

**DAKWAH VISUAL MUSLIM DESIGNER COMMUNITY
BANDA ACEH**
(Analisis Konten Dakwah Visual Pada Akun Instagram Muslim Designer
Community Banda Aceh)

SKRIPSI

Diajukan Oleh

**KHAIRUL AZMI
NIM. 160401130
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam**



**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
1442 H / 2020 M**

SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh
sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana S-1 dalam Ilmu Dakwah
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam**

Oleh

**KHAIRUL AZMI
NIM. 160401130**

Disetujui Oleh:

Pembimbing I,

Pembimbing II,


Drs. H. A. Karim Syeikh, M.A
NIP. 195504201982031002


Rusnawati, S. Pd., M.Si
NIP. 197703092009122003

SKRIPSI

**Telah Dinilai oleh Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry
dan Dinyatakan Lulus serta Disahkan sebagai
Tugas Akhir untuk Memperoleh Gelar
Sarjana S-1 Ilmu Dakwah Program Studi
Komunikasi dan Penyiaran Islam**

**Diajukan Oleh
KHAIRUL AZMI
NIM. 160401130**

Pada Hari/Tanggal

**Kamis, 13 Agustus 2020 M
23 Zulhijjah 1442 H**

**di
Darussalam-Banda Aceh**

Panitia Sidang Munaqasyah

Ketua,

**Drs. H. A. Karim Syeikh, M.A
NIP. 195504201982031002**

Sekretaris,

**Rusnawati, S. Pd., M.Si
NIP. 197703092009122003**

Anggota I,

**Dr. Jasafat, M.A
NIP. 196312311994021001**

Anggota II,

**Hanifah, S. Sos. I., M. Ag
NIP. 199009202019032015**

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry**

**Dr. Fakhri, S.Sos., MA
NIP. 196411291998031001**

PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya:

Nama : Khairul Azmi

NIM : 160401130

Jenjang : Strata Satu (S-1)

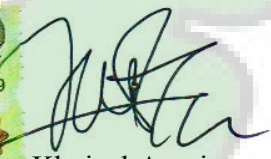
Jurusan/Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Menyatakan bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dirujuk dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Jika di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.

Banda Aceh, 9 Juli 2020

Yang Menyatakan,




Khairul Azmi

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji dan syukur penulis sampaikan atas kehadiran Allah SWT, yang senantiasa selalu melimpahkan kasih sayang dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyusun karya ilmiah ini. Shalawat dan salam penulis hantarkan kepada Nabi besar Muhammad SAW beserta para keluarga dan sahabatnya sekalian yang telah membekali umatnya dengan pengetahuan dan pendidikan yang sempurna.

Dengan qudrah dan iradah Allah SWT dan juga berkat bantuan dari semua pihak, penulis telah dapat menyelesaikan skripsi ini, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi (FDK) Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh dengan judul “***DAKWAH VISUAL MUSLIM DESIGNER COMMUNITY BANDA ACEH (Analisis Konten Dakwah Visual Pada Akun Instagram Muslim Designer Community Banda Aceh)***”. Dengan selesainya skripsi ini penulis turut menyampaikan ribuan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Yang teristimewa, untuk kedua orang tua tercinta, Ayah Muhammad Yusuf dan ibu tersayang Nurjannah yang telah membesarkan dan mendidik saya dengan penuh kesabaran dan kasih sayang, juga yang tak henti-hentinya mendoakan, memberikan semangat serta dukungannya sehingga saya mampu menyelesaikan pendidikan hingga sampai jenjang sarjana. Begitu juga kepada keluarga besar dan sanak saudara yang ikut mendoakan kemudahan dan kelancaran dalam penyusunan skripsi ini.

2. Prof. Dr. H. Warul Walidin AK. MA. Rektor Universitas Islam Negeri Ar-Raniry yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk dapat menuntut ilmu atau belajar di UIN Ar-Raniry.
3. Dr. Fakhri S.Sos, MA. selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Drs. Yusri M.LIS selaku Wakil dekan I Zanuddi T. M.Si. selaku Wakil dekan II, dan Dr. T Lembong Misbah, MA selaku Wakil Dekan III.
4. Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Dakwah dan Komunikasi Bapak Dr. Hendra Syahputra, ST.,MM
5. Ibu Anita S. Ag., M. Hum selaku Sekretaris Prodi KPI yang selalu meluangkan waktu untuk para mahasiswa KPI berkonsultasi terkait permasalahan akademik.
6. Pembimbing 1 Bapak Drs. H. A. Karim Syeikh, M. A yang telah meluangkan waktu serta sabar dalam memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis, meskipun konsultasi harus dilakukan secara online karena pandemi Covid-19. Pembimbing 2 Ibu Rusnawati, S. Pd., M.Si Sebagai pembimbing beliau sangat sabar dan tidak pernah mengabaikan pesan ketika penulis menanyakan perihal bimbingan skripsi, kemudian beliau selalu memberikan semangat dan motivasinya bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Dosen wali atau penasehat akademik, bapak Zainuddin T yang selalu punya waktu untuk saya ketika bimbingan proposal.

8. Para dosen dan asisten dosen, serta karyawan di lingkungan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
9. Kepada bang Rizky Munazar S.sos yang telah meluangkan waktu serta memberikan inspirasi dan ide-ide untuk menulis skripsi dan terus mendukung penulis hingga mampu menyelesaikan skripsi ini.
10. Sahabat-sahabat penulis, Ahmad Sayuti, Mabror, Ilham Maulana, Maulana Arifan, Rifiyani, Raudhatul Hikmah, Nur Apriana, Ayu Darani Rizki serta kawan-kawan unit International dulunya, rasa terimakasih penulis ucapkan juga kepada seluruh mahasiswa KPI angkatan 2016.
11. Kepada bang Rahmad, kak Mei selaku ketua dan bendahara umum Muslim Designer Community Banda Aceh yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian tentang MDC Banda Aceh.
12. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang terlibat membantu dalam penulisan skripsi ini. Semoga Allah yang nantinya membalas semua kebaikan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih sangat jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, segala bentuk masukan berupa kritikan dan saran yang membangun sangat penulis harapkan dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis sendiri dan kepada semua pihak.

Banda Aceh, 23 Juni 2020
Penulis,

Khairul Azmi

DAFTAR ISI

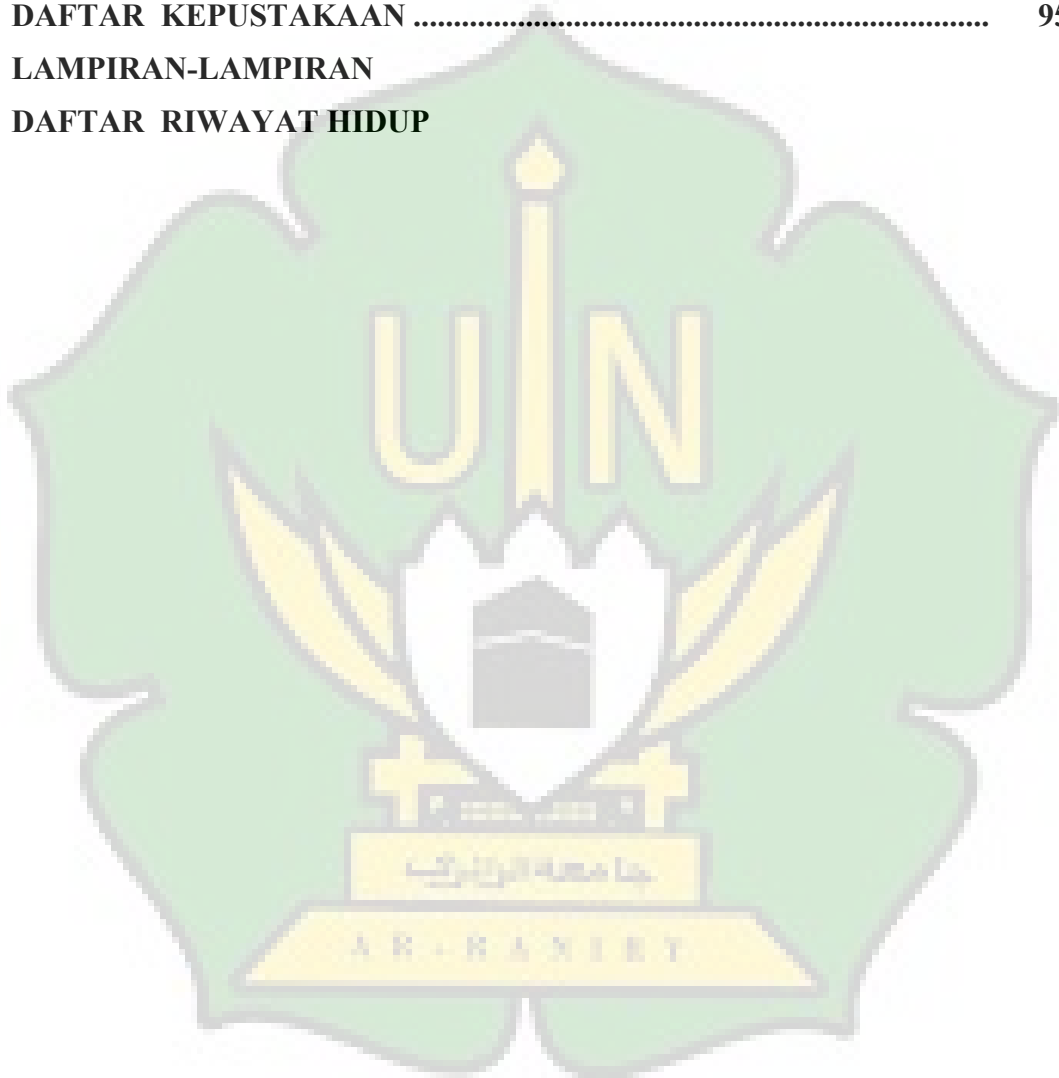
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iv
ABSTRAK	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
E. Definisi Operasional.....	9
BAB II LANDASAN TEORITIS.....	12
A. Kajian Terdahulu.....	12
B. Konsep Dakwah	15
C. Tinjauan Media Dakwah.....	20
D. Tinjauan Desain Komunikasi Visual	26
E. Tinjauan Media Sosial Instagram.....	34
F. Kajian Teori Message Design Logic.....	38
BAB III METODE PENELITIAN	40
A. Fokus dan Jenis Penelitian	40
B. Sumber Data.....	40
C. Populasi dan Sampel	41
D. Teknik Pengolahan dan Analisis Data	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
A. Gambaran Umum Muslim Designer Community Banda Aceh	46
B. Struktur Kepengurusan MDC Banda Aceh.....	49
C. Akun Instagram MDC Banda Aceh	50

D. Pesan Dakwah Visual Pada Akun Instagram MDC Banda Aceh	51
E. Teknik Desain Konten Dakwah Visual Pada Akun Instagram MDC ...	89
BAB V PENUTUP	92
A. Kesimpulan	92
B. Saran.....	93
DAFTAR KEPUSTAKAAN	95
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	



ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “Dakwah Visual *Muslim Designer Community* Banda Aceh (Analisis Konten Dakwah Visual Pada Akun Instagram Muslim Designer Community Banda Aceh)”. Penelitian ini mengkaji tentang konten dakwah visual yang terkandung di dalam akun Instagram @mdcbandaaceh. Derasnya arus globalisasi membawa manusia kepada era digital, dimana segala sesuatu menjadi *internet of things*, berbagai bentuk kegiatan berubah menjadi serba portable, software dan digital tak terkecuali di bidang komunikasi, lahirnya internet menciptakan teknologi yang membuat media komunikasi terus berkembang dengan sanga pesat seperti lahirnya platform media sosial yang memungkinkan penggunanya saling berbagi pesan dalam bentuk gambar visual bahkan audio visual. Muslim Designer Community Banda Aceh memanfaatkan Instagram sebagai media mereka berdakwah, di akun Instagram mereka terlihat banyak unggahan gambar visual berkonten dakwah yang mereka desain dengan sangat menarik, pesan dakwah terkesan sangat ringan dan tidak monoton. Adapun tujuan dari penelitian ini ada untuk mengetahui bagaimana pesan-pesan dakwah yang ada di akun Instagram @mdcbandaaceh serta bagaimana teknik desain yang mereka gunakan untuk menciptakan sebuah poster dakwah. Untuk memperoleh hasil dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan *content analysis* (analisis isi) untuk mengetahui isi pesan dakwahnya, kemudian juga penulis melakukan observasi terhadap unggahan posternya untuk mengetahui bagaimana teknik yang mereka gunakan untuk mendesain konten dakwah visual. Hasil penelitian ini yaitu, pada akun Instagram Muslim Designer Community Banda Aceh terdapat beberapa pesan dakwah seperti, pesan akidah, akhlak, syariah dan pesan motivasi. Kemudian, dalam mendesain gambar visual berkonten dakwah, MDC Banda Aceh terlihat banyak menggunakan teknik menggabungkan unsur-unsur desain dan prinsip desain. Kebanyakan poster dakwah visual didesain menggunakan teknik tipografi dan ilustrasi, teknik ilustrasi ini bisa berupa fotografi atau *drawing* (gambar) dan gabungan keduanya sehingga menghasilkan konten dakwah visual.

Kata Kunci: Dakwah Visual, Analisis Isi, Desain

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Derasnya arus globalisasi membawa umat Islam pada zaman teknologi berkembang dengan pesatnya, mau tidak mau umat Islam harus cerdas memilah dampak positif dan negatifnya serta harus mampu beradaptasi dan memanfaatkan dampak positif yang ada kemudian menolak dampak negatif yang timbul di dalam arus globalisasi ini. Carlos Schwab dalam bukunya yang berjudul *The Fourth Industrial 4.0* mengatakan saat ini dunia sedang di era industri 4.0 yang membuat dunia fisik, digital, biologis terus menyatu karena adanya inovasi teknologi besar-besaran, sehingga membuat aspek kehidupan menjadi *internet of things* dimana banyak pekerjaan tadinya harus dilakukan dengan otot yang menguras banyak energi berubah menjadi serba digital, *software* dan portable.¹

Perubahan yang terjadi di atas mempengaruhi cara berkomunikasi, tentu kita tahu bahwa sebelum adanya teknologi, komunikasi harus dilakukan dengan cara-cara konvensional, pengirim pesan membutuhkan waktu yang relatif lama untuk sampai ke *receiver* atau penerima, ketika teknologi komunikasi terus berkembang, segala bentuk komunikasi mudah dilakukan, pengirim pesan cukup hanya *by one click* langsung terkirim ke penerima dalam hitungan detik tanpa ada hambatan ruang dan waktu, ditambah lagi dengan lahirnya berbagai macam

¹ Forkomsi, Feb UGM, *Revolusi Industri 4.0*, (Sukabumi: Jejak Publisher, 2019), hal. 19.

platform media sosial yang memungkinkan siapa saja berkomunikasi, baik verbal maupun nonverbal selama terkoneksi internet. Sosial media seperti Facebook, Twitter, Instagram yang memungkinkan penggunanya berbagi pesan dalam bentuk lisan, tulisan bahkan juga pesan-pesan berbentuk audio visual.

Penggunaan media sosial di atas bukan suatu hal yang salah. Namun, sebagai umat muslim kita harus bijak menggunakan teknologi yang terus berkembang dewasa ini karena banyak sekali konten-konten negatif yang ikut tersebar melalui media sosial. Oleh karenanya, kegiatan dakwah harus senantiasa dilakukan untuk umat muslim maupun non-muslim agar menumbuhkan kecerdasan dalam menyaring segala bentuk informasi negatif yang timbul akibat kemajuan teknologi yang bisa tersebar melalui media-media komunikasi sekarang ini.

Berbicara masalah dakwah di masa kini, kebutuhan cara penyampaian materi dakwah tidak lagi bersifat monoton lagi membosankan, namun dakwah harus tampil dengan wajah baru dimana pesannya harus dikemas dengan kreatif sehingga menarik seluruh kalangan masyarakat karena pesan-pesan agama terasa lebih ringan sehingga mudah diingat dan dipahami.

Sebagai manusia yang mengaku beriman, kita harus menyadari bahwasanya berdakwah adalah kewajiban bagi setiap individu sesuai dengan kemampuan dan pengetahuan tentang agama, mengingat dakwah juga merupakan pekerjaan terbaik di sisi Allah seperti yang tertuliskan di dalam Al-Qur'an surah Fushilat ayat 33 yang berbunyi:

وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِّمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنَّنِي مِنَ الْمُسْلِمِينَ

Artinya:

“Dan siapakah yang lebih baik perkataannya daripada orang yang menyeru kepada Allah dan mengerjakan kebajikan dan berkata, “Sungguh, aku termasuk orang-orang muslim (yang berserah diri)?”

Kegiatan dakwah sudah dilakukan sejak masa nabi Adam hingga nabi Muhammad SAW. Nabi Muhammad sendiri selama masa kerasulannya beliau berdakwah selama 23 tahun, 13 tahun beliau berdakwah di tempat kelahirannya negeri Makkah, sementara 10 tahun sisanya beliau kerjakan di Madinah.² Ketidadaan teknologi di masa itu membuat nabi Muhammad dan para sahabatnya harus berdakwah menggunakan media konvensional seperti media lisan, tulisan dan media mimbar.

Dimasa serba digital seperti sekarang ini dakwah tidak lagi hanya sebatas ceramah di atas mimbar, tetapi karena adanya perkembangan media komunikasi, cara penyampaian dakwah meluas ke cara-cara yang lebih modern. Salah satunya melalui desain komunikasi visual, dimana pesan dakwah harus di desain terlebih dulu dengan berbagai *software* atau aplikasi desain grafis seperti Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Corel Draw, Ink Scape, Gimp dan sebagainya, kemudian disebarakan ke publik melalui pelbagai platform media sosial yang

² Al- ‘Azmi, *Sejarah Teks Al-Qur’an dari Wahyu Sampai Kompleksi* (Depok: Gema Insani, 2005), hal. 29.

banyak digunakan sekarang ini, salah satunya adalah sosmed Instagram yang mendukung fitur berbagi foto dan gambar visual bahkan video sekalipun.

Desain komunikasi visual merupakan seni dalam menyampaikan informasi atau pesan dengan menggunakan bahasa visual yang diciptakan melalui media desain tertentu. Desain komunikasi visual bertujuan menginformasikan, mempengaruhi, hingga merubah perilaku target (*audience*) sesuai dengan tujuan yang diinginkan. Proses desain pada umumnya memperhitungkan aspek fungsi, estetik, dan berbagai aspek lain dengan datanya didapatkan dari hasil riset, pemikiran, *brainstorming*, maupun dari hasil desain yang sudah ada sebelumnya. Ruang lingkup desain komunikasi visual ini sangat luas, dari yang berbentuk sederhana seperti poster, spanduk, gambar-gambar di media sosial hingga yang rumit seperti videografi, animasi dan film yang bersifat digital.³

Gambar visual salah satu cara yang efektif untuk mempengaruhi target yang melihat karena penggunaan kata yang lebih efisien yang digabungkan dengan olahan desain visual, jika gambar visual tersebut di desain dengan menarik dan dikemas pesan-pesan Islam di dalamnya dengan berbagai teknik-teknik desain, maka kegiatan ini terlihat seperti menjadi cara yang paling efektif untuk mempengaruhi dan mengubah perilaku siapapun yang melihat atau membacanya menjadi lebih baik lagi.

