian dan ketulusan) secara konsisten memperkuat makna pesan dakwah yang disampaikan. Hubungan antara penanda dan petanda dalam setiap konten dimantapkan oleh konvensi sosial yang berlaku dalam masyarakat Muslim, sehingga pesan dakwah dapat tersampaikan secara efektif, efisien, dan penuh makna.

Secara keseluruhan, penelitian ini membuktikan bahwa tipografi bukan sekadar elemen estetika dalam desain visual, melainkan merupakan sistem

komunikasi yang kaya makna dan mampu menjadi medium dakwah yang efektif di era digital. Akun @typographydakwah.id telah berupaya mengintegrasikan nilai-nilai estetika desain dengan substansi pesan dakwah Islami, sehingga menghadirkan model dakwah visual yang inovatif, relevan, dan berdaya sentuh tinggi bagi generasi muda Muslim di media sosial.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti mengajukan beberapa saran bagi berbagai pihak. Bagi Pengelola Akun @typographydakwah.id, disarankan untuk terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas konten tipografi dakwah dengan memperluas jangkauan pesan dakwah mempertimbangkan aksesibilitas visual yang lebih inklusif, menjaga konsistensi identitas visual dan nilai-nilai dakwah yang moderat dan berlandaskan Al-Quran serta Hadis, serta mengembangkan konten interaktif untuk meningkatkan *engagement* audiens.

Bagi Peneliti Selanjutnya, penelitian ini memiliki keterbatasan yang membuka peluang untuk pengkajian lebih mendalam, antara lain dengan memperluas cakupan sampel penelitian, mengkombinasikan semiotika dengan metode resepsi audiens melalui wawancara atau survei, mengeksplorasi teori semiotika lain seperti Roland Barthes atau Charles Sanders Peirce, meneliti akun dakwah tipografi pada platform media sosial lain seperti TikTok atau YouTube Shorts, serta mempertimbangkan

pendekatan longitudinal untuk mengamati perkembangan strategi tipografi dari waktu ke waktu.

Bagi Lembaga Pendidikan dan Kampus, khususnya Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, penelitian ini memberikan masukan untuk mengintegrasikan materi literasi desain komunikasi visual dan semiotika ke dalam kurikulum, mendorong mahasiswa untuk mengembangkan keterampilan desain grafis dan tipografi Islami, serta memfasilitasi penelitian lanjutan tentang dakwah digital dan komunikasi visual Islami.

Bagi Masyarakat dan Pengguna Media Sosial, disarankan untuk meningkatkan literasi visual dan kemampuan berpikir kritis dalam mengonsumsi konten dakwah, menjadikan akun dakwah tipografi berkualitas sebagai sumber pengetahuan keislaman, serta turut berperan aktif dalam ekosistem dakwah digital dengan membagikan konten positif dan moderat. Peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu komunikasi dakwah, khususnya dakwah visual di era digital, serta menjadi inspirasi bagi pegiat dakwah.