Tren menyampaikan pesan dakwah dengan desain komunikasi visual mulai viral dan banyak diikuti oleh penggiat konten kreatif, ketika terbit buku

³ Lia Anggraini dan Kirana Nathalia, *Desain Komunikasi Visual; Dasar-dasar panduan untuk pemula*, (Bandung: Nuansa Cendikia, 2019), hal. 15.

karya Ustadz Felix Siauw yang berjudul “Udah putusin aja!”, covernya divisualisasikan oleh Emerald Noor Achni, yang pertama kali dicetak pada tahun 2013 silam. kemudian, orang-orang yang mempunyai kemampuan berdakwah dengan tulisan, berlomba-lomba membuat tulisan dakwah dan dibukukan selanjutnya melakukan kerja sama dengan para designer untuk memvisualisasikan cover dan isinya agar terlihat menarik dan enak dipandang mata agar menarik hati para pembaca. Hal inilah yang membuktikan bahwa dakwah dan desain komunikasi visual jika dipadukan, menjadi cara yang efektif untuk mengenalkan nilai-nilai Islam ke khalayak.

Salah satu media sosial yang banyak digunakan dewasa ini sebagai media menyebarkan pesan dakwah melalui desain komunikasi visual adalah media sosial Instagram. Instagram adalah platform yang memungkinkan penggunanya berbagi foto dan video antar sesama pengguna, data terbaru menyebutkan media sosial Instagram digunakan oleh 56 juta orang Indonesia yang menjadikan Indonesia sebagai pengguna Instagram keempat terbanyak di dunia setelah India⁴. saat ini salah satu komunitas yang gencar memanfaatkan Instagram sebagai media dakwah adalah komunitas Muslim Designer Community yang selanjutnya akan penulis dengan MDC. MDC adalah sebuah komunitas tempat berkumpulnya para desainer grafis mulai dari yang baru belajar tentang desain visual sampai mereka di tingkat profesional yang sudah mampu menghasilkan dolar dari karyanya, melalui akun Instagramnya *@muslimdesignercommunity*. komunitas ini terlihat

⁴ Agustin Setyo Wadani, “Jumlah Pengguna Instagram dan Facebook Indonesia Terbesar ke-4 di Dunia”, <https://www.liputan6.com/tekno/read/3998624/jumlah-pengguna-instagram-dan-facebook-indonesia-terbesar-ke-4-di-dunia> (di akses pada 4 september pukul 17.00).

sering mengunggah poster berisi pesan dakwah Islam yang didesain dengan berbagai teknik dan pendekatan desain yang sangat menarik, sehingga terlihat banyak orang memberikan *like* dan *repost* postingan mereka.

MDC pertama kali dibentuk oleh tiga pemuda asal kota Surakarta di antaranya Nurhadi Ismail, Tony Ade Wardana, Dwi Sutrisno dan Ferry Wijaya Kurniawan yang berasal dari Jakarta pada tanggal 24 Oktober 2013 silam. saat ini MDC mempunyai banyak *chapter* atau cabang di antaranya MDC ada di kota Malang, Surabaya, Bandung, Lamongan, Samarinda, Jember, Semarang, Pontianak, Cirebon, Jabodetabek, termasuk Banda Aceh.⁵

MDC Banda Aceh pertama kali diinisiasikan oleh pemuda alumni UIN Ar-Raniry Fakultas Tarbiyah dan Keguruan bernama Ruslan. komunitas Muslim Designer Community Banda Aceh juga terlihat aktif melakukan kegiatan dakwah melalui media online ataupun media cetak, MDC Banda Aceh terlihat banyak memposting karya desain visual anggota mereka yang berisi konten-konten dakwah di akun Instagram mereka @mdcbandaaceh. Selain itu, sebagai aksi nyata para anggota Muslim Designer Community Banda Aceh juga turun ke jalan dengan membuka stand di acara *car free day* kota Banda Aceh dengan memamerkan hasil desain yang telah mereka cetak, komunitas ini bahkan juga sering terlihat di setiap hari Minggu di lapangan Blang Padang, anggota MDC ini juga sering ikut serta dalam kegiatan kajian Islam bersama para pengusaha di Kota Banda Aceh, di samping itu mereka juga mengadakan pelatihan desain

⁵ Kirenia Bungsu Tri Kusunawati, "Pola Komunikasi Muslim Designer Community (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Muslim Designer Community Pusat di Surakarta Jawa Tengah)", Skripsi FISIP Universitas Muhammadiyah, (Yogyakarta, 2018), hlm. 59

grafis bertema dakwah untuk umum, komunitas ini juga tidak lupa mengasah *skill* desain para anggotanya dengan mengadakan *gathering* rutin.⁶

Lahirnya anak muda kreatif yang menjadikan hobi desainnya selain mereka akan mendapatkan uang dengan kreativitas juga berkesempatan untuk berdakwah melalui karya-karya desain yang mereka ciptakan, merupakan fenomena baru di Kota Banda Aceh. Kenyataan dilapangan kita lihat anak-anak muda sekarang banyak menghabiskan waktu diwarung kopi dengan smartphone atau laptop mereka untuk bermain game yang tidak membawa manfaat yang begitu jelas bagi mereka, akan tetapi dibalik itu semua ternyata masih ada segelintir dari sekian banyak anak muda di Banda Aceh yang masih tergerak untuk memanfaatkan teknologi dewasa untuk ladang amal dengan memanfaatkan Instagram sebagai media publikasi konten dakwah visual, hal ini menurut penulis perlu untuk dikaji tentang apa saja pesan dan bagaimana komunitas MDC Banda Aceh melakukan teknik desain pada karya konten dakwah visual mereka.

Meskipun demikian, penulis melihat ada permasalahan di dalam komunitas MDC Banda Aceh dalam hal mereka melakukan aktivitas dakwah melalui desain komunikasi visual, postingan follower Instagram MDC Banda Aceh masih sangat sedikit, kemudian juga postingan poster satu dengan yang lainnya berjenjang lama, artinya bahwa komunitas MDC tidak rutin melakukan posting dawah di akun Instagram mereka, hal ini menjadi masalah sekaligus tantangan yang perlu dievaluasi oleh Komunitas MDC Banda Aceh.

⁶ Wawancara dengan Rahmad, Tanggal 25 Desember 2019, di acara *Car Free day* Kota Banda Aceh.

Berdakwah melalui desain komunikasi visual merupakan terobosan baru di era digital, tantangan dan hambatan tentu selalu akan ada, akan tetapi desain melalui media komunikasi visual harus senantiasa dikembangkan agar aktivitas dakwah bisa tetap berjalan agar umat muslim senantiasa terhindar dari rayuan globalisasi. Oleh karena itu penulis tertarik untuk meneliti aktivitas dakwah melalui desain komunikasi visual oleh Komunitas Muslim Designer Community Banda Aceh.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang penulis paparkan di atas, maka penelitian ini nantinya diharapkan dapat menjawab beberapa pertanyaan sebagai berikut:

1. Apa saja isi dakwah visual yang dimuat di dalam akun Instagram Muslim Designer Community Banda Aceh?
2. Bagaimana teknik desain konten dakwah visual di dalam akun Instagram Muslim Designer Community Banda Aceh?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui isi konten dakwah visual di dalam akun Instagram Muslim Designer Community Banda Aceh?
2. Untuk mengetahui bagaimana teknik desain konten dakwah visual di dalam akun Instagram Muslim Designer Community Banda Aceh?

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Secara Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam ilmu pengetahuan dakwah, khususnya mengenai Dakwah visual. Mengingat peneliti merupakan salah satu mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat digunakan sebagai bahan informasi dan dokumentasi ilmiah tambahan untuk pengkajian dan penelitian dalam pengembangan ilmu dakwah.

2. Manfaat Secara Praktis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan suatu gambaran kepada masyarakat betapa pentingnya konten dakwah visual terus di kembangkan di era dimana teknologi terus berkembang agar dapat menghalau konten negatif yang ikut tersebar melalui media sosial.

3. Manfaat Secara akademis

Adapun manfaat secara akademis diharapkan dapat menambah referensi bagi mahasiswa fakultas dakwah, untuk lebih mempertajam kajian ilmu tentang dakwah melalui desain komunikasi visual.

E. Definisi Operasional

1. Dakwah

Dakwah berasal dari bahasa Arab *da'a-yad'u-da'watan* yang berarti panggilan, seruan dan ajakan. Sementara pengertian dakwah yaitu mengajak orang lain meyakini dan mengamalkan aqidah dan syari'at Islam yang terlebih dahulu telah dijalani dan diamalkan pendakwah itu sendiri.⁷

Menurut Muhammad Natsir dakwah adalah usaha-usaha menyerukan dan menyampaikan pesan Islam kepada individu dan seluruh umat tentang pandangan dan tujuan hidup manusia di dunia ini, yang meliputi amar ma'ruf nahi mungkar, dengan berbagai macam media dan cara yang baik.⁸ Di era digital, dakwah bisa dilakukan dengan memanfaatkan berbagai media yang lahir karena berkembangnya teknologi internet, seperti dakwah visual berbentuk poster yang isi pesannya harus didesain terlebih dahulu kemudian diunggah ke media sosial yang ada sekarang ini seperti Instagram. Kegiatan dakwah semacam ini telah dilakukan oleh Muslim Designer Community Banda Aceh (MDC Banda Aceh).

2. Komunikasi Visual

Komunikasi visual adalah komunikasi dimana proses penyampaian dilakukan menggunakan bahasa visual, visual artinya adalah segala sesuatu yang dapat dilihat dan dipakai untuk

⁷ Muhammad Qadaruddin Abdullah, *Pengantar Ilmu dakwah*, Cetakan ke-I, (Jakarta: Qiara Media, 2019), hal. 2.

⁸ Ibid. Hal. 4.

menyampaikan arti, makna atau pesan tertentu kepada *audience* atau khalayak.⁹

Komunikasi visual dalam penelitian ini adalah konsep terhadap gambar yang dibagikan melalui akun Instagram @Muslimdesigner community melalui Instagram meliputi unsur-unsur desain yaitu garis, bidang, warna, ilustrasi, tipografi, dan tata letak (layout).

3. Instagram

Kevin systrom dan mike krieger mendefinisikan Instagram sebagai aplikasi yang mendukung fitur saling berbagi foto antar pengguna Instagram lainnya di seluruh dunia. Instagram menyerupai galeri foto raksasa di mana antara satu pengguna dan pengguna lain bisa saling melihat hasil karya foto dan membangun jaringan pertemanan.¹⁰

Dari definisi di atas dapat kita simpulkan bahwa Instagram adalah sebuah *platform* yang mempunyai fitur untuk saling berbagi foto ataupun gambar visual lainnya antar sesama pengguna Instagram dan di dalamnya terbangun sistem pertemanan secara online.

⁹ Adi Kusrianto, Pengantar *Desain Komunikasi Visual*, (Yogyakarta: Andi, 2009), hal. 12

¹⁰ Jubile Enterprise, *Instagram Untuk Fotografi Digital dan Bisnis Kreatif*, (Jakarta: Gramedia, 2012), hal. 2.

BAB II

LANDASAN TEORITIS

A. Kajian Terdahulu

Kajian terdahulu diperlukan untuk melihat hasil analisis dan pemaparan yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya dan juga untuk menghindari kesamaan judul penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Berdasarkan penelusuran penulis, Penelitian tentang dakwah visual Muslim Designer Community (MDC) termasuk penelitian aktual, karena belum ada yang meneliti tentang isi konten dakwah visual yang dilakukan oleh Muslim Designer Community Banda Aceh (MDC Banda Aceh). Namun, ada beberapa penelitian yang penulis anggap ada keterkaitan dengan penelitian yang sedang penulis lakukan, di antaranya yaitu:

Pertama: Skripsi alumni Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Sunan Kalijaga Yogyakarta bernama Warsandi yang berjudul “Studi Pesan Komunikasi Dakwah Melalui Desain Komunikasi Visual Dalam Fanspage Facebook Naidu Clothing”. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, fokus meneliti pesan dakwah yang diposting di fanspage Facebook Naidu Clothing kemudian dianalisis menggunakan teori semiotika Ronald Barthes. Peneliti menyebutkan bahwa sebagian besar dakwah visual yang ada di fanspage tersebut berisikan dakwah yang mengandung unsur teks dan tanda-tanda visual. Persamaan skripsi ini dengan skripsi yang sedang penulis tulis adalah di objek yang diteliti yaitu pesan

dakwah di akun media sosial, dan juga metode penelitiannya juga bersifat sama. Namun perbedaan yang signifikan yang membedakan penelitian ini dengan penelitian yang sedang penulis lakukan adalah objek kajiannya, penelitian terdahulu ini mengkaji pesan dakwah yang ada di media sosial Facebook sedangkan penulis meneliti pesan dakwah yang diposting di Instagram Muslim Designer Community (MDC) Banda Aceh.¹¹

Kedua: Skripsi yang berjudul “Desain Komunikasi Visual Akun Instagram @Manjadda.wajada Sebagai Media Dakwah”. Karya alumni jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Sunan Kalijaga Yogyakarta bernama Ilma Nafiana, Skripsi ini mengkaji tentang dakwah melalui Desain Komunikasi Visual yang dianalisis dengan prinsip-prinsip desain grafis meliputi unsur warna, tipografi dan ilustrasi. Peneliti skripsi ini berkesimpulan bahwa unsur warna yang banyak digunakan di dalam akun Instagram yang ditelitinya banyak menggunakan warna netral, kemudian untuk tipografinya didominasi oleh jenis font sans serif, sedangkan untuk unsur ilustrasinya banyak menggunakan foto.¹² Persamaan skripsi ini dengan skripsi penulis, skripsi terdahulu tersebut juga meneliti tentang desain visual dalam dakwah dimana Instagram menjadi media untuk menyampaikan pesan. Kemudian, yang menjadi perbedaan mendasar adalah objek penelitian, skripsi Nafiana fokus meneliti konten dakwah visual di dalam akun Instagram

¹¹ Warsandi, *Studi pesan komunikasi dakwah melalui desain komunikasi visual dalam fanspage Facebook Naidu Clothing*, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2016, diakses maret 2020.

¹² Ilma Nafiana, *Desain Komunikasi Visual Akun Instagram @Manjadda.Wajada Sebagai Media Dakwah*, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2018, di akses maret 2020.

@majdda.Wajada, sedangkan penulis meneliti pesan dakwah di Instagram komunitas MDC Banda Aceh.

Ketiga: Skripsi yang ditulis oleh Kukuh Wahyu Wulandari alumni jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Sunan Ampel Surabaya, skripsinya berjudul “Pengaruh Akun Instagram Muslim Designer Community Terhadap Minat Dakwah Masyarakat”. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penulis skripsi ini ingin melihat pengaruh akun Instagram MDC *chapter* Surabaya terhadap minat dakwah followernya, skripsi ini menggunakan teori *stimulus respond (S-R)* untuk mengukur minat dakwah para follower setelah melihat poster MDC Surabaya. Adapun hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwasanya ada pengaruh yang sangat signifikan yang ditimbulkan oleh poster visual terhadap minat dakwah para follower, hal ini dibuktikan dari uji frekuensi pertanyaan “saya menyukai poster dakwah yang diupload MDC Surabaya”, memiliki jawaban paling tinggi (setuju) mencapai 50 %. Kemudian, untuk jawaban “saya melakukan dakwah dengan cara membagi postingan MDC Surabaya mencapai persentase paling tinggi (setuju) mencapai persentase 42%.¹³ Persamaan Skripsi tersebut dengan Skripsi penulis adalah objek kajiannya, yaitu aku Instagram sebagai media dakwa, adapun perbedaan sangat jelas bisa kita lihat dari apa yang apa yang diteliti, skripsi Kukuh Wahyu Wulandari meneliti tingkat minat dakwah followernya ketika melihat pesan dakwah visual yang diposting, Sedang

¹³ Kukuh Wahyu Wulandari, *Pengaruh Akun Instagram Muslim Designer Community Terhadap Minat Dakwah Masyarakat*, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Sunan Ampel Surabaya, 2019, diakses Maret 2020.

skripsi penulis meneliti tentang isi pesan dakwah melalui desain komunikasi visual yang dilakukan oleh Komunitas MDC Banda Aceh.

B. Konsep Dakwah

1. Pengertian Dakwah

Dakwah secara etimologis berasal dari bahasa Arab yaitu *da'a-yad'u -da'watan*, yang artinya mengajak, menyeru, dan memanggil. Orang yang berdakwah biasa disebut dengan da'i dan orang yang menerima dakwah disebut dengan mad'u¹⁴. Pengertian dakwah dapat dijumpai dalam ayat-ayat Al-Qur'an salah satunya surah Yunus (10) ayat 25 berbunyi:

وَاللَّهُ يَدْعُو إِلَى دَارِ السَّلَامِ وَيَهْدِي مَنْ يَشَاءُ إِلَى صِرَاطٍ مُسْتَقِيمٍ

Artinya:

“Allah menyeru (manusia) ke Darussalam (surga), dan menunjuki orang yang dikehendaki-Nya kepada jalan yang lurus (Islam)”

Dengan demikian, dakwah secara bahasa mempunyai makna bermacam-macam antara lain¹⁵:

¹⁴ Syamsuddin, *Pengantar Psikologi dakwah*, (Jakarta: kencana, 2016), Edisi ke. I, Cet ke I, hal. 7.

¹⁵ Syamsuddin, *Pengantar Psikologi dakwah...*, hal.10

- a. Memanggil dan menyeru seperti dalam firman Allah dalam surah Yunus ayat 25 seperti yang disebutkan diatas.
- b. Menegaskan atau meminta baik terhadap yang benar ataupun yang salah, yang positif ataupun yang negatif,
- c. Suatu usaha berupa perkataan ataupun perbuatan untuk menarik seseorang kepada suatu aliran agama.
- d. Do'a (permohonan kepada Allah SWT)
- e. Meminta dan mengajak seperti ungkapan *da'a bi as-sayi* meminta dihidangkan atau didatangkan makanan ataupun minuman.

Pada praktiknya dakwah harus mengandung dan melibatkan tiga unsur yaitu menyampaikan, informasi yang disampaikan dan penerima pesan. Namun, dakwah mengandung pengertian yang luas dari istilah-istilah tersebut, karena istilah dakwah mengandung makna sebagai aktivitas menyampaikan ajaran Islam, menyuruh berbuat baik dan mencegah perbuatan mungkar, serta memberi kabar gembira dan peringatan bagi manusia.¹⁶

Dakwah secara terminologi diungkapkan secara langsung oleh Allah SWT dalam ayat Al-Qur'an. Kata dakwah di dalam Al-Qur'an diungkapkan sekitar 198 kali dalam ayat 55 surat (176 ayat).¹⁷ Aboebakar Atjeh mengatakan bahwasanya dakwah adalah perintah seruan kepada

¹⁶ M. Munir, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2009), hal. 17

¹⁷ Syamsuddin, *Pengantar Psikologi dakwah...*, hal. 8

sesama manusia untuk kembali dan hidup sepanjang ajaran Allah SWT yang benar dengan penuh kebijaksanaan dan nasihat yang baik.

Sementara itu Masdar Helmi berpendapat bahwa dakwah merupakan kegiatan mengajak dan menggerakkan manusia agar mena'ati ajaran Allah termasuk melakukan amar ma'ruf nahi mungkar agar memperoleh kebahagiaan di dunia dan akhirat. Di samping itu pula, Ali Hasyimi juga memiliki pendapat berbeda tentang definisi dakwah, namun substansi para ahli dalam mendefinisikan dakwah pada prinsipnya sama, Hasyimi mengatakan dakwah Islamiyah adalah kegiatan mengajak orang lain untuk meyakini dan mengamalkan akidah dan syariat Islam yang lebih dahulu telah diyakini dan diamalkan oleh pendakwah itu sendiri.¹⁸

Berdasarkan beberapa pendapat ahli di atas mengenai definisi dakwah, maka dapat kita ambil kesimpulan bahwa dakwah merupakan kegiatan mengajak, menyeru individu atau kelompok dari keadaan atau situasi yang tidak baik kepada situasi yang lebih baik yang bertujuan mendorong manusia agar senantiasa melakukan amar ma'ruf nahi mungkar sehingga memperoleh keridaan Allah yang dapat membuat individu atau kelompok tertentu mendapatkan kebahagiaan di dunia dan di akhirat.

¹⁸ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2017), Edisi Revisi, Cetakan ke-6 hal. 9-11

2. Unsur-Unsur Dakwah

Dalam suatu aktivitas dakwah agar pesan dakwah yang disampaikan da'i tersampaikan kepada mad'u harus melewati unsur-unsur dakwah, diantara unsur-unsur dakwah yang harus ada dalam Proses penyampaian dakwah adalah sebagai berikut:

a. Subjek Dakwah

Subjek dakwah (*da'I atau communicator*) adalah pelaku yang menyampaikan dakwah, da'i merupakan indikator penting yang membuat dakwah berhasil, oleh karenanya seorang da'i harus kompeten dan menguasai hal-hal terkait aktivitas penyampaian dakwah agar pesan dakwah yang disampaikan mudah diterima oleh individu atau kelompok tertentu.

b. Mad'u

Objek dakwah (mad'u) adalah orang yang menjadi sasaran penyampaian dakwah, mad'u bisa dikatakan individu yang mendengarkan dakwah atau kelompok-kelompok tertentu.

c. Materi Dakwah

Materi dakwah (message) yaitu pesan yang disampaikan da'i kepada mad'u, pesan dakwah yang disampaikan harus ringan dan menarik dikondisikan dengan keadaan mad'u.¹⁹

¹⁹ Adbdul Wahid, *Gagasan Dakwah Pendekatan Komunikasi Antar Budaya*, (Jakarta Timur: Prenamedia Grup, 2019), Cet ke-I, hal. 25

Materi dakwah tidak lain adalah bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis yang meliputi akidah, syariah, dan akhlak dengan berbagai macam ilmu yang diperoleh darinya. Materi yang disampaikan oleh seorang da'i harus cocok dengan keahliannya. Materi juga harus cocok dengan metode dan media serta obyek dakwahnya. Oleh karena itu perlu pengamatan secara saksama dalam penyampaian dakwahnya, harus dapat menunjukkan kehebatan ajaran Islam kepada masyarakat yang diajak berkomunikasi melalui argumentasi dan keterangan-keterangan yang mudah dipahami oleh masyarakat. Materi dalam komunikasi sebagai tujuan dakwah harus disampaikan dengan baik dan bijaksana. Sebab, ajaran Islam itu meliputi aspek kehidupan di dunia dan juga di akhirat, maka dengan sendirinya materi itu akan sangat luas dan kompleks.²⁰

Adapun materi pokok yang harus disampaikan meliputi.

- Akidah Islam, tauhid dan keimanan
- Pembentukan pribadi yang sempurna
- Pembangunan masyarakat yang adil dan makmur
- Kesejahteraan di dunia dan di akhirat

d. Metode Dakwah

Metode dakwah merupakan tata cara yang digunakan oleh seorang da'i untuk menyampaikan pesan kepada individu atau

²⁰ Pattaling, "Problematika Dakwah Dan Hubungannya Dengan Unsur-Unsur Dakwah," Jurnal Farabi, 10 (2013): Hal.150.

kelompok agar pesan tersebut mudah diterima, yakni, dan diamalkan²¹, seperti yang disebut di dalam Al-quran surah An-Nahl (16) ayat 25 yang berbunyi :

أُدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ١٢٥

Artinya:

Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk.

e. Media Dakwah

Media dakwah merupakan alat-alat yang digunakan oleh da'i untuk menyampaikan pesan-pesan atau konten dakwah, pemilihan media dakwah sangat menentukan pesan yang disampaikan akan diyakini dan diamalkan oleh mad'u. Maka penggunaan media dakwah harus selektif disesuaikan dengan kondisi *audience*.

C. Tinjauan Media Dakwah

1. Pengertian Media Dakwah

Secara harfiah media berasal dari bahasa latin yaitu *Medius* yang berarti perantara atau pengantar. Gerlach dan Ely menyebutkan bahwasanya media secara umum Meliputi manusia,

²¹ Syamsuddin, Pengantar Psikologi dakwah..., hal. 15

materi, dan lingkungan yang membuat orang lain memperoleh keterampilan pengetahuan dan sikap. Jika dikaitkan dengan ilmu komunikasi media sebagai perantara penghubung antara komunikator dengan komunikan (Penerima pesan).

Ada beberapa tokoh yang menyumbangkan pikiran tentang definisi media dakwah diantaranya adalah sebagai berikut:

- a. Ali Hasjmy menyamakan media dakwah dengan fasilitas dakwah dan menyamakan alat dakwah dengan medan dakwah.
- b. Abdul Kadir Munsyi mendefinisikan media dakwah sebagai alat yang menjadi saluran yang menghubungkan gagasan dengan umat.
- c. Asmuni Syukir berpendapat media dakwah adalah segala sesuatu yang dapat digunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan dakwah yang telah ditentukan.

Dari beberapa pendapat ahli yang penulis utarakan di atas, penulis memahami bahwasanya media dakwah adalah suatu alat perantara yang dapat digunakan oleh seorang da'i dalam menyampaikan pesan dakwah dengan tujuan pesan yang disampaikan dapat diserap dengan mudah oleh sasaran dakwah. Pemilihan media dakwah yang tepat sangat berpengaruh terhadap keberhasilan aktivitas dakwah itu sendiri, maka seorang da'i hendaknya harus senantiasa mempelajari dan mengamati media apa yang cocok digunakan sebelum ia melakukan aktivitas-

aktivitas dakwah agar kegiatan dakwah tidak berujung kepada kesia-siaan dalam artian tidak membawa efek apapun terhadap objek dakwah (Mad'u).²²

2. Jenis-Jenis Media Dakwah

Hamzah Ya'qub membagi media dakwah menjadi lima macam, yaitu: lisan, tulisan, audio, visual dan akhlak, namun dari lima macam pembagian tersebut, secara umum dapat dipersempit menjadi tiga media, yaitu:

- a. *Spoken words*, media dakwah yang berbentuk ucapan atau bunyi yang ditangkap dengan indra telinga, seperti radio, telepon dan lain-lain.
- b. *Printed writings*, berbentuk tulisan, gambar, poster, lukisan dan sebagainya yang dapat ditangkap dengan mata.
- c. *The Audio visual*, berbentuk gambar hidup yang dapat didengar sekaligus dilihat, seperti televisi, video, film dan sebagainya.²³

²² Mawardi, *Sosiologi dakwah: Kajian Teori Sosiologi, Al-Qur'an dan Hadist*, (Sidoarjo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2018), Cetakan I, hal. 33-34.

²³ Siti Uswatun Khasanah, *Berdakwah dengan Jalan Debat antara Muslim dan Non-Muslim*, (Yogyakarta: STAIN Purwokerto Press, 2007), Cetakan I, hal. 37

3. New Media

Media baru (*new media*) merupakan media yang lahir dari hasil konvergensi media digital yang dikomputerisasi serta terhubung ke dalam jaringan. Contoh dari media yang merepresentasi media baru yaitu internet. Sedangkan program televisi, majalah, buku, surat kabar, dan jenis media cetak lainnya tidak termasuk media baru.²⁴

Sementara itu, dalam kaitan dengan dunia penyiaran, dapat mengacu tulisan kajian dari *Canadian Broadcasting Corporation (CBC)* yang dirilis dalam situsnya pada bulan Desember 2006 mengatakan bahwa “

*"New media technologies are not yet having significant impact on traditional radio and television broadcasting the Canadian Radio-television and Telecommunications Commission. But Canadians are moving toward adopting video and audio streamed over the internet and mobile networks."*²⁵

Dari pernyataan CBC itu tampak bahwa new media bagi dunia penyiaran adalah proses streaming di jaringan internet atau jaringan mobile. Definisi tersebut dapat dikembangkan, bahwa new media ialah satu media yang menggunakan media lain selain udara, sementara kontennya tetap penyiaran, sehingga dari definisi ini, maka ada dua media yang masuk dalam kategori new media,

²⁴ Andi Fachruddin, *Jurnalism Today*, (Jakarta: Kencana, 2019), Edisi I, Cetakan ke-1 hal. 38

²⁵ Ibid, hal 41

yaitu televisi kabel, dan internet yang dalam hal ini adalah streaming.²⁶

Dalam artian luas, *new media* merupakan istilah yang dimaksudkan untuk mencakup kemunculan digital, komputer, atau jaringan teknologi informasi dan komunikasi di akhir abad ke-20. Sebagian besar teknologi yang digambarkan sebagai "media baru" yaitu digital, sering kali memiliki karakteristik dapat dimanipulasi, bersifat jaringan, padat, mampat, interaktif, dan tidak memihak. Beberapa contoh seperti internet, web site, komputer multimedia, permainan komputer, CD-ROMS, dan DVD. Media baru bukanlah televisi, film, majalah, buku, ataupun publikasi berbasis kertas.

Adapun pengertian sederhana, *new media* terdiri dari dua kata yaitu *new* dan *media*. *New* yang berarti baru dan *media* berarti perantara. Jadi, *new media* merupakan sarana perantara yang baru, baru dalam arti di sini dilihat dari segi waktu, manfaat, produksi, dan distribusinya..

Pada hakikatnya *new media* merupakan sesuatu yang baru yang muncul di abad ke-20, diibaratkan seperti "sistem pernapasan media sebagai darahnya (perantara) dan manusia sebagai oksigennya (pengguna) di mana darah terus mengalirkan oksigen ke paru-paru, jantung dan seluruh tubuh sehingga satu sama lain

²⁶ *Ibid*, hal 41-42

saling berhubung dan membentuk suatu sistem yang dinamakan sistem pernapasan, satu sama lain mempunyai peranan yang sangat penting, tanpa darah oksigen tidak akan mengalir tanpa oksigen maka tidak ada sistem pernapasan. Maka dari itu, antara media dan pengguna sangat berhubungan erat dan mempunyai peranan yang penting dalam menghadirkan *new media* atau media baru, karena media baru tercipta dari kebutuhan para penggunanya untuk saling berhubungan dengan perantara media, contohnya jejaring sosial, yang sangat berpengaruh besar dalam perkembangan teknologi komunikasi dan informasi.

Munculnya media baru disebabkan oleh lahirnya teknologi internet diiringi dengan pertumbuhan media sosial yang terus berkembang sampai saat ini, media sosial yang ada saat ini dinilai efektif dan efisien untuk menyampaikan pesan dakwah kepada mad'u. Maka, sebaik pendakwah juga memanfaatkan media sosial yang sedang digandrungi saat ini, agar pesan dakwah yang disampaikan dapat tersebar secara mudah ke netizen yang online di dunia maya, mengingat membludaknya pengguna media sosial saat ini. Adapun contoh media sosial yang sangat digandrungi dewasa ini adalah Facebook, Twitter, YouTube dan Instagram.

D. Tinjauan Desain Komunikasi Visual

1. Pengertian Desain Komunikasi Visual

Agar mengetahui pengertian desain komunikasi visual secara komprehensif, maka kita harus mengetahui pengertian desain dan komunikasi visual nya terlebih dahulu, kata desain itu sendiri diserap dari bahasa Inggris yaitu *design*, tetapi asal kata “Desain” yaitu “designo” (Italia) yang berarti gambar, sekitaran abad ke-17 Inggris mengganti kata desain untuk membentuk School of design Tahun 1837. Makna desain waktu itu disamakan dengan istilah Craft ataupun keterampilan, kemudian Ruskin dan Morris Yang merupakan dua tokoh anti industrial pada masa itu mendefinisikan desain sebagai seni berterampil tinggi.²⁷

Komunikasi visual terdiri dari dua kata yaitu komunikasi dan visual, komunikasi sendiri berarti kegiatan menyampaikan pesan tertentu pada komunikan yang ingin kita kirimkan pesan, sementara itu kata visual merupakan kata serapan dari bahasa Inggris “*visual*” tetapi kata utamanya berasal dari bahasa latin yaitu *videre* yang artinya melihat, maka dapat disimpulkan bahwasannya visual merupakan suatu objek yang bisa kita lihat.

Wulyanto mengatakan komunikasi visual adalah komunikasi yang menggunakan unsur visual sebagai sarana utama dalam proses

²⁷ Agus Sachari dan Yan Yan Sunarya, *Pengantar Tinjauan Desain*, (tt : tp, 2005), hal.

penyampaian pesan, unsur tersebut adalah sesuatu yang dapat dilihat dan dipakai untuk menyampaikan arti, makna, dan medianya.²⁸

Berdasarkan pengertian di atas maka Desain Komunikasi Visual mempunyai pengertian sebagai sarana komunikasi untuk menyampaikan pesan-pesan visual yang sebelumnya di desain oleh desainer kemudian baru selanjutnya di disampaikan ke khalayak, agar pesan desain komunikasi visual bisa mudah dimengerti dan disukai oleh komunikan, maka dalam hal ini desainer merancang terlebih dahulu Pesan yang ingin disampaikan dengan menggunakan berbagai macam *software* desain grafis dengan memperhatikan unsur-unsur dan prinsip desain.²⁹

2. Unsur-Unsur Desain

Desain harus terlihat estetik dan efisien, untuk mencapai hal ini, maka seorang desainer harus memperhatikan unsur-unsur desain ketika ingin mendesain suatu pesan komunikasi yang ingin disampaikan melalui Desain Komunikasi Visual, diantara unsur-unsur desain yang harus diperhatikan dalam membuat karya desain adalah sebagai berikut:

a. Line (Garis)

²⁸ Maria Fitriah, *Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual*, Cet ke-1 (Yogyakarta: Cv Budi Utama, 2018), hal. 23

²⁹ Ana Yuli Astanti, *Bekerja Sebagai Desainer Grafis*, Erlangga, 2018, hal. 23, diakses melalui <https://books.google.co.id/books?id=uqq7caaaqbaj&pg=pt18&dq=komunikasi+visual&hl=en&sa=x&ved=0ahukewic9zznhcjoahwkgykhekgagoq6aeifdaj#v=onepage&q=komunikasi%20visual&f=false> pada tanggal 2 april 2020

Garis merupakan unsur paling utama dalam mendesain, ketika desainer ingin merancang sesuatu, hal pertama yang ditorehkan di atas kanvas adalah garis.³⁰ Garis memiliki beberapa karakter, diantaranya adalah sebagai berikut :

- Garis Lurus



Gambar 1.1 Cotoh Garis Lurus

- Garis Lengkung



Gambar 1.2 Contoh Garis Lurus Lengkung

- Garis Zigzag

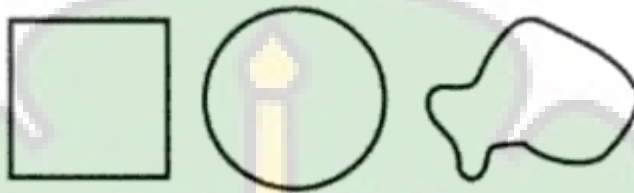


Gambar 1.3 Contoh Garis Zigzag

³⁰ Bambang Irawan dan Priscilla Tamara, *Dasar-dasar Desain Unuk Arsitektur, Interior-Arsitektur, Seni Rupa, Desain Produk Industri, dan Desain Komunikasi Visual*, Cet.I (Jakarta : Griya Kreasi, 2013), hal. 10.

b. Bentuk (Shape)

Bentuk merupakan elemen dasar desain yang mempunyai area tertentu, Objek bentuk berupa kota, geometris, lingkaran, poligon, atau objek bebas.



Gambar 1.4 Contoh Bentuk

Objek bentuk dibuat bukan tanpa makna, objek-objek geometris memiliki makna tertentu yang universal, elemen bentuk digunakan desainer selalu kebutaan ketika mendesain.

Tekstur (Texture)

Tekstur merupakan corak atau tampilan permukaan, tekstur Pada suatu benda dapat dilihat atau diraba. Corak tekstur sangat banyak dan beragam, dipilih oleh desainer sesuai kebutuhan, penggunaan tekstur harus benar-benar cocok dengan konsep desain yang direncanakan.



Gambar 1.5 Contoh Bentuk

c. Warna (*Color*)

Istilah umum unsur warna dalam desain sering juga disebut dengan istilah *hue*, warna merupakan pantulan cahaya pada suatu objek dan diterima oleh mata. Unsur warna dalam desain harus benar-benar diperhatikan, warna-warna yang digunakan menentukan estetika desain yang akan dihasilkan.³¹

d. Ilustrasi (*Illustration*)

Ilustrasi berasal dari bahasa latin yaitu “*illustrate*” artinya menerangkan. Gambar ilustrasi merupakan unsur dua dimensi yang bertujuan untuk memperjelas maksud atau pesan. Ilustrasi juga berarti hasil visualisasi dari suatu tulisan kemudian diterangkan dengan

³¹ *Ibid*, hlm.7.

teknik *drawing*, fotografi ataupun teknik lainnya yang menjelaskan hubungan dari suatu objek tertentu di dalam desain grafis.³²



Gambar 1.6 Contoh Bentuk

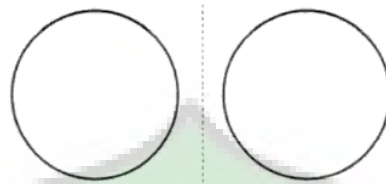
3. Prinsip-Prinsip Kerja dalam Desain

a. Keseimbangan (*Balance*)

Keseimbangan diartikan sebagai distribusi visual dimana objek dengan warna ruang dan garis posisinya diletakkan sama berat. Suatu objek dikatakan seimbang apabila ketika dilihat tidak menimbulkan kesan resah karena objek nya seimbang atau sama berat, prinsip keseimbangan harus benar-benar diperhatikan, objek yang berada di bawah, di atas, kiri dan kanan harus seimbang dengan objek lainnya.

³² Kristanto, "Gambar Ilustrasi Buku Cerita Anak-Anak Sebagai Pelestarian Dan Pengembangan Budaya Di Era Globalisasi," *Malih Peddas (Majalah Ilmiah Pendidikan Dasar)* 1, no. 2 (28 April 2012), <https://doi.org/10.26877/malihpeddas.v1i2.302>. hal .65.

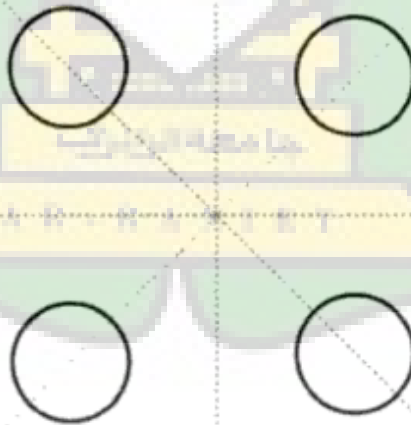
Di dalam desain terdapat tiga tipe keseimbangan, yaitu keseimbangan simetris, asimetris dan keseimbangan radial.³³



Gambar 1.7 Contoh Keseimbangan Simetris



Gambar 1.8 Contoh Keseimbangan Asimetris



Gambar 1.9 Contoh Keseimbangan Asimetris

³³ Yoga, *CorelDraw untuk Bisnis*, (Jakarta : Elex Media Komputindo, 2005), hal. 9.

b. Penekanan (Emphasis)

Penekanan merupakan elemen desain dimana desainer melakukan dominasi di suatu area tertentu sehingga menarik fokus *audiences* yang melihatnya, penekanan dapat dilakukan dengan cara memberikan kontras di area tertentu, membuat *shadow* (bayangan) ataupun memberi warna kedua di belakang objek.³⁴

c. Irama

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

d. Kesatuan

Kesatuan (*Unity*) merupakan salah satu prinsip dasar yang sangat penting. ketiadaan prinsip kesatuan dalam sebuah karya desain akan membuat karya tersebut terlihat tercerai berai dan kacau balau. Prinsip kesatuan sesungguhnya adalah prinsip hubungan. Jika salah satu atau beberapa unsur rupa mempunyai hubungan (warna, raut dan arah) maka kesatuan tercapai.³⁵

³⁴ Yoga, *CorelDraw untuk Bisnis...*, hal.12

³⁵ Yoga, *CorelDraw untuk Bisnis...*, hal.14

4. Tipografi

Dalam kajian Desain Komunikasi Visual tipografi disebut juga “*visual language*” artinya bahasa tulisan yang dapat dilihat. Tipografi merupakan salah satu sarana di dalam ilmu desain yang bisa kita manfaatkan untuk menerjemahkan pesan atau makna ke kanvas desain. dalam dunia desain visual tipografi mempunyai pengertian sebagai ilmu yang digunakan untuk mempelajari bentuk huruf.³⁶

E. Tinjauan Media Sosial Instagram

1. Sejarah Instagram

Instagram adalah Platform atau aplikasi berbagi foto dan video yang tersedia di smartphone android atau ios yang memungkinkan penggunanya untuk mengunggah, memfilter, dan berbagi foto antar sesama pengguna Instagram. Saat ini, Instagram juga menawarkan opsi berbagi video yang memungkinkan pengguna untuk berbagi video dengan durasi hingga satu menit, Instagram saat ini banyak digunakan oleh individu untuk tujuan sosial dan bisnis, Instagram digunakan untuk mempromosikan produk atau jasa bagi pengguna aktif Instagram.³⁷

Instagram dikembangkan di San Francisco oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger, untuk pertama kalinya Instagram di *release* ke dunia maya

³⁶ Priscilia Yunita Wijaya, “*Tipografi Dalam Desain Komunikasi Visual*” 1, no. 1 (1999): hal. 48–49.

³⁷ Hillary Scholl, *Instan Profit Guide to Instagram Success*, di akses melalui https://books.google.co.id/books?id=IfX_CwAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false pada tanggal 2 April 2020

pada 6 Oktober 2010, setelah ini Instagram berkembang dengan sangat pesat, dari segelintir pengguna, kemudian menjadi aplikasi fotografi nomor satu yang mencapai 100.000 pengguna dalam satu minggu dan terus meningkat menjadi satu juta dalam dua bulan. Kemudian, aplikasi ini dibeli oleh CEO Facebook sebesar satu miliar dolar pada tahun 2012 dan terus dikembangkan sampai sekarang, hasilnya kini Instagram memiliki lebih dari 600 juta pengguna aktif dan masih meningkat dengan cepat.³⁸

2. Fitur dan Layanan Instagram

a. *Follower* (Pengikut)

Sistem sosial di Instagram terjadi dengan menjadi pengikut pengguna Instagram lain atau memiliki pengikut, jika sudah mempunyai pengikut atau follower komunikasi dapat dilakukan dengan cara memberikan *like* atau mengomentari postingan *user* lainnya. Untuk menemukan teman di Instagram dapat dilakukan dengan mencarinya di kolom pencarian, selain itu Instagram nantinya juga akan menyarankan beberapa teman untuk kita ikuti.

b. *Upload Foto*

Fitur *upload* foto merupakan fitur yang paling utama di Instagram, foto dapat diunggah dengan cara melakukan pemotretan terlebih dahulu, selanjutnya foto tadi disimpan dalam smartphone, lalu barulah di upload ke Instagram atau pun langsung menggunakan

³⁸ Eudaimonia, "How Instagram Started", <https://medium.com/@obtaineudaimonia/how-instagram-started-8b907b98a767>, (Di akses pada 2 April 2020 Pukul 22.58)

fasilitas camera di dalam Instagram dan secara otomatis akan terunggah dengan sendirinya setelah di pengambilan foto dilakukan

c. *Like* (Suka)

Fitur *like* merupakan salah satu fitur yang bisa digunakan untuk berinteraksi dengan pengguna lain ketika tombol like sudah diberikan berarti kita menyukai postingan foto atau video pengguna lainnya, namun sekarang ini fitur untuk menghitung jumlah berapa *like* postingan kita sudah dihapuskan oleh pihak Instagram.

d. *Comment* (Komentar)

Instagram menyediakan kolom komentar untuk kita saling berinteraksi dengan pengguna Instagram lainnya, komentar merupakan layanan untuk kita merespon positif atau negatif terhadap foto atau video yang diunggah.

e. *Instagram Story*

Instagram story atau disingkat dengan *instastory* merupakan layanan yang memungkinkan kita untuk mengunggah foto dan video tapi hanya bertahan selama 24 jam. Setelah itu foto dan video yang diunggah akan dihapus secara otomatis oleh Instagram, namun untuk video hanya bisa diunggah dengan durasi 15 detik.

3. Instagram Sebagai Media Dakwah

Data pada November 2019 ada sekitar 61 juta pengguna Instagram di Indonesia, 22,6% dari total jumlah penduduk Indonesia atau seperempat dari jumlah penduduk Indonesia dari total 256 juta jiwa sudah menggunakan Instagram, kemudian yang paling menarik adalah 37,3% pengguna Instagram adalah mereka yang berusia 18 sampai 23 tahun³⁹, hal ini menunjukkan bahwa para remaja mendominasi sebagai pengguna media sosial Instagram. Konten Instagram sangat beragam, tidak hanya konten positif konten negatif pun juga divisualkan dengan gambar-gambar yang tidak pantas untuk dilihat juga tersebar melalui instagram, maka oleh karena itu pendakwah atau da'I harus mengambil peran dalam memanfaatkan kemajuan teknologi seperti Instagram ini, da'i dapat berperan sebagai *user* atau pengguna Instagram yang membuat konten dakwah kemudian di posting di Instagram, tentunya untuk berdakwah melalui media sosial Instagram harus mempunyai *skill* desain dan kemampuan menggunakan *software* desain seperti *Photoshop*, *CorelDRAW*, *Adobe Illustrator*, dan lain sebagainya.

Komunitas *Muslim Designer Community* (MDC Banda Aceh) sudah menjalankan aktivitas dakwah dengan memanfaatkan media Instagram sebagai penyampai pesan kepada netizen atau warganet, para anggota *muslim designer community* Banda Aceh di akun Instagramnya terlihat

³⁹ Wahyunanda Kusuma Pertiwi, "Sebabnyak Inikah Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia", <https://tekno.kompas.com/read/2019/12/23/14020057/sebanyak-inikah-jumlah-pengguna-instagram-di-indonesia>, (Di akses pada 2 Apri 2020 Pukul 00.32)

banyak postingan-postingan poster dakwah yang desain, mulai dari poster sederhana sampai dengan poster yang jika dilihat dengan mata mengandung nilai estetika yang sangat tinggi menurut penulis.

F. Kajian Teori *Message Design Logic*

Teori Ini dijabarkan oleh Barbara O'Keefe seseorang pendukung teori konstruktivisme di dalam tesisnya, dalam bahasa Indonesia teori ini istilahkan dengan teori logika pesan. Teori ini mencoba menjelaskan tentang pandangan-pandangan terkait dengan bagaimana manusia menyampaikan pesan, Barbara menyebutkan bahwa manusia berpikir secara berbeda tentang komunikasi dan bagaimana merancang pesan, manusia juga memutuskan dengan logikanya tentang pesan apa yang harus di kabarkan kepada orang lain dalam situasi tertentu, maka dari itu Barbara mengkaji untuk menjelaskan bagaimana proses berpikir yang terjadi sehingga manusia mampu memunculkan pesan.⁴⁰

Manusia memiliki pandangan yang berbeda tentang komunikasi, oleh karena itu pesan yang disampaikan berbeda antara satu individu dengan individu, ada 3 jenis teori logika pesan menurut Barbara:

Logika Ekspresif (*expressive logic*) Memandang komunikasi adalah salah satu cara untuk mengekspresikan pikiran dan perasaan.

1. Logika Konvensional (*Conventional Logic*). Logika yang menganggap bahwasanya komunikasi merupakan alat untuk

⁴⁰ Morrian, *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*, (Jakarta: kencana, 2013), Edisi-I, Cetakan-I, hal. 185-187.

mengekspresikan diri yang tidak terlepas dari aturan dan norma masing-masing yang terlibat dalam hak dan tanggung jawab, mereka yang menggunakan logika ini merancang pesan dengan sopan dan pantas berdasarkan aturan yang disetujui oleh banyak orang.

2. **Logika Retorika (*Rhetorical Logic*)**. Logika ini memandang komunikasi sebagai cara untuk mengubah aturan melalui negosiasi, pesan yang dirancang cenderung fleksibel mudah dipahami.

Jika kita memperhatikan postingan poster dakwah visual di akun Instagram *Muslim Designer Community* Banda Aceh, maka aktivitas dakwah mereka cocok jika digambarkan dengan teori message *design logic* ini, konten postingan posternya sangat beragam dan berkaitan dengan situasi tertentu, contoh jika sedang Ramadhan atau hari Raya Qurban, maka pesan yang di desain banyak berisi pesan tentang Ramadan dan hari Qurban.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Fokus dan Jenis Penelitian

Untuk memperoleh hasil dalam sebuah penelitian karya ilmiah, penggunaan dan penentuan metode penelitian sangatlah penting karena menentukan efektivitas dan sistematis jalannya suatu penelitian yang dikerjakan, metode adalah langkah-langkah sistematis atau prosedur guna mendapatkan data untuk dianalisis dan dijadikan tulisan karya ilmiah.⁴¹

Dalam melakukan penelitian ini, penulis menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan *Content Analysis* (analisis isi), data yang telah dikumpulkan akan dianalisis kemudian ditarik kesimpulan untuk dipaparkan sebagai hasil penelitian. Penelitian Kualitatif adalah penelitian yang tidak menggunakan data statistik melainkan melalui pengumpulan data, analisis kemudian diinterpretasikan.⁴²

B. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang penulis dapatkan langsung dari objek penelitian yang diteliti atau yang ada kaitan dengan objek yang

⁴¹ Husaini Usman, *Metodelogi Penelitian Sosial*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), hal.20

⁴² Albi Anggito dan Johan setiawan, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, (Sukabumi : CV Jejak, 2018), hal.9

akan penulis teliti. Data primer penulis ambil dari akun Instagram Muslim Designer Community Banda Aceh dan beberapa narasumber dengan wawancara via Whatsapp.

b. Data Sekunder

Data sekunder penulis peroleh dari sumber-sumber lain untuk melengkapi data penelitian, data sekunder dapat berupa buku-buku referensi, skripsi, jurnal yang relevan dengan objek penelitian yang penulis teliti.

C. Populasi dan Sampel

Populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan sampel adalah sebagian dari populasi itu⁴³. di dalam penelitian kualitatif, penentuan sampel perlu dilakukan karena tidak mungkin meneliti seluruh objek yang ada di populasi, selain itu penentuan jumlah juga dapat meningkatkan efisiensi waktu, biaya, dan tenaga selama melakukan penelitian.

⁴³ Hengki Wijaya, *Analisis Data Kualitatif Ilmu Pendidikan Teologi*, (Makassar: Tanpa Penerbit, 2018), hlm. 9

Penulis berfokus meneliti isi konten pesan Instagram yang diposting dalam bentuk poster visual dakwah di Instagram Muslim Designer Community Chapter Banda Aceh, maka yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah total keseluruhan postingan poster yang berisi pesan dengan konten dakwah, menurut pengamatan penulis, jumlah postingan keseluruhan yang ada di akun Instagram MDC Banda Aceh berjumlah 282, namun setelah penulis observasi lebih lanjut tidak semua dari 282 postingan itu berisi konten dakwah, ada sekitar 31 postingan yang penulis anggap tidak berisi pesan dakwah di dalamnya karena merupakan postingan dokumentasi kegiatan para anggota MDC Banda Aceh dan juga poster kegiatan pelatihan desain yang mereka adakan.

Terkait dengan masalah penarikan sampel, penulis merujuk kepada patokan yang dibuat oleh Gay dan Dhiel yang mengatakan bahwa jumlah sampel yang dapat ditarik dari penelitian kualitatif adalah 10% dari total jumlah populasi⁴⁴, jadi jumlah sampel yang ada di dalam penelitian ini adalah sebanyak 25 postingan gambar dari periode unggahan 19 Maret 2018 sampai 2 Juni 2020 yang mengandung konten dakwah.

⁴⁴ Mamik, *Metodelogi kualitatif*, (Sidoarjo: Zulfatama Publisher, 2015), hlm. 60

Sampel yang di ambil dalam penelitian ini juga didasarkan pada penarikan sampel non-acak (*non-probability sampling*), tepatnya adalah Sampel Purposif (*purposive sampling*). Dalam Sampel *Purposive* ini, peneliti secara sengaja memilih sampel tertentu atas dasar pertimbangan penulis. Sampel tidak diambil secara acak, melainkan dipilih atas pertimbangan (*Judgement*) yang kuat dari peneliti sendiri.

D. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Dalam menganalisis data peneliti melakukannya dengan metode deskriptif dengan teknik *Content Analysis* (analisis isi), Berelson & Kerlinger menyatakan bahwa analisis isi merupakan suatu metode untuk mempelajari dan menganalisis komunikasi secara sistematis dan objektif terhadap pesan yang tampak.⁴⁵ Sedangkan menurut Budd (1967), analisis isi adalah suatu teknik sistematis untuk menganalisis isi pesan atau suatu alat untuk mengobservasi dan menganalisis isi perilaku komunikasi yang terbuka dari komunikator yang dipilih.⁴⁶

Analisis penulis lakukan untuk memperoleh keterangan dari isi pesan dakwah yang disampaikan dalam teks dan lambang di gambar-gambar visual di telah diposting di akun Instagram MDC Banda Aceh.

⁴⁵ Jumal Ahmad, "Desain Penelitian Analisis Isi (Content Analysis)," 2018, 2, <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.12201.08804>.

⁴⁶ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012) hal. 282

Analisis isi juga dapat digunakan untuk menganalisis semua bentuk komunikasi, seperti surat kabar, buku, puisi, lagu, novel, foto/gambar, dan isi iklan.

Adapun Langkah analisis isi secara spesifik penulis jelaskan sebagai berikut :

a. Mencari dan mengumpulkan data yang relevan untuk dianalisis

Langkah utama yang penulis lakukan ialah mengumpulkan data yang relevan, penulis mencari data yang cocok dengan permasalahan di akun Instagram MDC Banda Aceh berupa postingan poster desain.

b. Merumuskan Masalah

Merumuskan masalah yaitu hal-hal apa saja yang menjadi masalah penelitian dan ingin dijawab lewat analisis isi. Dalam hal ini, rumusan masalah yang penulis tentukan ialah pesan-pesan dakwah yang terkandung di dalam desain poster yang di posting di akun Instagram MDC Banda Aceh.

c. Menentukan unit analisis

Unit analisis secara sederhana dapat digambarkan sebagai bagian apa dari isi yang kita teliti dan kita pakai untuk menyimpulkan isi dari suatu teks. Krippendorff mendefinisikan unit analisis sebagai apa yang diobservasi, dicatat dan dianggap sebagai data, memisahkan menurut batas-batasnya dan mengidentifikasi untuk analisis berikutnya. Menentukan unit analisis sangat penting, karena unit analisis nantinya

akan menentukan aspek apa dari teks yang dilihat dan pada akhirnya hasil atau temuan yang didapat.⁴⁷

Dalam karya ilmiah ini penulis menggunakan unit tematik, penulis mengumpulkan dan membaca semua isi pesan yang terdapat di dalam poster MDC Banda Aceh, kemudian menyimpulkan apa tema atau topik dari teks desain tersebut selanjutnya mengklasifikasikan berdasarkan tema dakwah, yaitu Syariah, akidah, dan akhlak dan motivasi.

⁴⁷ Eriyanto, Analisis Isi, (Jakarta: Kencana, 2011,) hal.59

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Muslim Designer Community Banda Aceh

1. Profil MDC Banda Aceh



Gambar 2.1 Logo MDC Banda Aceh

Muslim Designer Community Banda Aceh merupakan komunitas desain yang pertama kali dibentuk pada tanggal 18 Maret 2018, pembentukan MDC Banda Aceh pertama kali diinisiasikan oleh pemuda alumni UIN Ar-Raniry Fakultas Tarbiyah dan Keguruan bernama Ruslan dan untuk pertama kalinya diketuai oleh seorang pemuda asal kota Banda Aceh bernama Rahmad yang kerap disapa dengan Memed, MDC Banda

Aceh terbentuk ketika Ruslan dan Rahmat bersilaturahmi dan mendiskusikan tentang bagaimana membuat kemampuan desain yang mereka miliki selain menjadi ladang penghasilan juga bisa menjadi ladang dakwah, dari hasil diskusi mereka bersepakat untuk mendirikan komunitas desain *muslim designer community chapter* Banda Aceh.⁴⁸

Saat ini MDC Banda Aceh memiliki 32 orang anggota yang terdiri dari para designer baik itu profesional maupun yang masih belajar desain, maksud profesional di sini adalah mereka yang sudah mampu menghasilkan pundi-pundi dolar dari hasil karya desain mereka yang mereka jual di situs-situs micro stock seperti *Shutterstock*, *Freepik*, *Thenoun*, *Envato* dan lainnya, kemudian mengajarkan para anggotanya yang masih belajar untuk menggunakan *software* desain.

Sarana atau media utama yang dimanfaatkan oleh anggota MDC Banda Aceh adalah media sosial Instagram, Para anggota MDC Banda Aceh membuat poster dakwah visual yang mereka desain menggunakan *software* desain selanjutnya diposting ke Instagram. Selain itu, MDC Banda Aceh juga sering turun langsung kelapangan untuk memamerkan hasil karya dakwah mereka ke acara-acara besar di kota Banda Aceh seperti *Car Free Day (CFD)* dan paisan seni.

⁴⁸ Wawancara dengan Rahmad pada Tanggal 24 Maret 2020

2. Visi Misi MDC Banda Aceh

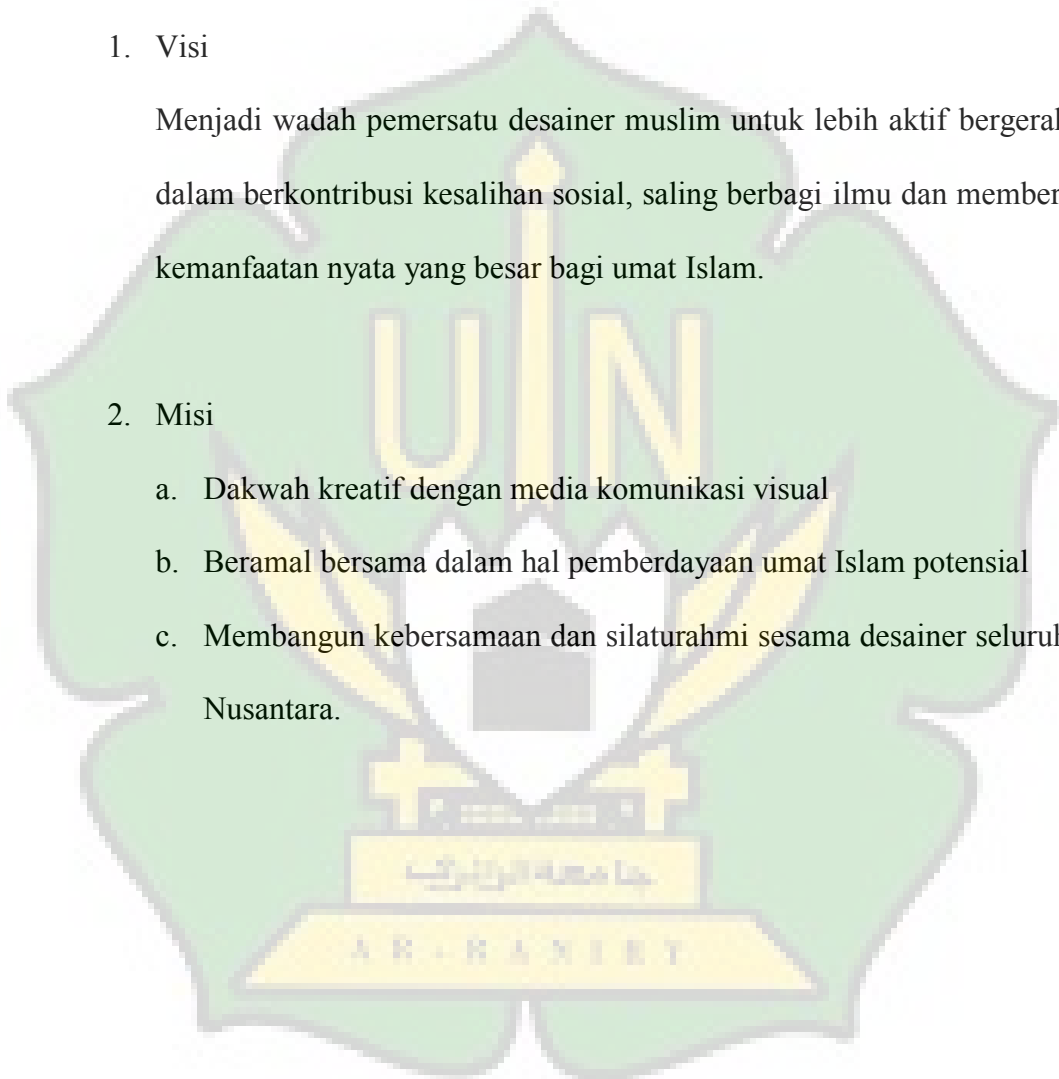
Muslim Designer Community Banda Aceh Memiliki visi misi sebagai berikut:

1. Visi

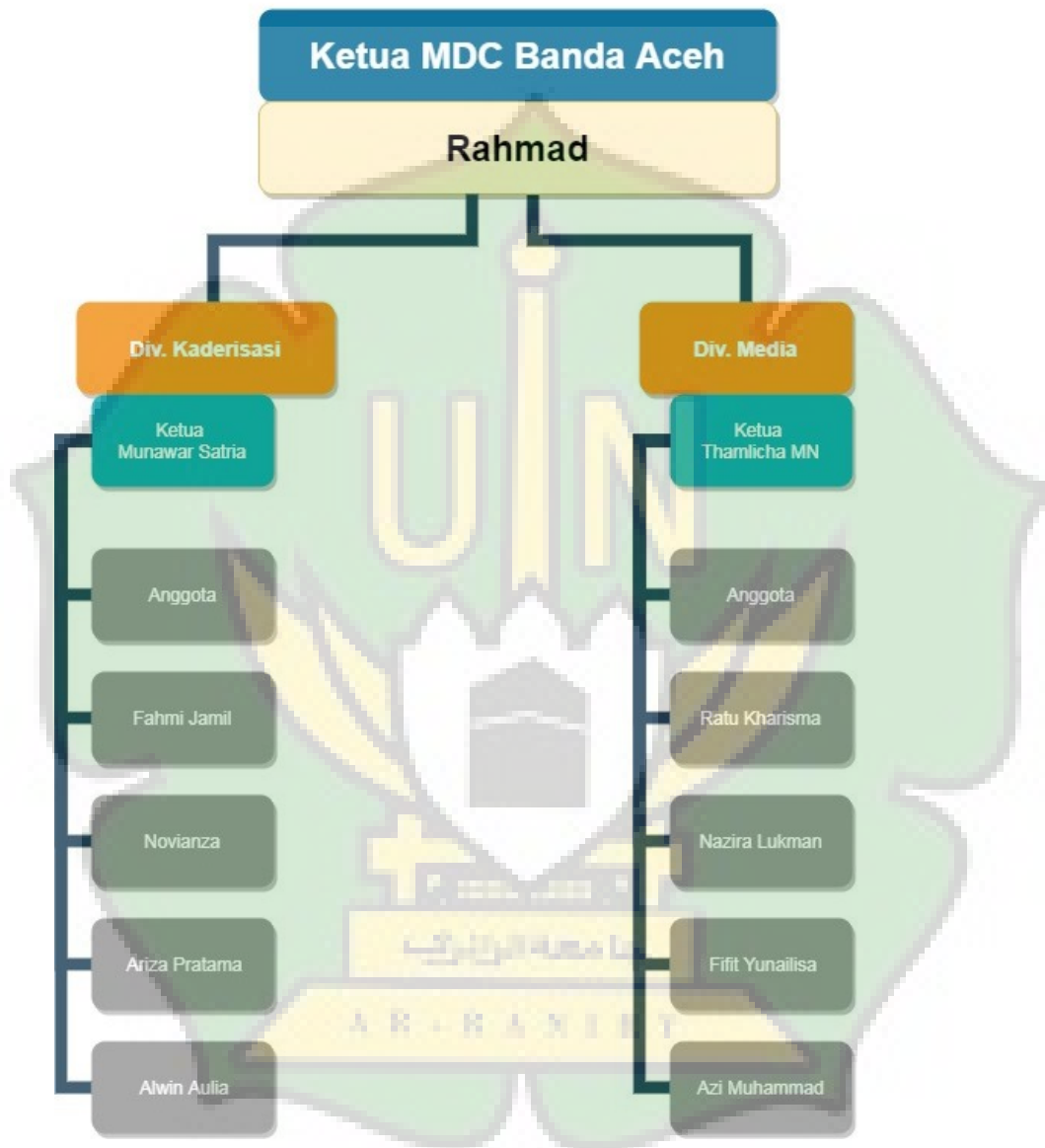
Menjadi wadah pemersatu desainer muslim untuk lebih aktif bergerak dalam berkontribusi kesalihan sosial, saling berbagi ilmu dan memberi kemanfaatan nyata yang besar bagi umat Islam.

2. Misi

- a. Dakwah kreatif dengan media komunikasi visual
- b. Beramal bersama dalam hal pemberdayaan umat Islam potensial
- c. Membangun kebersamaan dan silaturahmi sesama desainer seluruh Nusantara.

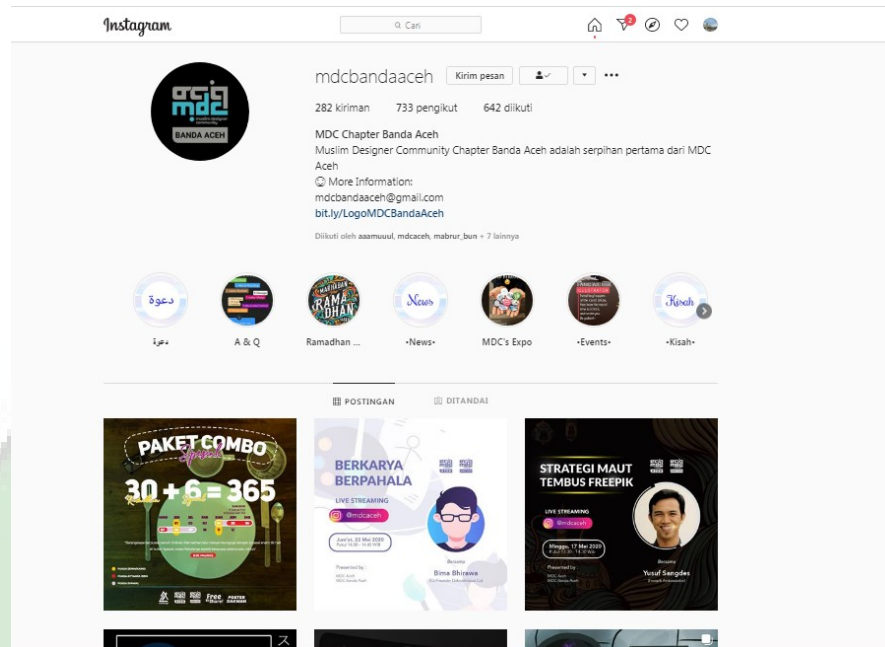


B. Struktur Kepengurusan MDC Banda Aceh



Gambar 2.2 Struktur MDC Banda Aceh

C. Akun Instagram MDC Banda Aceh



Gambar 2.3 Akun Instagram MDC Banda Aceh

Muslim Designer Community Banda Aceh memiliki akun Instagram aktif bernama *mdcbandaaceh* (@mdcbandaaceh), saat ini akun Instagram MDC Banda Aceh memiliki 733 follower dan 642 *following*, sementara itu sampai saat ini sudah ada 282 postingan poster dakwah visual yang di upload ke Instagram oleh anggota MDC Banda Aceh. di setiap postingan dakwah visualnya diberikan caption yang menerangkan desain gambarnya, terkadang juga disertai dalil yang bersumber dari Al-Qur'an dan hadis, berdasarkan pengamatan penulis, poster dakwah dibuat dengan berbagai teknik desain

mulai dari teknik tipografi, ilustrasi bahkan foto yang dikolaborasikan dengan tipografi juga diposting di akun Instagram MDC Banda Aceh.

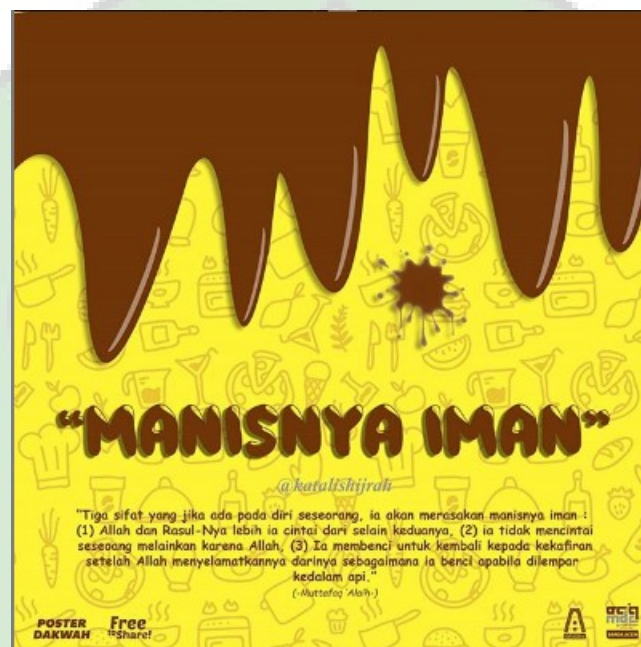
D. Pesan Dakwah Visual Pada Akun Instagram MDC Banda Aceh

Dewasa ini penyampaian dakwah tidak cukup dengan menggunakan cara-cara konvensional seperti media lisan karena dakwah melalui cara-cara konvensional terbatas dengan ruang dan waktu, perkembangan media komunikasi ditambah lahirnya berbagai platform media sosial harus dimanfaatkan oleh para da'i atau aktivis dakwah untuk memanfaatkan media sosial yang ada dewasa ini agar pesan- dakwah yang disampaikan dapat dijangkau secara luas.

Fitur berbagi foto yang dimiliki Instagram dimanfaatkan oleh anggota MDC Banda Aceh untuk desain poster visual yang berisikan pesan-pesan dakwah agar bisa lihat oleh netizen atau warga net yang menggunakan Instagram, untuk mengetahui dakwah visual yang di desain oleh anggota MDC Banda Aceh, penulis mengobservasi akun Instagram mereka, kemudian mengumpulkan gambar visual yang mengandung pesan dakwah yang menurut penulis paling bagus. Penulis memilih posting dari tanggal 2 Juni 2018 – 2 Maret 2020, Selanjutnya penulis mengelompokkannya melalui berbagai kategori pesan dakwah dengan data-data seperti berikut:

1. Pesan Dakwah Tentang Akidah

a. Postingan 22 Maret 2018



Pesan dakwah yang tertulis di gambar di atas adalah “Manisnya Iman” kemudian diikuti dengan tulisan “tiga sifat yang jika ada pada diri seseorang, ia akan merasakan manisnya iman: (1) Allah dan Rasul-nya lebih ia cintai dari selain keduanya, (2) Iya tidak mencintai seseorang melainkan karena Allah, (3) ia membenci untuk kembali kepada kekafiran setelah Allah menyelamatkannya darinya sebagaimana Ia benci apabila dilempar kedalam api.”

Dengan desain kalimat manisnya iman yang ukuran font-nya dibesarkan kemudian ditambah efek cokelat dan didukung dengan background cokelat yang mengalir, menyampaikan pesan bahwa kehidupan kita akan terasa menjadi sangat manis nan indah apabila kita hanya mencintai Allah dengan sebenar-benarnya, sebagai yang kata nabi dalam sebuah hadis:

حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ الْمُثَنَّى قَالَ حَدَّثَنَا عَبْدُ الْوَهَّابِ الثَّقَفِيُّ قَالَ حَدَّثَنَا أَيُّوبُ عَنْ أَبِي قِلَابَةَ عَنْ أَنَسِ بْنِ مَالِكٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ ثَلَاثٌ مَنْ كُنَّ فِيهِ وَجَدَ حَلَاوَةَ الْإِيمَانِ أَنْ يَكُونَ اللَّهُ وَرَسُولَهُ أَحَبَّ إِلَيْهِ مِمَّا سِوَاهُمَا وَأَنْ يُحِبَّ الْمَرْءَ لَا يُحِبُّهُ إِلَّا لِلَّهِ وَأَنْ يَكْرَهُ أَنْ يَعُودَ فِي الْكُفْرِ كَمَا يَكْرَهُ أَنْ يُقْذَفَ فِي النَّارِ

Artinya:

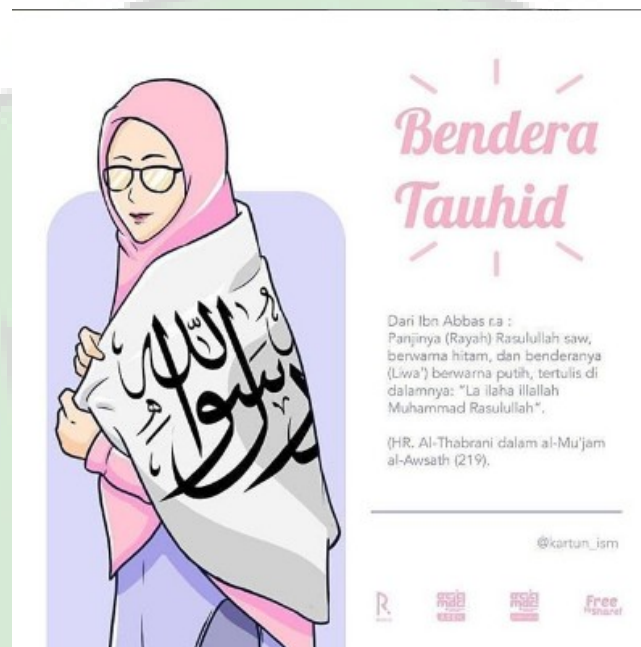
“Telah menceritakan kepada kami Muhammad bin Al Mutsanna berkata, telah menceritakan kepada kami Abdul Wahhab Ats Tsaqafi berkata, telah menceritakan kepada kami Ayyub dari Abu Qilabah dari Anas bin Malik dari Nabi shallallahu 'alaihi wasallam, beliau bersabda: tiga perkara yang apabila ada pada diri seseorang, ia akan mendapatkan manisnya iman: Dijadikannya Allah dan Rasul-Nya lebih dicintainya dari selain keduanya. Jika ia mencintai seseorang, dia tidak mencintainya kecuali karena Allah. Dan dia benci kembali kepada kekufuran seperti dia benci bila dilempar ke neraka.” (HR. Bukari : 16)⁴⁹

Manusia dituntut untuk mendahulukan cinta kepada Allah dan rasul-nya, jika kita mencintai selain keduanya maka kita akan menjadi orang yang kufur, orang-orang kufur merupakan mereka yang sangat

⁴⁹ Imam Az-Zaibidi, *Mukhtasar Shahih Bukhari*, (Cipayung: Ummul Qura, 2017), hal.72

dibenci oleh Allah dan rasul-nya, barangsiapa yang kufur dan tidak beriman kepada Allah maka ia akan dimasukkan ke dalam api neraka.

b. Postingan 28 Oktober 2020



Gambar visual di atas bertulis “Bendera Tauhid” kemudian di bawahnya tertulis sebuah hadis yang diriwayatkan oleh (HR ath-thabrani dalam al-mu'jam Al-Awsat) (219) “dari Ibnu Abbas r.a : panjinya (Rayah) Rasulullah, berwarna hitam, dan benderanya (liwa’) berwarna putih, tertulis di dalamnya: “لا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ مُحَمَّدٌ رَسُولُ اللَّهِ” (Lailahailallah Muhammad Rasulallah)”.

Gambar visual tersebut ingin memberikan informasi kepada kita bahwa Rasulullah juga mempunyai panji atau bendera, pada bendera tersebut tertulis kalimat tauhid, jika kita lihat dari tanggal postingan gambar visual di atas, ini merupakan bentuk sindiran atas kejadian yang terjadi pada bulan Oktober 2018 lalu di mana orang-orang GP Ansor membakar bendera hitam yang bertuliskan kalimat tauhid karena mereka claim bendera seperti itu merupakan bendera kelompok teroris HTI yang ingin menjadikan khalifah di bumi Pertiwi Indonesia ini, selanjutnya jika kita analisis teks tulisan “bendera tauhid” yang di desain dengan ukuran yang sedikit besar, memberikan pesan kepada kita bahwa apapun benderanya selama berlafadzkan tauhid, maka sebagai kaum Mukmin kita wajib menjaganya bukan malah melecehkan seperti membakarnya dan lain-lain.

c. Postingan 11 Januari 2018



Gambar di atas bertuliskan kalimat “jika engkau merasa sendirian Ingatlah bahwa Allah sangatlah dekat denganmu”, didukung dengan foto seorang pemuda memakai kupluk yang sedang melihat ke depan, tulisan “sangatlah dekat” di belakangnya ditambah efek brush yang tampak seperti dicat dengan kuas untuk memberi penekanan pada pesan yang ingin disampaikan.

Pesan dakwah yang terkandung di dalam gambar visual di atas adalah pesan yang mengingatkan kita untuk senantiasa mengingat Allah dimana pun kita berada. Sebagai orang yang mengaku dirinya beriman kepada Allah maka hendaklah ia tidak pernah bersedih ketika merasakan sedang dalam kesendirian karena Allah selalu bersama hamba-hambanya beriman kepadanya, sebagaimana firman Allah yang tertera di dalam Al-Quran Surat Al-Baqarah ayat 186:

وَإِذَا سَأَلَكَ عِبَادِي عَنِّي فَإِنِّي قَرِيبٌ ۖ أُجِيبُ دَعْوَةَ الدَّاعِ إِذَا دَعَانِ فَلْيَسْتَجِيبُوا لِي وَلْيُؤْمِنُوا بِي لَعَلَّهُمْ يَرْشُدُونَ

Artinya:

Dan apabila hamba-hamba-Ku bertanya kepadamu (Muhammad) tentang Aku, maka sesungguhnya Aku dekat. Aku Kabulkan permohonan orang yang berdoa apabila dia berdoa kepada-Ku. Hendaklah mereka itu memenuhi (perintah)-Ku dan beriman kepada-Ku, agar mereka memperoleh kebenaran. (Al-Baqarah :186)

Selain itu juga, pesan dakwah yang terkandung di dalam gambar di atas mengajak kita untuk tidak merasa gundah, galau, maupun gelisah jika sedang terjadi sesuatu kepada kita, jika kita merasakan hal-hal yang demikian, maka hendaknya kita segera mengingat bahwa Allah benar-benar sedang sangat dekat dengan kita, sehingga rasa kesendirian yang kita rasakan berubah menjadi rasa tenang karena kita kembali mengingat Allah sang pencipta kita yang tidak pernah meninggalkan kita sendirian.

d. Postingan 12 Maret 2018



Gambar di atas bertuliskan kalimat “jangan mencari pelindung selain Allah”, kemudian di bawahnya tertulis terjemahan ayat Al

Quran surah Al-Ankabut ayat 41 “perumpamaan orang-orang yang mengambil pelindung-pelindung selain Allah adalah seperti laba-laba yang membuat rumah. dan sesungguhnya rumah yang paling lemah adalah rumah laba-laba kalau mereka mengetahui”.

Pesan dakwah yang terkandung dalam desain visual merupakan pesan akidah, di dalam Al-Qur'an Allah melarang kita hambanya yang beriman untuk mencari pelindung selain-Nya, jika kita melakukannya maka kita termasuk ke dalam golongan orang-orang syirik yang tidak akan pernah mendapat ampunan Allah, kemudian Allah memberi perumpamaan bagi orang yang mencari pelindung selainnya seperti laba-laba yang sedang membuat rumahnya, ia tidak mengetahui bahwa rumahnya sangat lemah, demikian pula dengan orang yang mencari perlindungan selain Allah, mereka tidak menyadari bahwa sedang terjerumus ke dalam kemusyrikan.

Lemahnya Iman membuat manusia kurang yakin dengan kekuasaan yang Allah miliki, sehingga sering kita lihat di dalam masyarakat kita masih ada kepercayaan kepada orang-orang pintar yang dianggap mempunyai kekuatan dan mampu melihat sesuatu yang tidak bisa dilihat oleh orang lain, hal ini merupakan salah satu itu tindakan kemusyrikan karena mencoba mencari penolong selain Allah.

e. Postingan 24 April 2020



Gambar di atas tertulis kalimat “Corona keliling dunia uji rasa kemanusiaan dan iman dalam menyambut Ramadhan”. Kalimat tersebut didukung dengan background berwarna hitam dan dengan foto seorang wanita yang menghadap ke sebuah jendela kecil memancarkan cahaya.

Melalui desain gambar visual dakwah di atas, anggota MDC Banda Aceh seperti ingin menyampaikan pesan bahwa mendekati bulan Ramadhan wabah Corona terus menyebar ke seluruh penjuru dunia, seakan mengisyaratkan bahwa ia juga ingin menyambut bulan Ramadan, sebagai umat Islam Kita juga harus turut menyambut bulan suci Ramadhan dengan penuh kegembiraan agar senantiasa iman kita

terus naik tentunya dengan tetap menjaga kesehatan dan mematuhi protokol covid-19, sesuai anjuran pemerintah kita.

Virus corona bisa jadi Allah kirimkan sebagai ujian kepada orang-orang yang beriman, karena orang beriman pasti akan Allah uji sebagaimana yang disebutkan di dalam firman-Nya:

وَلَنَبْلُوَنَّكُمْ بِشَيْءٍ مِّنَ الْخَوْفِ وَالْجُوعِ وَنَقْصٍ مِّنَ الْأَمْوَالِ وَالْأَنْفُسِ وَالثَّمَرَاتِ
وَبَشِّرِ الصَّابِرِينَ

Artinya:

Dan Kami pasti akan menguji kamu dengan sedikit ketakutan, kelaparan, kekurangan harta, jiwa, dan buah-buahan. Dan sampaikanlah kabar gembira kepada orang-orang yang sabar (Q.S Al-Baqarah : 155)

2. Pesan Dakwah Tentang Syariah

a. Postingan 24 Desember 2018



Gambar di atas tertulis kalimat “Taaruf Hidup ini adalah sebuah perjalanan, maka mendekatlah jika engkau ingin lebih mengenalnya”. didukung dengan sebuah gambar sepeda yang depannya terikat sebuah balon berbentuk hati berwarna merah dan hitam melambangkan sepasang kekasih yang ingin menikah, di belakangnya ada sebuah selendang berwarna merah yang melambangkan sebuah perjalanan.

Pesan dakwah yang terkandung di dalam gambar tersebut ialah tentang anjuran syariat jika kita ingin menikahi seseorang, maka cara yg harus ditempuh terlebih dulu yaitu ta’aruf. Dalam Islam haram hukumnya berpacaran meskipun ada niat kedua nya untuk menikah, Oleh karena itu taaruf merupakan solusi yang diberikan Islam jika kita ingin mengenal seseorang dan benar-benar berniat untuk menikahnya.

b. Postingan 5 April 2018



Pada gambar di atas terdapat kalimat “Syariah find out and do it more” artinya “cari tau syari’ah dan lakukan lebih banyak”. Kemudian, ditambah dengan kalimat “aku lahir dari ibu Indonesia yang berpegang teguh kepada syariah, yang melepaskan halus merdu suara zikir di saat ku terlelap di pangkuan Ibu Indonesia”.

Pesan tersebut mengingatkan kita bahwasanya, kita terlahir di negara Indonesia dimana penduduknya adalah mayoritas muslim, dari kecil semenjak lahir kita sudah di ucapkan zikir di telinga kita, sehingga membuat kita dapat tertidur lelap, oleh sebab itu kita harus senantiasa belajar tentang Syariah, tidak alergi dengannya dan terus mempraktekkannya di kehidupan sehari-hari sebagai wujud kecintaan kita kepada Allah dan Rasul-Nya juga kepada tanah air Ibu Indonesia.

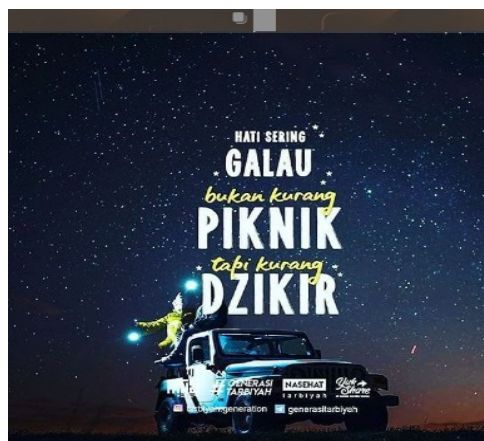
c. **Postingan 20 April 2018** بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



Gambar diatas terdapat kalimat “*Ramadhan, a change to build your iman*”. Kemudian, ditambah dengan pantun bahasa Aceh “*neubri kamoe nyoe udep beugagah, akai beuceudah, agam ngen dara, cit tuhan sidroe nyang kamoe sembah, puasa yang wajib beuna tajaga*”. Pantun tersebut jika diterjemahkan secara umum berisikan doa untuk kehidupan yang damai dan semoga selalu diberikan akal sehat yang membuat kita sanggup untuk menjalankan ibadah puasa nantinya. Pada gambar tersebut terdapat sebuah gambar Masjid Raya Baiturrahman Banda Aceh yang sudah dipotong, hanya menyisakan tiga kubah yang nampak dilihat dari gambar tersebut. Gambar masjid tersebut memberikan pesan untuk kita agar selalu dekat dengan masjid di bulan Ramadhan nantinya.

Pesan dakwah yang terkandung di dalam gambar di atas adalah anjuran untuk memanfaatkan momen bulan suci Ramadan untuk senantiasa meningkatkan keimanan.

d. Postingan 28 Oktober 2019



Gambar di atas terdapat kalimat “hati sering galau bukan kurang piknik tetapi kurang zikir”. didukung dengan sebuah gambar mobil *off-road* di atasnya ada dua orang yang sedang bercengkrama sambil menikmati liburan di alam terbuka saat malam hari.

Gambar tersebut mengandung pesan dakwah yang mengingatkan jika kita sedang merasa galau ternyata yang kita butuhkan sebenarnya bukan piknik ataupun rekreasi ke suatu tempat tertentu, melainkan cukup dengan mengingat Allah, karena hanya dengan mengingat Allah dapat membuat hati menjadi tenang, sebagaimana firman Allah dalam Al-Quran:

الَّذِينَ آمَنُوا وَتَطْمَئِنُّ قُلُوبُهُمْ بِذِكْرِ اللَّهِ أَلَا بِذِكْرِ اللَّهِ تَطْمَئِنُّ الْقُلُوبُ

Artinya:

(yaitu) orang-orang yang beriman dan hati mereka menjadi tenteram dengan mengingat Allah. Ingatlah, hanya dengan mengingat Allah hati menjadi tenteram. (Q.S. Ar-Rad: 28)

e. Postingan 10 Agustus 2019



Pada gambar di atas tertulis kalimat “Hi, Aku siap diqurban loh”, “aku udah siap gini, masak kamu gak berkurban, tahun depan kurban ya, janji? Bismillah aja dari sekarang, dessinnya didukung dengan background yang berwarna agak kecokelatan dan terdapat gambar kambing yang diberi dua bulatan lonjong di atas kedua lubang hidungnya.

Gambar di atas mempunyai pesan dakwah yang mengajak kita untuk berkurban, tetapi jika kita belum mampu berkurban, setidaknya kita harus bertekad dengan cara niatkan dengan tahun rencana berkurban di tahun depan, karna berqurban sangat dianjurkan di dalam agama, sebagai firman Allah di dalam Al-Qur’an:

فَصَلِّ لِرَبِّكَ وَأَنْحَرْ

Artinya:

Maka laksanakanlah shalat karena Tuhanmu, dan berkorbanlah (sebagai ibadah dan mendekatkan diri kepada Allah).

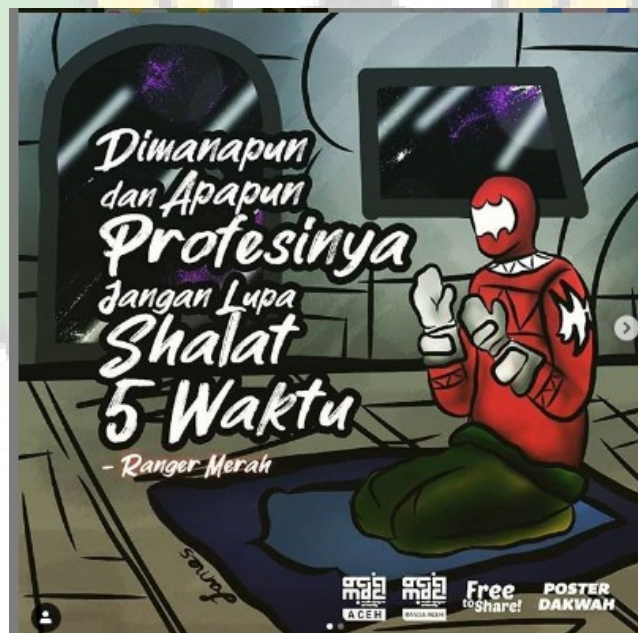
f. Postingan 23 Maret 2018



Pada gambar tersebut terdapat tulisan “Ikatlah ilmu dengan menulis” Setiap kata dibuat dengan teknik tipografi yang berbeda-beda, di samping tulisan terdapat sebuah pulpen diletakkan di sebuah kanvas.

Kalimat yang ditulis merupakan kutipan dari perkataan Saidina Ali, kita ketahui Ali merupakan sahabat sekaligus menantu Nabi yang memiliki gelar pintu ilmu karena kejeniusannya memahami ilmu yang diajarkan nabi, kalimat tersebut menganjurkan kita untuk selalu menjaga ilmu dengan cara menulis, manusia memiliki satu sifat lupa, maka agar ilmu senantiasa ada dan tersimpan di dalam memori kita, maka ketika berada di majelis ilmu hendaknya kita menulis apa yang disampaikan oleh guru, apabila nantinya yang kita dapatkan tadi tidak bisa diingat, maka kita bisa membuka kembali catatan yang telah ditulis.

g. Postingan 9 Mei 2020



Pada gambar tersebut terdapat kalimat “dimana pun dan apapun profesinya jangan lupa salat 5 waktu”. Desain gambarnya didukung

dengan gambar ilustrasi Power Rangers yang baru saja menyelesaikan shalat dan berdoa.

Pesan dakwah yang terdapat pada gambar tersebut adalah pesan yang mengingatkan kita untuk senantiasa menunaikan salat lima waktu, terlepas di manapun kita berada dan apapun profesi kita. Shalat merupakan salah satu ibadah utama yang wajib dilakukan lima kali sehari tanpa kecuali, banyak dari kita mungkin masih meremehkan kewajiban salat lima waktu, padahal ibadah shalat merupakan ibadah yang paling pertama dihisab nantinya di akhirat. Sebagaimana hadis yang diriwayatkan dari Abu Hurairah berkata:

aku mendengar Nabi shallallahu'alaihi wasallam bersabda: "Sesungguhnya yang pertama kali akan dihisab dari amal hamba adalah shalat. Jika shalatnya baik ia benar-benar telah beruntung dan sukses. Dan jika shalatnya rusak benar-benar telah celaka dan merugi." (HR. at-Tirmidzi dan an-Nasa'i)⁵⁰

h. Potingan 25 Maret 2020



⁵⁰ nenan Julir, "Qadha Shalat Bagi Orang Pingsan (Studi Komparatif Pendapat Ulama)," *Jurnal Islamika*, 14 (2014): 84.

Gambar diatas di atas Terdapat kalimat “*Keep Save Your Heart*” artinya jaga hatimu, kemudian dilanjutkan dengan tulisan “jika belum halal, enggak fisik doang yang perlu dilockdown, hati juga atuh...:).”. didesain dengan gambar ilustrasi seorang perempuan yang terkurung di dalam sebuah lemari kaca, di luarnya terdapat seorang laki-laki yang sedang bersandar termenung.

Pesan dakwah yang terdapat pada gambar diatas merupakan pesan kepada para akhwat untuk senantiasa menjaga dirinya, seorang perempuan tidak boleh disentuh oleh laki-laki yang belum halal baginya, menyentuh laki-laki atau perempuan yang bukan mahram termasuk perbuatan keji, Allah melarang perbuatan keji seperti yang disebutkan di dalam Al-Qur'an surah An-Nahl ayat 90 yang berbunyi:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَائِ ذِي الْقُرْبَى وَيَنْهَى عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ
وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

Artinya:

Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi bantuan kepada kerabat, dan Dia melarang (melakukan) perbuatan keji, kemungkaran, dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.

Ilustrasi perempuan di dalam lemari kaca diibaratkan sosok perempuan yang hanya dapat dilihat tetapi tidak dapat disentuh, maka jika belum

dihalalkan oleh seorang laki-laki, hati dan fisik perempuan harus di lockdown dari hal-hal yang haram dan dilarang agama.

i. Postingan 24 Maret 2020



Gambar di atas terdapat tulisan “*Social Disancing*”, artinya “Jarak Social”, didukung dengan gambar seorang laki-laki menggunakan masker dan background diberi warna hitam. Pesan dakwah yang terkandung di dalam gambar di atas adalah pesan untuk mengampanyekan kegiatan jaga jarak untuk memutuskan rantai penyebaran wabah covid-19 atau yang kita kenal dengan virus corona.

Islam adalah agama yang rahmatan lil 'alamin, segala sesuatu permasalahan telah diatur di dalam Islam dengan dalil Al-Qur'an dan hadits termasuk cara kita melindungi diri wabah penyakit, sebagaimana yang disebutkan di dalam hadits:

"Jika kamu mendengar wabah di suatu wilayah, maka janganlah kalian memasukinya. Tapi jika terjadi wabah di tempat kamu berada, maka jangan tinggalkan tempat itu." (HR Bukhari)⁵¹

j. Postingan 4 Maret 2020



Gambar di atas tertulis kalimat *"Pray For Muslim India"*, didesain dengan *background* berwarna hitam dengan bendera India di atasnya ditambahkan foto seorang laki-laki yang memais urban yang sedang menangis menandakan pedihnya siksaan yang alami orang-orang Muslim di India.

Pesan dakwah yang terdapat di dalam gambar tersebut adalah desainernya ingin mengingatkan kita agar tidak melupakan nasib saudara kita di India, di tengah hiruk-pikuk wabah corona, dunia hanya

⁵¹ Eman Supriatna, "Wabah Corona Virus Disease (Covid 19) Dalam Pandangan Islam," *Salam: Jurnal Sosial dan Budaya Syar-i* 7, no. 6 (14 April 2020): 10, <https://doi.org/10.15408/sjsbs.v7i6.15247>.

diam melihat kasus pelanggaran ham yang di alami warga Muslim di India, hendaknya kita sebagai umat Islam mengambil peran apapun yang mungkin untuk dilakukan, minimal selalu berdo'a agar Allah mengirimkan bantuan kepada saudara seiman kita warga India yang sampai saat ini merasakan penderitaan dengan aturan dari pemimpin kafir yang zalim.

Sebagai muslim kita diperintahkan untuk mencintai muslim lainnya sebagaimana kita mencintai diri kita sendiri, kita harus saling menyangi dan mencintai sesama umat muslim yang beriman, jika orang-orang India merasakan pedihnya siksaan orang kafir, kita juga harus merasakan sakit itu agar hasrat kita untuk membantu saudara kita yang sedang teraniaya itu tumbuh dalam diri kita. Sebagaimana kata Nabi dalam sebuah Hadits :

"Perumpamaan orang-orang yang beriman di dalam saling mencintai, saling menyayangi dan mengasihi adalah seperti satu tubuh, bila ada salah satu anggota tubuh mengaduh kesakitan, maka anggota-anggota tubuh yang lain ikut merasakannya, yaitu dengan tidak bisa tidur dan merasa demam." (HR Bukhari dan Muslim).⁵²

⁵² Nashih Nashrullah, Penjelasan Hadis Rasulullah Soal Muslim Ibarat Satu Tubuh, <https://www.republika.co.id/berita/dunia-islam/islam-digest/20/01/16/q47jbn320-penjelasan-hadis-rasulullah-soal-muslim-ibarat-satu-tubuh>, (diakses pada tanggal 4 Juli 2020 pukul 16.53).

k. Postingan 2 Juni 2020



Pada gambar di atas tertulis kalimat “Paket Combo Special”, diikuti tulisan $30 \text{ Ramadhan} + 6 \text{ Syawal} = 365$ ”, kemudian dibahwanya ada penggalan hadis riwayat Imam Muslim “Barang siapa yang berpuasa penuh di bulan Ramadhan lalu menyambunginya dengan (puasa) enam (6) hari di bulan syawal, maka pahalanya seperti berpuasa selama satu tahu. Didukung dengan gambar gelang kosong, piring kosong, sendok dan pisau, yang mengilustrasikan suasana puasa, di atasnya ada kalender yang berarti jadwal puasa enam hari syawal.

Pesan dakwah yang ingin disampaikan adalah, ajakan untuk melanjutkan puasa enam hari di bulan syawal setelah Ramadhan, karena jika kita melakukannya pahalanya yang Allah berikan sama seperti berpuasa setahun penuh. Sebagaimana sabda Rasulullah:

مَنْ صَامَ رَمَضَانَ ثُمَّ أَتْبَعَهُ سَنًا مِنْ شَوَّالٍ كَانَ كَصِيَامِ الدَّهْرِ

“Barangsiapa yang berpuasa Ramadhan kemudian berpuasa enam hari di bulan Syawal, maka dia berpuasa seperti setahun penuh.” (HR. Muslim).

3. Pesan Dakwah Tentang Akhlak

a. Postingan 22 Desember 2018



Gambar di atas tertulis kalimat “Salah satu keajaiban Al-Qur’an ialah kamu tidak dapat mengubah isinya namun isinya mampu mengubah hidupmu. di desain dengan gambar vektor Al-Qur’an yang seolah memancarkan cahaya ke seluruh penjuru dunia menggambarkan kehebatan luar biasa kita suci umat Islam.

Pesan dakwah visual di atas, menyampaikan kepada kita bahwa Al-Qur’an mampu mengubah hidup kita dengan keajaibannya, karena al-Qur’an merupakan mukjizat terbesar yang turunkan Allah kepada

kekasih-Nya. Manusia sering kali melupakan betapa besarnya pahala yang di janjikan bagi kita yang senantiasa selalu membaca dan mengamalkan isi Al-Qur'an, keseringan mendengarkan musik semakin membuat manusia jauh dari Al-Qur'an, karena Al-Qur'an tidak bisa berada di dalam hati orang-orang yang lebih suka melantunkan musik.

Allah SWT menghilangkan rasa jemu dan bosan dari pembaca dan pendengar Al-Qur'an dengan keikhlasan dan kebenaran iman, untuk memudahkan membaca dan mendengarnya. Sebagai mana firman Allah:

وَلَقَدْ يَسَّرْنَا الْقُرْآنَ لِلذِّكْرِ فَهَلْ مِنْ مُدَكِّرٍ

Artinya:

Dan sungguh, telah Kami mudahkan Al-Qur'an untuk peringatan, maka adakah orang yang mau mengambil pelajaran? (Q.S. Al-Qamar : 17)

b. Postingan 11 November 2018



Gambar di atas tertulis kalimat “Gowes sepeda 5 Km Kuat jalan ke masjid 5 KM gak kuat”. Didukung dengan gambar vektor seorang yang sedang mendayung sepeda menaiki bukit ditambah dengan background dengan peraduan warna cokelat dan putih, kemudian dibelakang pendayung sepedanya diberikan sebuah *shape* oval, agar mata kita terfokus pada pesepedanya

Gambar diatas mengandung pesan dakwah yang sedikit serasa seperti menyindir kita yang selama ini mungkin sering mengabaikan shalat lima waktu ke Masjid dengan berbagai alasan, padahal di negara kita ini setiap umat beragama diberikan kebebasan untuk melakukan ibadah, bagi kaum laki-laki shalat berjamaah ke Masjid sangat dianjurkan, tetapi sangat sulit rasanya melakukannya, padahal selama ini pekerjaan yang berat seperti gowes (Bersepeda jarak jauh) lebih mampu dan sering kita lakukan ketimbang shalat ke Masjid.

c. Postingan 2 April 2018



Gambar di atas tertera “kalimat pergunakan waktu luang mu” kemudian diikuti dengan sebuah hadis yang diriwayatkan oleh HR. Bukhari: “jika engkau berada di sore hari janganlah menunggu (melakukan sesuatu) hingga pagi, dan jika engkau berada di pagi hari, janganlah menunggu (melakukan sesuatu) hingga sore hari”, didukung dengan gambar sebuah jam. Adapun redaksi lengkap hadits ini adalah sebagai berikut:

عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عُمَرَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا قَالَ أَخَذَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ بِمَنْكِبِي فَقَالَ كُنْ فِي الدُّنْيَا كَأَنَّكَ غَرِيبٌ أَوْ عَابِرُ سَبِيلٍ [وَعُدَّ نَفْسَكَ مِنْ أَهْلِ الْقُبُورِ] وَكَانَ ابْنُ عُمَرَ يَقُولُ إِذَا أُمْسَيْتَ فَلَا تَنْتَظِرُ الصَّبَاحَ وَإِذَا أَصْبَحْتَ فَلَا تَنْتَظِرُ الْمَسَاءَ وَخُذْ مِنْ صِحَّتِكَ لِمَرْضِكَ وَمِنْ حَيَاتِكَ لِمَوْتِكَ

Dari Ibnu Umar Radhiyallahu anhuma, ia berkata, “Rasûlullâh Shallallahu ‘alaihi wa sallam memegang kedua pundakku, lalu bersabda, ‘Jadilah engkau di dunia ini seakan-akan sebagai orang asing atau seorang musafir’ [dan persiapkan dirimu termasuk orang yang akan menjadi penghuni kubur (pasti akan mati)].” Dan Ibnu Umar Radhiyallahu anhuma pernah mengatakan, “Jika engkau berada di sore hari, janganlah menunggu pagi hari. Dan jika engkau berada di pagi hari, janganlah menunggu sore hari. Pergunakanlah waktu sehatmu sebelum sakitmu dan hidupmu sebelum matimu.” (H.R. Bukhârî, no. 6416).⁵³

Pesan dakwah dalam gambar di atas adalah mengingatkan kita untuk memanfaatkan waktu dengan sebaiknya, hendaknya kita tidak

⁵³ Yazid, *Hiduplah di Dunia Ini Seakan-Akan Orang Asing atau Musafir*, <https://almanhaj.or.id/13112-hiduplah-di-dunia-ini-seakan-akan-orang-asing-atau-musafir.html> (di akses pada 4 Juli 2020, pada pukul 19 : 54).

menunda-nunda pekerja karena waktu tidak pernah menunggu siapapun, menunda-menunda suatu aktivitas sama dengan menunda kebahagiaan. Dua puluh empat jam yang diberikan Allah harus kita manfaatkan semaksimal mungkin dan pastikan seluruh waktu hendaknya harus kita gunakan di hal-hal yang membawa kebaikan yang menjadi bekal kita pulang ke akhirat.



d. Postingan 12 Mei 2019

Gambar di atas tertulis kalimat “doyan gaji alergi ngaji”, emang situ tahu kapan mati?”. Didukung dengan gambar orang yang duduk di dalam masjid setelah melaksanakan salat, warna gambar dibuat menjadi gelap

terang yang mengilustrasikan betapa gelapnya hidup ini jika tidak mau mengaji.

Pesan dakwah yang terkandung di dalam gambar di atas ialah pesan yang mengingatkan kita agar tidak lupa menuntut ilmu dengan cara mengaji kepada guru yang tepat meskipun kita sudah bekerja dan bergaji tinggi. Menuntut ilmu merupakan kewajiban bagi setiap muslim baik laki-laki maupun perempuan tanpa terkecuali mulai sejak lahir hingga masuk keliang kubur, adapun hadits tentang kewajiban menuntut ilmu adalah sebagai berikut:

تَعْلَمُواَوْ عِلْمُواَوْ تَوَاضَعُواْ لِمُعَلِّمِكُمْ وَلِيَلُواْ لِمُعَلِّمِكُمْ (رَوَاهُ الطَّبْرَانِي)

Artinya:

"Belajarlah kamu semua, dan mengajarlah kamu semua, dan hormatilah guru-gurumu, serta berlaku baiklah terhadap orang yang mengajarkanmu." (HR Tabrani).

e. Postingan 22 Januari 2019



Gambar di atas tertulis kalimat “Shalat Sering telat, dzikir kalau ingat, ngaji kalau sempat”. *Background* diberi warna hitam ditambah dengan gambar sebuah smartphone di bawahnya tertulis “apakah benda ini yang melalaikanmu?”.

Desain tersebut mengandung pesan yang ingin menegur kita yang lalai karena gadget yang kita miliki, kita selalu menyempatkan waktu untuk bermain game, chattingan dan kegiatan lain yang tidak berfaedah bagi diri kita dengan smartphone yang kita miliki. Padahal, smartphone yang kita pakai setiap hari tidak bisa menjadi penolong di hari akhirat jika tidak menggunakannya pada hal-hal yang mengundang kebaikan. Jangan sampai smartphone mengikat kita yang membuat kita lupa berzikir dan beribadah kepada Allah, tidak ada salahnya menggunakan smartphone asalkan untuk kegiatan positif berpahala.

Smartphone memiliki banyak sekali dampak negatif dan dampak positifnya, Sebagai pengguna harus pandai dalam menyaring informasi positif, banyak aplikasi-aplikasi pembelajaran yang bisa di-instal di Smartphone, misalnya aplikasi Al-Quran, aplikasi belajar bahasa dan lain-lain sebagainya.

Aplikasi seperti game jika kita tidak bijak dalam menggunakannya maka kita akan dilalaikan oleh itu, jangan sampai gara-gara terlalu keasyikan bermain smartphone, kita menjadi orang-orang yang lupa akan

kewajiban kita beribadah, sehingga kita termasuk golongan orang-orang yang lalai, Orang yang lalai biasanya banyak melakukan kegiatan-kegiatan yang tidak bermanfaat.

Meninggalkan sesuatu yang tidak ada manfaat bagi diri sendiri adalah kewajiban kita semua karena tanda baiknya Islam seseorang dia meninggalkan sesuatu yang tidak berguna baginya. Rasulullah pernah bersabda:

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ، قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: ”مِنْ حُسْنِ إِسْلَامِ الْمَرْءِ تَرْكُهُ مَا لَا يَغْنِيهِ“ حَدِيثٌ حَسَنٌ رَوَاهُ الثَّرْمِذِيُّ وَغَيْرُهُ هَكَذَا

Artinya:

Dari Abu Hurairah radhiyallahu ‘anhu, ia berkata bahwa Rasulullah shallallahu ‘alaihi wa sallam bersabda, “Di antara kebaikan islam seseorang adalah meninggalkan hal yang tidak bermanfaat.” (Hadits Hasan, diriwayatkan oleh Imam Tirmidzi dan lainnya semisal itu pula).

4. Pesan Dakwah Tentang Motivasi

M. Natsir mengatakan bahwa penyampaian pesan dakwah lebih dititikberatkan pada upaya memberikan gambaran se jelas mungkin tentang bagaimana konsep Islam mengatur kehidupan manusia, ini berarti tujuan utama penyampaian pesan dakwah adalah untuk memberikan petunjuk kepada manusia kepada jalan yang benar. Namun, pesan dakwah juga harus memuat berbagai pesan motivasi kepada manusia agar memiliki semangat mencapai taraf kehidupan yang lebih baik. dalam hal ini konten

yang terkandung dalam pesan dakwah harus dapat menjadi terapi dari berbagai *problem* hidup yang dialami oleh manusia.⁵⁴

Berdasarkan observasi penulis, poster dakwah visual yang diposting oleh anggota MDC Banda Aceh di akun Instagram mereka mengandung konten dakwah motivasi sebagai berikut:

a. Postingan 6 April 2018



Gambar di atas desain dengan tulisan “harga diri seorang laki-laki adalah bekerja”, diikuti dengan tulisan “pendapatan yang terbaik dari seorang adalah hasil jerih payah tangannya”. Didukung dengan desain

⁵⁴M. Natsir, *Dakwah dan Pemikirannya*, (Jakarta: Gema Insani, 1999), Cetakan I, hlm.

gambar *flat Vector* seorang laki-laki yang sedang bekerja di depan komputer.

Pesan yang ingin disampaikan oleh desainer adalah tentang betapa pentingnya bagi seorang laki-laki untuk bekerja dan tidak bermalas-malasan, laki-laki dituntut untuk bekerja karena suatu saat dia akan menjadi di seorang pemimpin dimana nantinya harus menafkahi istri dan anak-anak, maka hendaknya di usia yang masih muda sekarang ini sudah sebaiknya kita memanfaatkan waktu untuk bekerja dan mencukupi diri sendiri agar tidak lagi bergantung pada orang tua.

Rasulullah pernah bersabda tentang pekerjaan yang baik bagi laki-laki dengan redaksi sebagai berikut:

أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ قَالَ عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ

Artinya:

“Wahai Rasulullah, mata pencaharian (*kasb*) apakah yang paling baik?” Beliau bersabda, “Pekerjaan seorang laki-laki dengan tangannya sendiri dan setiap jual beli yang mabrur (*diberkahi*).” (HR. Ahmad 4: 141, *hasan lighoirihi*)

b. Postingan 10 Juli 2019



Gambar di atas terdapat tulisan “Bersyukurlah atas yang sedikit”, Kemudian diberikan dalil ayat suci Al-Qur’an surat Ibrahim ayat 7 yang berbunyi:

وَإِذْ تَأَذَّنَ رَبُّكُمْ لَئِنْ شَكَرْتُمْ لَأَزِيدَنَّكُمْ وَلَئِنْ كَفَرْتُمْ إِنَّ عَذَابِي لَشَدِيدٌ

Artinya:

“Dan (ingatlah) ketika Tuhanmu memaklumkan, “Sesungguhnya jika kamu bersyukur, niscaya Aku akan menambah (nikmat) kepadamu, tetapi jika kamu mengingkari (nikmat-Ku), maka pasti azab-Ku sangat berat.”

Background diberi warna putih agak sedikit kecokelatan, kemudian ditambah gambar vector seorang laki-laki yang tampak sedang bekerja sebagai barista di cafe. Pesan yang ingin disampaikan melalui desain visual di atas ialah pesan untuk selalu bersyukur atas segala nikmat

yang diberikan oleh Allah, apapun pekerjaan kita berapapun penghasilan yang kita dapatkan, rasa syukur harus selalu dikedepankan, karena jika kita bersyukur atas segala pemberian Allah baik itu besar maupun kecil, Allah berjanji di dalam Alquran akan menambah nikmat kepada kita dan apabila mengingkari dan tidak bersyukur atas kenikmatan yang telah Allah berikan maka ketahuilah azab Allah itu sangat pedih.

c. Postingan 12 April 2018



Gambar di atas tertera kalimat “jomblo produktif” dibagian kanan atas dilanjutkan dengan kalimat “jomblo it’s oke kreatif keep strong”, diikuti kalimat di posisi kanan bawahnya “sempurnakan ikhtiar, memantaskan diri raih ridha ilahi”.

Di belakang tulisan terdapat sebuah kertas berwarna cokelat kemudian di sisi kiri bawah ada dua buah pensil dan juga penghapus yang menandakan seorang jumbo sedang menciptakan sebuah karya tipografi berisi kalimat motivasi.

Pesan dakwah yang ingin disampaikan melalui gambar di atas ialah pesan kepada kita para jomblo yang tidak memiliki pasangan atau yang tidak berpacaran untuk senantiasa selalu kreatif meskipun bernasib jomblo. Nasib jomblo jangan sampai menjadi penghalang bagi kita untuk selalu menjadi orang yang kreatif, jomblo tidak boleh menjadi penghalang untuk selalu menciptakan karya-karya yang bermanfaat dan dapat dinikmati oleh orang yang membawa kebaikan, meski jomblo harus tetap produktif dan terus memantaskan diri meraih ridha Allah sebelum menemukan jodoh yang Allah tunjuk untuk kebersamai kita.

Sebagai seorang jomblo yang beriman, harus senantiasa menjaga diri dari perbuatan yang dilarang Allah, menjadi seorang jomblo kerap kali kita dihadapkan pada rasa suka terhadap lawan jenis, hal-hal seperti ini harus benar-benar kita jaga agar terhindar dari perbuatan

zina, karna zina merupakan perbuatan yang keji, sebagaimana Allah berfirman:

وَلَا تَقْرَبُوا الزِّنَى إِنَّهُ كَانَ فَاحِشَةً وَسَاءَ سَبِيلًا

Artinya:

Dan janganlah kamu mendekati zina; (zina) itu sungguh suatu perbuatan keji, dan suatu jalan yang buruk.

d. Postingan 21 April 2020



Gambar di atas terdapat tulisan “yang diერი oleh Allah”, ditambah dalil Al-qur’an Al-Maidah ayat 27:

وَإِثْلُ عَلَيْهِمْ نَبَأَ ابْنَيْ آدَمَ بِالْحَقِّ إِذْ قَرَّبَا قُرْبَانًا فَتُقْبَلَ مِنْ أَحَدِهِمَا وَلَمْ يُتَقَبَلْ مِنَ الْآخَرِ قَالَ لَأَقْتُلَنَّكَ قَالَ إِنَّمَا يَتَقَبَّلُ اللَّهُ مِنَ الْمُتَّقِينَ

Artinya:

“Dan ceritakanlah (Muhammad) yang sebenarnya kepada mereka tentang kisah kedua putra Adam, ketika keduanya mempersembahkan kurban, maka (kurban) salah seorang dari mereka berdua (Habil) diterima dan dari yang lain (Qabil) tidak diterima. Dia (Qabil) berkata, “Sungguh, aku pasti membunuhmu!” Dia (Habil) berkata, “Sesungguhnya Allah hanya menerima (amal) dari orang yang bertakwa.”

Pesan dakwah yang terkandung di dalam desain visual di atas adalah keharus bertakwa. Ketakwaan adalah menjalankan apa yang Allah S.W.T perintahkan lalu ikhlaskan perintah tersebut hanya mengharap wajah Allah. Sesuatu yang dilakukan tanpa dasar ikhlas dan ketakwaan tidak ada gunanya dan sia-sia.

Diterima-tidaknya amalan berporos pada 2 perkara, dan inilah yang wajib diperhatikan:

1. Ikhlas, yaitu beramal shalih semata-mata karena mengharap wajah Allah. Termasuk di dalamnya memperbaiki niat, meninggalkan syirik, ihsan dalam amalan, khusyuk dalam ibadah, merasa senang dengan amalan shalih, menyembunyikan amalan, dan seterusnya.
2. Sesuai sunnah Nabi Shallallahu'alaihi Wasallam. Termasuk di dalamnya, menuntut ilmu tentang amalan yang ia kerjakan,

meninggalkan bid'ah, memperbaiki tata caranya, berusaha mengerjakan yang paling utama dari beberapa pilihan, dan seterusnya.

E. Teknik Desain Konten Dakwah Visual Pada Akun Instagram MDC

Banda Aceh

Berdasarkan pengamatan dan analisis penulis terhadap konten dakwah visual yang dibagikan pada akun Instagram MDC Banda Aceh, semua desain poster dakwah, mereka desain dengan teknik menggabungkan unsur desain dan prinsip desain grafis. Kebanyakan poster dibuat dengan teknik tipografi, ilustrasi bahkan juga menggabungkan teknik tipografi dan gambar ilustrasi seperti foto asli atau gambar karakter vektor.

a. Contoh Desain Teknik Tipografi (Unggahan 23 Maret 2018)



Gambar di atas didesain menggunakan teknik tipografi dengan sangat memperhatikan unsur balancing (keseimbangan) sisi kiri dan kanannya memiliki jarak yang sama.

b. Contoh Desain Teknik Ilustrasi (Unggahan 11 Januari 2019)



Gambar diatas didesain dengan menggunakan unsur desain ilustrasi teknik fotografi yaitu gambar alam dan seorang laki-laki yang sedang melihat ke arah depan.

c. Contoh Desain Gabungan Ilustrasi dan tipografi (Unggahan 28 Oktober 2019)



**Ilustrasi
Fotografi
Alam**

**Ilustrasi
Fotografi
Mobil**

Gambar diatas didesain dengan menggabungkan usur desain ilustrasi dan tipografi, fontnya diberi warna putih dan kuning, tipografi diletakkan di bagian atas foto mobil.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dan hasil penelitian yang telah tertulis di dalam bab-bab sebelumnya, maka pada bab ini merupakan kesimpulan dari hasil penelitian tentang “*DAKWAH VISUAL MUSLIM DESIGNER COMMUNITY BANDA ACEH (Analisis Konten Dakwah Visual Pada Akun Instagram Muslim Designer Community Banda Aceh)*”, sebagai berikut:

1. Penulis menganalisis 25 poster dakwah visual yang dibagikan di akun Instagram @mdcbandaaceh, dari 25 postingan dakwah visual tersebut ada lima konten dakwah visual yang mengandung pesan dakwah tentang akidah, 11 poster mengandung pesan tentang syariah, lima unggahan gambar visual yang mengandung pesan akhlak dan ada empat postingan gambar yang mengandung pesan tentang motivasi.
2. Semua desain poster dakwah yang ada di akun Instagram MDC Banda Aceh, didesain dengan teknik menggabungkan unsur desain dan prinsip desain grafis. Kebanyakan poster dibuat dengan teknik tipografi, ilustrasi bahkan juga menggabungkan teknik tipografi dan gambar ilustrasi seperti foto asli atau gambar karakter vektor.

B. Saran

Setelah melakukan penelitian ini, penulis mempunyai beberapa saran diharapkan dapat bermanfaat bagi yang ingin melakukan penelitian terkait dan semoga juga dapat menjadi masukan bagi komunitas Muslim *Designer Community* Banda Aceh, agar terus meningkatkan dan mengevaluasi aktivitas dakwah selama ini, adapun saran yang ingin penulis sampaikan adalah sebagai berikut:

1. Masih ada penelitian tentang komunitas Muslim *Designer Community* Banda Aceh yang masih bisa dilakukan dan menarik untuk diteliti, misalnya kajian tentang aktivitas dakwah MDC Banda Aceh, respon follower terhadap konten dakwah visual yang telah di desain, cara MDC Banda Aceh mendesain konten dakwah, kemudian juga bagaimana efektivitas dan efisiensi dakwah visual MDC Banda Aceh, sejauh mana aktivitas dakwah yang mereka lakukan mampu mengajak anak-anak muda tertarik untuk menggunakan *skill* desain yang mereka miliki bisa menjadi ladang pahala.
2. Penulis menyarankan kepada para anggota MDC Banda Aceh untuk terus mengevaluasi aktivitas dakwah melalui media sosial selama ini, penulis melihat postingan-posting di akun Instagram masih sangat sedikit, kemudian kualitas visual poster yang didesain juga harus ditingkatkan agar hasilnya lebih menarik lagi, perlu dilakukan training rutin untuk peningkatan skill desain anggotanya, kemudian juga jenjang postingan antara satu dengan postingan yang lain berjenjang cukup lama, artinya

anggota MDC Banda Aceh belum mampu mendesain konten dakwah visual secara rutin, sebaiknya untuk menghindari kekosongan konten dakwah, para anggota MDC sebaiknya melakukan *repost* konten dakwah visual yang ada diakun MDC pusat atau akun-akun dakwah lain yang banyak followernya, agar kegiatan dakwah di Instagram bisa aktif berjalan.



DAFTAR KEPUSTAKAAN

Buku:

- Abdullah, Muhammad Qadaruddin, 2019. *Pengantar Ilmu dakwah*, Cetakan ke-I, Jakarta: Qiara Media.
- Al- 'Azmi, 2005, *Sejarah Teks Al-Qur'an dari Wahyu Sampai Kompleksi Depok: Gema Insani*.
- Anggito, Albi, dan setiawan, Johan, 2018 *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, Sukabumi: CV Jejak.
- Anggraini, Lia dan Nathalia, Kirana, 2019, *Desain Komunikasi Visual; Dasar-dasar panduan untuk pemula*, Bandung: Nuansa Cendikia.
- Aziz, Moh. Ali, 2017, *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Kencana, Edisi Revisi, Cetakan ke-6.
- Enterprise, Jubile, 2012, *Instagram Untuk Fotografi Digital dan Bisnis Kreatif*, Jakarta: Gramedia.
- Fachruddin, Andi, 2019, *Jurnalism Today*, Jakarta: Kencana.
- Fitriah, Maria, 2018 *Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual*, Yogyakarta: Cv Budi Utama.
- Forkonsi Feb UGM, 2019, *Revolusi Industri 4.0*, Sukabumi: Jejak Publisher.
- Irawan, Bambang dan Tamara, Priscilla, 2013 *Dasar-dasar Desain Untuk Arsitektur, Interior-Arsitektur, Seni Rupa, Desain Produk Industri, dan Desain Komunikasi* Jakarta: Griya Kreasi.
- Khasanah, Siti Uswatun, 2007, *Berdakwah dengan Jalan Debat antara Muslim dan Non-Muslim*, Yogyakarta: STAIN Purwokerto Press.
- Kusrianto, Adi, 2009, *Pengantar Desain Komunikasi Visual*, (Yogyakarta: Andi, 2009)
- Mamik, 2015, *Metodelogi kualitatif*, Sidoarjo: Zulfatama Publisher.

- Mawardi, 2018, *Sosiologi dakwah: Kajian Teori Sosiologi, Al-Qur'an dan Hadist*, Sidoarjo: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Morrisan, 2013, *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*, Jakarta: kencana.
- Munir, 2009 *Manajemen Dakwah*, Jakarta: Kencana.
- Natsir, 1999, *Dakwah dan Pemikirannya*, Jakarta: Gema Insani, Cetakan I.
- Sachari, Agus dan Sunarya, Yan Yan, 2005, *Pengantar Tinjauan Desain*, Tanpa Tempat: Tanpa Penerbit.
- Sugiono, 2018, *Metodelogi Penelitian Kuantatid, kualitatif dan R D*, Bandung: Alfabeta.
- Syamsuddin, 2016, *Pengantar Psikologi dakwah*, Jakarta: kencana.
- Usman, Husaini, 2009, *Metodelogi Penelitian Sosial*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Wahid, Abdul, 2019, *Gagasan Dakwah Pendekatan Komunikasi Antar Budaya*, (Jakarta Timur: Prenamedia, Cet ke-I.
- Wijaya, Hengki, 2018 *Analisis Data Kualitatif Ilmu Pendidikan Teologi*, Makassar: Tanpa Penerbit
- Zuriah, Nurul, 2006, *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan*, Jakarta: Media Grafika.

E-book:

- Ana Yuli Astanti, *Bekerja Sebagai Desainer Grafis*, Erlangga, 2018, hal. 23, diakses melalui <https://books.google.co.id/books?id=UQq7CAAAQBAJ&pg=PT18&dq=komunikasi+visual&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwic9ZznhcjoAhWkguYKHekGAgoQ6AEIfDAJ#v=onepage&q=komunikasi%20visual&f=false> pada tanggal 2 April 2020

Jurnal:

- Kristanto, Kristanto. "Gambar Ilustrasi Buku Cerita Anak-Anak Sebagai Pelestarian Dan Pengembangan Budaya Di Era Globalisasi." *Malih Peddas (Majalah Ilmiah Pendidikan Dasar)* 1, no. 2 (28 April 2012). <https://doi.org/10.26877/malihpeddas.v1i2.302>.
- Julir, Nenani. "Qadha Shalat Bagi Orang Pingsan (Studi Komparatif Pendapat Ulama)," *Jurnal Islamika*, 14 (2014): 16.
- Pattaling. "Problematika Dakwah Dan Hubungannya Dengan Unsur-Unsur Dakwah," *Jurnal Farabi*, 10 (2013).

Supriatna, Eman. "Wabah Corona Virus Disease (Covid 19) dalam Pandangan Islam." *SALAM: Jurnal Sosial dan Budaya Syar-i* 7, no. 6 (14 April 2020). <https://doi.org/10.15408/sjsbs.v7i6.15247>.

Julir, Nenana. "Qadha Shalat Bagi Orang Pingsan (Studi Komparatif Pendapat Ulama)," *Jurnal Islamika*, 14 (2014): 16.

Wijaya, Priscilia Yunita. "Tipografi Dalam Desain Komunikasi Visual" 1, no. 1 (1999): 8.

Skripsi:

Ilma Nafiana. *Desain Komunikasi Visual Akun Instagram @Manjadda.Wajada Sebagai Media Dakwah*. Skripsi, Tidak diterbitkan: Yogyakarta Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Sunan Kalijaga, 2018.

Kirenia Bungsu Tri Kusunawati. *Pola Komunikasi Muslim Designer Community (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Muslim Designer Community Pusat di Surakarta Jawa Tengah)*. Skripsi, Tidak diterbitkan. Yogyakarta: FISIP Universitas Muhammadiyah, 2018.

Kukuh Wahyu Wulandari, *Pengaruh Akun Instagram Muslim Designer Community Terhadap Minat Dakwah Masyarakat*, tidak diterbitkan: 2019 Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Sunan Ampel, 2019.

Warsandi. *Studi pesan komunikasi dakwah melalui desain komunikasi visual dalam fanspage Facebook Naidu Clothing*. Skripsi. Tidak diterbitkan: Yogyakarta Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Sunan Kalijaga, 2016.

Referensi Lain:

Agustin Setyo Wadani, "Jumlah Pengguna Instagram dan Facebook Indonesia Terbesar ke-4 di Dunia", <https://www.liputan6.com/tekno/read/3998624/jumlah-pengguna-instagram-dan-facebook-indonesia-terbesar-ke-4-di-dunia> (di akses pada 4 september pukul 17.00)

Eudaimonia, "How Instagram Started", <https://medium.com/@obtaineudaimonia/how-instagram-started-8b907b98a767>, (Di akses pada 2 April 2020 Pukul 22.58)

Hillary Scholl, *Instan Profit Guide to Instagram Success*, di akses melalui https://books.google.co.id/books?id=IfX_CwAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false pada tanggal 2 April 2020

Wahyunanda Kusuma Pertiwi, “Sebabnyak Inikah Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia”,
<https://tekno.kompas.com/read/2019/12/23/14020057/sebanyak-inikah-jumlah-pengguna-instagram-di-indonesia>, (Di akses pada 2 April 2020 Pukul 00.32)



SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UIN AR-RANIRY BANDA ACEH
Nomor: B.1227/Un.08/FDK/KP.00.4/04/2020

Tentang
Pembimbing Skripsi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Semester Genap Tahun Akademik 2019/2020

DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

- Menimbang : a. Bahwa untuk kelancaran bimbingan Skripsi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry, maka dipandang perlu menunjuk Pembimbing Skripsi.
b. Bahwa yang namanya tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang mampu dan cakap serta memenuhi syarat untuk diangkat dalam jabatan sebagai Pembimbing Skripsi.
- Mengingat : 1. Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005, tentang Guru dan Dosen;
3. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012, tentang Pendidikan Tinggi;
4. Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005, tentang Standar Pendidikan Nasional;
5. Peraturan Pemerintah Nomor 37 Tahun 2009, tentang Dosen;
6. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014, tentang Penyelenggara Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
7. Peraturan Pemerintah Nomor 53 Tahun 2010, tentang Disiplin Pegawai Negeri Sipil;
8. Peraturan Presiden RI Nomor 64 Tahun 2013, tentang Perubahan IAIN Ar-Raniry Banda Aceh menjadi UIN Ar-Raniry Banda Aceh;
9. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 12 Tahun 2014, tentang organisasi dan tata kerja UIN Ar-Raniry;
10. Keputusan Menteri Agama No. 89 Tahun 1963, tentang Penetapan Pendirian IAIN Ar-Raniry;
11. Keputusan Menteri Agama No. 153 Tahun 1968, tentang Penetapan Pendirian Fakultas Dakwah IAIN Ar-Raniry;
12. Keputusan Menteri Agama Nomor 21 tahun 2015 tentang Statuta UIN Ar-Raniry;
13. Surat Keputusan Rektor UIN Ar-Raniry No. 01 Tahun 2015 tentang Pendelegasian Wewenang kepada Dekan dan Direktur PPs dalam lingkungan UIN Ar-Raniry
14. DIPA UIN Ar-Raniry Nomor: 025.04.2.423925/2020, Tanggal 12 November 2019

MEMUTUSKAN

- Menetapkan : Surat Keputusan Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.
Pertama : Menunjuk Sdr. 1) Drs. H. A. Karim Syekh, M. A.(Sebagai PEMBIMBING UTAMA)
2) Rusnawati, S. Pd., M. Si(Sebagai PEMBIMBING KEDUA)

Untuk membimbing KKK Skripsi:

Nama : Khairul Azmi
NIM/Jurusan : 160401130/Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Judul : *Dakwah Visual Muslim Designer Community Banda Aceh (Analisis Konten Dakwah Visual pada Akun Instagram Muslim Designer Community Banda Aceh)*

- Kedua : Kepada Pembimbing yang tercantum namanya di atas diberikan honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku;
Ketiga : Pembiayaan akibat keputusan ini dibebankan pada dana DIPA UIN Ar-Raniry Tahun 2020;
Keempat : Segala sesuatu akan diubah dan ditetapkan kembali apabila di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan di dalam Surat Keputusan ini.
Kutipan : Surat Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Banda Aceh
Pada Tanggal : 4 Juni 2020 M
12 Syawal 1441 H

a.n. Rektor UIN Ar-Raniry,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi,


Fakhri

Tembusan:
1. Rektor UIN Ar-Raniry.
2. Kabag. Keuangan dan Akuntansi UIN Ar-Raniry.
3. Pembimbing Skripsi.
4. Mahasiswa yang bersangkutan.
5. Arsip.
Keterangan:
SK berlaku sampai dengan tanggal: 3 Juni 2021

Nomor : Istimewa
Lamp. : 1 (satu) eks.
Hal : Permohonan Surat Keterangan Revisi Judul Skripsi

Kepada,
Yth. Bapak Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry
di

Darussalam - Banda Aceh

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan Hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Khairul Azmi
NIM : 160401130
Sem / Jur : VIII / Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) / Komunikasi
No. HP : 082362805543
Judul Skripsi : Efisiensi Dakwah Visual Muslim Designer Community Banda Aceh Terhadap Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi.

Dengan ini memohon kepada Bapak berkenan kiranya merevisi judul skripsi saya menjadi:

DAKWAH VISUAL MUSLIM DESIGNER COMMUNITY BANDA ACEH
(Analisis Konten Dakwah Visual Pada Akun Instagram Muslim Designer Community Banda Aceh).

Sebagai bahan pertimbangan Bapak, bersama ini turut saya lampirkan:

- 1 (satu) lembar fotokopi SK Skripsi yang telah dilegalisir.

Demikian surat permohonan ini saya sampaikan, atas perhatian dan pertimbangan Bapak, saya ucapkan terima kasih.

Darussalam, 02 Juli 2020
Pemohon,

Khairul Azmi
NIM. 160401130

Mengetahui/menyetujui,

Pembimbing Utama,

Drs. H. A. Karim Syekh, M. A.
NIP. 19550420 198203 1 002

Pembimbing Kedua,

Ruslawati, S. Pd., M.Si.
NIP. 19770309 200912 2 003

Catatan Jurusan KPI dan Pembimbing: