

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Seluruh umat muslim di muka bumi diamanatkan untuk menyampaikan pesan kebajikan terhadap sesama. Aktivitas inilah yang dinamakan berdakwah. Sebuah hadist turut menyatakan bahwa “sampaikanlah walau satu ayat”. Hal ini menunjukkan bahwa sekecil apapun pengetahuan yang dimiliki oleh seseorang, tetap menjadi kewajiban baginya untuk menyeru kepada kebajikan.

Dakwah menurut bahasa berasal dari bahasa arab, yaitu *da'a yad'u*, *da'watan* yang artinya mengajak, menyeru, dan memanggil. Chatib Saefullah (2018:2) dakwah merupakan suatu kegiatan mengajak atau mengarahkan orang-orang agar menata kehidupannya di jalan Tuhan melalui pendekatan hikmah, *mawidhah hasanah*, dan *ahsan al-mujadalah*. Adapun usaha yang dilakukan berupa ajakan kepada jalan Allah dengan *al-amar bi al-ma'ruf an-nahyu an al-munkar*. Melalui usaha-usaha tersebut diharapkan dapat mencapai cita-cita dari dakwah itu sendiri untuk menuju kebahagiaan manusia di dunia maupun di akhirat.

Dakwah merupakan aktivitas yang tidak pernah usai selama kehidupan di dunia masih berlangsung, maka kewajiban ini akan terus melekat dalam situasi dan kondisi apapun. Dalam proses pelaksanaannya, dakwah bukan hanya kepada usaha penyampaiaannya saja melainkan kepada usaha untuk mengubah *way of thinking*, *way of feeling*, dan *way of life* manusia sebagai

sasaran dakwah kearah kualitas kehidupan yang lebih baik. Oleh karena itu, dalaproses penyampaian pesan dakwah dibutuhkan suatu media yang tepat untuk mencapai harapan yang dituju.

Menurut Tata Sukayat dalam Ilmu Dakwah, media merupakan alat yang bersifat objektif yang bisa menjadi saluran untuk menghubungkan ide dengan umat, suatu elemen yang vital dan merupakan urat nadi dalam totalitas dakwah yang keberadaannya sangat penting dalam menentukan perjalanan dakwah. Hal serupa juga disampaikan oleh Muhammad Said Mubarak yang dikutip oleh Tata Sukayat, media ialah alat yang menjadi perantara untuk menyampaikan sesuatu kepada tujuan. Sehingga, media dakwah merupakan suatu sarana yang digunakan oleh pelaku dakwah untuk menyampaikan pesan dakwah kepada sasaran dakwah, agar tercapainya suatu tujuan dakwah.

Dalam penggunaan media dakwah pelaku dakwah perlu mempertimbangkan media apa yang cocok digunakan untuk menyampaikan pesan dakwah. Sehingga, memudahkan mad'u dalam menerima serta memahami pesan dakwah yang disampaikan. Apabila media yang digunakan tepat dan sesuai, maka dakwah dapat diterima secara efektif dan efisien. Oleh karena itu, pelaku dakwah perlu menyesuaikan penggunaan media dakwah dengan situasi dan kondisi mad'u saat ini.

Menurut laporan terbaru dari agent marketing We Are Social dan platform manajemen media sosial Hootsuite, lebih dari separuh masyarakat Indonesia semakin aktif menggunakan media sosial per Januari 2021. Hal ini dilihat dari angka pengguna aktif media sosial di Indonesia tumbuh sebesar 10 juta atau

sekitar 6,3% dibandingkan bulan Januari 2020. Penggunaan media sosial ini didominasi oleh kalangan muda dengan rentang usia 25-34 tahun. Aplikasi media sosial yang populer digunakan, salah satunya yakni instagram dengan menduduki posisi ketiga. Frekuensi instagram mencapai 86,6% dengan penggunaan 17 jam per bulan. Instagram sebagai layanan jejaring sosial berbagi moment melalui gambar atau foto kian digemari oleh masyarakat.

Melihat fenomena ini ruang gerak dakwah menjadi semakin luas. Tidak hanya itu, peristiwa tersebut menjadi peluang sekaligus tantangan bagi pelaku dakwah. Sehingga, media dakwah yang digunakan tidak hanya media tradisional, akan tetapi juga media modern seperti desain grafis di Instagram. Berbicara mengenai desain grafis, desain grafis adalah sebuah bentuk seni komunikasi visual yang memanfaatkan gambar sebagai media untuk menyampaikan pesan atau informasi seefektif mungkin. Dimana, pada praktiknya desain grafis menggunakan elemen-elemen grafis berupa garis, bentuk, warna, ukuran, ruang, dan tekstur untuk menentukan sudut pandang pesan yang akan disampaikan kepada khalayak.

Dakwah melalui media desain grafis ini dirasa ampuh menyentuh lapisan masyarakat. Menurut Bobby Hartanto dalam konferensi *Smart Parents*, otak manusia cenderung menyukai segala sesuatu yang bergambar dan berwarna. Sebab, sebuah gambar dapat memberikan sejuta arti. Sementara warna akan membuat segala sesuatu menjadi lebih hidup. Desain grafis sebagai salah satu media penyampai pesan dapat memberikan stimulus secara visual kepada penerima pesan. Stimulus tersebut didapat melalui sebuah gambar atau teks yang

ada pada desain dengan perpaduan antara elemen grafis dan prinsip desain. Sehingga desain grafis dapat dijadikan sebagai media dakwah untuk mempengaruhi dan mengubah perilaku umat manusia. Sebagaimana yang dilakukan oleh salah satu lembaga dakwah kampus UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

Lembaga Dakwah Mahasiswa (LDM) UIN Sunan Gunung Djati Bandung merupakan salah satu organisasi intra kampus UIN Sunan Gunung Djati Bandung yang bergerak di bidang dakwah kampus serta pemberdayaan masyarakat. Salah satu keunikan bentuk dakwah organisasi tersebut ialah aktif menggunakan desain grafis sebagai media dakwah. Dalam praktiknya, pesan dakwah dikemas ke dalam sebuah karya berupa poster bergambar yang berisi pesan motivasi, imbauan beribadah, ayat-ayat suci alquran, yang kemudian disebarluaskan melalui media sosial Instagram.

Dilihat dari 1.206 postingan di akun instagram @LDK LDM UIN Bandung, desain grafis paling dominan dibandingkan videografi. Serta, jumlah followers yang menyukai postingan tersebut mencapai 200 hingga 400 an. Fenomena ini menandakan bahwa desain grafis menarik perhatian dan diminati oleh masyarakat luas. Oleh karenanya peneliti memilih Lembaga Dakwah Mahasiswa (LDM) UIN Sunan Gunung Djati Bandung sebagai objek penelitian yang menerapkan desain grafis sebagai media dakwah Islam.

## **1.2 Fokus Penelitian**

Berdasarkan pemaparan latar belakang masalah peneliti memfokuskan penelitiannya pada:

- 1.2.1 Bagaimana konsep perancangan media dakwah melalui desain grafis oleh Lembaga Dakwah Mahasiswa (LDM) UIN Sunan Gunung Djati Bandung di Instagram?
- 1.2.2 Bagaimana proses penerapan elemen grafis dan prinsip desain dalam menyampaikan pesan dakwah melalui desain grafis oleh Lembaga Dakwah Mahasiswa (LDM) UIN Sunan Gunung Djati Bandung?
- 1.2.3 Bagaimana proses penyampaian pesan dakwah melalui desain grafis oleh Lembaga Dakwah Mahasiswa (LDM) UIN Sunan Gunung Djati Bandung di media dakwah Instagram?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berkaitan dengan fokus penelitian di atas, peneliti menentukan tujuan penelitian untuk:

- 1.3.1 Mengetahui bagaimana konsep perancangan media dakwah melalui desain grafis oleh Lembaga Dakwah Mahasiswa (LDM) UIN Sunan Gunung Djati Bandung di Instagram.
- 1.3.2 Mengetahui bagaimana proses penerapan elemen-elemen grafis dalam menyampaikan pesan dakwah melalui desain grafis oleh Lembaga Dakwah Mahasiswa (LDM) UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- 1.3.3 Mengetahui bagaimana proses penyampaian pesan dakwah melalui desain grafis oleh Lembaga Dakwah Mahasiswa (LDM) UIN Sunan Gunung Djati Bandung di media sosial Instagram.

## 1.4 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan permasalahan di atas peneliti berharap hasil penelitian ini dapat bermanfaat, diantaranya sebagai berikut:

### 1.4.1 Kegunaan Akademis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perkembangan akademis pada umumnya, khususnya fakultas Dakwah dan Komunikasi, jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam untuk memperluas wawasan dan informasi terkait penggunaan media dakwah.

### 1.4.2 Kegunaan Praktis

Peneliti juga berharap hasil penelitian ini dapat menjadi referensi pemikiran dalam pengembangan media dakwah serta memberikan manfaat dalam proses pelaksanaan dakwah di kalangan generasi milenial, khususnya bagi Lembaga Dakwah Mahasiswa (LDM) UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

## 1.5 Landasan Pemikiran

### 1.5.1 Hasil Penelitian Sebelumnya

Peneliti tidak menemukan tinjauan atas penelitian dan karya ilmiah yang serupa dengan penelitian yang akan dilakukan. Namun, terdapat kemiripan objek yang akan diteliti yakni:

**Tabel 1. 1 Hasil Penelitian Terdahulu**

Tahun	Judul	Hasil	Peneliti

2016	<p><i>“Desain Grafis Akun Berdakwah Sebagai Media Dakwah (Studi Deskriptif Terhadap Media Sosial Line)”</i>.</p>	<p>Adapun hasil dari penelitian ini yakni, ditemukannya kekurangan dan kelebihan dalam penerapan prinsip dan unsur desain grafis pada akun berdakwah.</p>	Andi Pranata
2016.	<p><i>“Dakwah Komunikasi Visual”</i></p>	<p>Adapun hasil dari penelitian jurnal ini ialah media visual lebih mudah dicerna dan dipahami oleh mad'u. sebab, kecenderungan mad'u dalam memaknai sebuah informasi melalui gambar lebih mudah daripada melalui media lain.</p>	Nilnan Ni'mah
2017	<p>Tesis dengan judul <i>“Dakwah Melalui Desain Grafis”</i></p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa;</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Aktivitas dakwah grafis Muslim Designer Community mencerminkan dua dimensi besar dalam aktivitas dakwahnya</li> </ol>	Nirwan Wahyudi

		<p>yakni, penyampaian pesan dan pengaplikasian nilai kebenaran.</p> <p>2. Muslim Designer Community memilih dakwah dengan desain grafis berdasarkan dua motif yakni, motif kesengajaan-kebetulan dan motif tujuan umum-tujuan spesifik.</p> <p>3. Aktivitas dakwah Muslim Designer Community sebagai bentuk dakwah visual, penanda perubahan pendapat masyarakat tentang dakwah, refleksi gerakan dakwah kontemporer, penggerak visualis mungkar dan pendorong persatuan dakwah visual.</p>	
2017	“Strategi Muslim Designer Community (MDC)	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa komunitas	Vanny Rosa Marini.



	dalam Mengembangkan Desain Komunikasi Visual Sebagai Media Dakwah”	MDC memilih berdakwah melalui desain komunikasi visual karena menyesuaikan dengan keahlian yang mereka miliki.	
2018	“ <i>Desain Komunikasi Visual Akun Instagram @manjadda.wajada Sebagai Media Dakwah</i> ”.	Adapun hasil dari penelitian Ilma ialah desain yang digunakan menerapkan unsur- unsur desain komunikasi berupa warna, ilustrasi, dan fotografi serta prinsip- prinsip yang menciptakan hasil desain yang menarik dan mudah dipahami.	Ilma Nafiana.

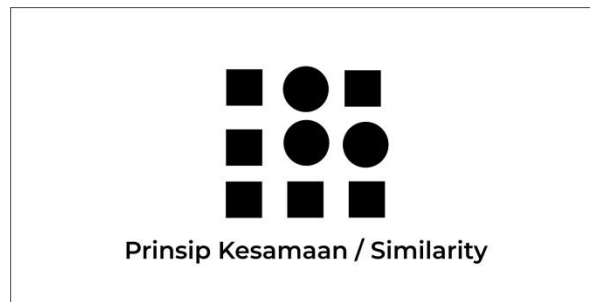
### 1.5.2 Landasan Teori

Desain grafis merupakan seni visual yang tidak terlepas dengan ilmu psikologi. Sebab, psikologi memiliki peran berupa bagaimana respon seseorang secara psikis saat melihat tampilan visual di sekitarnya. Dengan demikian, para desainer perlu mempelajari teori psikologi untuk menciptakan karya visual yang cerdas dan efektif. Salah satu teori psikologi yang paling populer dan banyak digunakan ialah teori Gestalt (Lia Anggraini, 2013,h.47).

Pada penelitian ini peneliti menggunakan teori Gestalt. Dalam istilah psikologi Gestalt memiliki arti “kesatuan yang utuh”. Teori ini memiliki asumsi bahwa untuk menghasilkan suatu tampilan visual atau pola yang memiliki unsur kemiripan, maka diperlukan suatu proses penyatuan dan pengorganisasian komponen-komponen yang berbeda. Sehingga terbentuklah karya visual atau pola yang memiliki unsur kemiripan dan menjadi kesatuan. Teori ini dikembangkan oleh psikolog asal Jerman yakni Kurt Koffka, Max Wertheimer dan Wolfgang Konier pada tahun 1920.

Dalam proses desain dan cabang seni rupa lainnya kerap menggunakan teori Gestalt. Teori ini banyak menjelaskan bagaimana persepsi visual bisa berbentuk karena memiliki:

- 1) **Kesamaan Bentuk (Similarity)**. Kesamaan dapat terjadi saat suatu benda dan elemennya terlihat mirip satu sama lain, maka dikelompokkan menjadi satu kesatuan. Seperti halnya gambar berikut ini. pada gambar tersebut terdapat objek lingkaran dan persegi. Meskipun tidak tersusun secara simetris ke bawah, akan tetapi nampak seperti pengelompokkan bentuk lingkaran dan persegi. Sehingga muncullah persepsi kesatuan karena baik bentuk lingkaran maupun persegi memiliki kesamaan bentuk dan karakteristik.



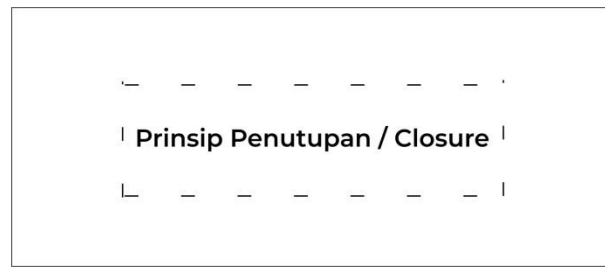
*Gambar 1. 1 Contoh Prinsip Kesamaan Bentuk*

- 2) **Kesinambungan Pola (Continuity).** Objek dapat dipersepsikan sebagai suatu kelompok apabila adanya kelanjutan arah penglihatan pada suatu objek. Kelanjutan ini dapat terjadi saat suatu pola memiliki kesinambungan dengan pola lainnya, dimana pola tersebut mengikuti arah penglihatan pada objek lain. Misalnya, objek di bawah ini. Secara alami mata akan mengikuti arah pola tersebut meskipun sebenarnya objek tersebut terpisah satu sama lain. Sehingga, muncullah persepsi kesatuan kelompok karena adanya kesinambungan pola.



*Gambar 1. 2 Contoh Objek Prinsip Kesinambungan Pola*

- 3) **Penutupan Bentuk (Closure).** Persepsi visual selanjutnya yakni penutupan bentuk suatu objek. Penutupan dapat terjadi saat suatu objek dibuat secara tidak lengkap atau terdapat terdapat bidang yang kosong. Namun, objek tersebut terlihat utuh dan memiliki bayangan menyerupai objek yang sesungguhnya.



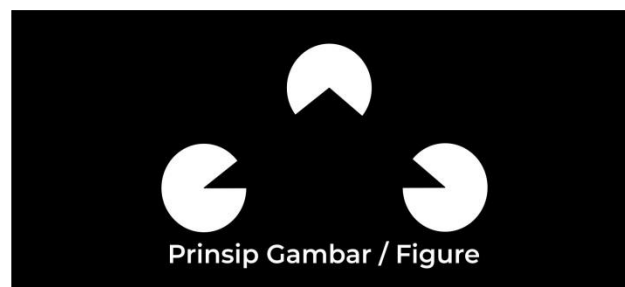
Gambar 1. 3 Contoh Objek Prinsip Penutupan

- 4) **Kedekatan Posisi (Proximity).** Suatu objek yang memiliki kesamaan bentuk dan terletak di posisi yang sama akan mudah terlihat menyatu. Berbeda halnya dengan posisi objek yang terpecah tidak sesuai hierarki, ia akan terlihat berbeda meski memiliki bentuk yang sama.



Gambar 1. 4 Contoh Objek Prinsip Kedekatan Posisi

- 5) **Gambar (Figure).** Persepsi visual yang terakhir ialah penggabungan dua objek sehingga menghasilkan sebuah objek yang berbeda. Meski demikian, masing-masing objek masih bisa teridentifikasi sebagai objek tanpa harus membentuknya menjadi solid.



Gambar 1. 5 Contoh Objek Prinsip Figure

Asumsi dari teori ini menggambarkan bahwa menciptakan tampilan visual yang efektif dan efisien diperlukan persepsi visual berupa kesamaan bentuk, kesinambungan pola, penutupan bentuk, kedekatan posisi, serta gambar. Selain itu, studi tentang prinsip-prinsip persepsi menunjukkan bahwa manusia cenderung melihat dan mengingat stimulus visual dalam bentuk yang paling sederhana. Ketika mata dan otak mengalami suatu objek atau lingkungan, mereka dapat mengingat kesan (*image*) dengan pengelompokan informasi visual secara mental menurut karakteristik tertentu yang dikenal oleh pengelompokan *Gestalt*. Fungsi dari teori Gestalt itu sendiri yakni sebagai referensi dasar konsep desain, menarik perhatian audience secara selektif, memunculkan persepsi organisasi, dan memberikan interpretasi lebih.

Mengacu pada teori ini, memberikan pemahaman dasar kepada peneliti bagaimana penyampaian pesan dakwah berbasis gambar pada desain grafis, dapat memberikan stimulus visual kepada sasaran dakwah melalui apa yang dilihat, yang kemudian ia akan menginterpretasikan pesan dakwah yang disampaikan. Serta, menjadikan teori ini sebagai landasan pemikiran yang bertujuan untuk melihat dan memahami penggunaan media desain grafis oleh dakwah Lembaga Dakwah Mahasiswa (LDM) UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

### **1.5.3 Kerangka Konseptual**

Kerangka konseptual merupakan suatu kerangka yang menjelaskan sejumlah konsep penting sebagai bahan dasar sebuah penelitian. Dalam

penelitian ini, berikut pemaparan konsep dasar penelitian diawali dari apa itu dakwah, bagaimana proses aktivitas dakwah, apa saja unsur-unsur dakwah, bagaimana media yang digunakan, dan apa itu desain grafis.

## **1) Dakwah**

### **a) Pengertian Dakwah**

Menurut Tata Sukayat (2015:7) Dakwah merupakan suatu upaya memanggil, menyeru, mengajak umat manusia menuju Allah dan agamanya yaitu Islam. Dakwah memiliki fungsi untuk mengingatkan kembali agar manusia tetap dalam kesucian. Sedangkan dakwah menurut Samsul Munir (2013:7) adalah kewajiban bagi tidak bisa ditawar-tawar lagi dan tidak mungkin dihindari dari kehidupan, sebab erat kaitannya dengan pengakuan diri sebagai penganut Islam.

### **b) Unsur-Unsur Dakwah**

Dalam suatu aktivitas dakwah diperlukan unsur-unsur dakwah untuk mengefektifkan ajakan, sehingga menciptakan proses penyampaian. Unsur-unsur dakwah tersebut diantaranya; (1) Subjek Dakwah yang merupakan pelaku dakwah dan menjadi penentu keberhasilan penyampaian pesan dakwah. (2) Metode Dakwah yakni cara penyampaian pesan dakwah baik secara individu, kelompok, maupun masyarakat luas. (3) Media Dakwah ialah perantara penyampai pesan dakwah, dimana media yang digunakan menyesuaikan perkembangan dakwah. (4) Materi Dakwah yaitu isi pesan dakwah Islam yang disampaikan dengan menarik dan mampu merangsang objek dalam

mengkaji tema pesan dakwah. (5) Objek Dakwah adalah masyarakat sasaran dakwah baik individu atau kelompok.

## 2) Media Dakwah

### a) Pengertian Media Dakwah

Media menurut Samsul Munir (2013:113) berasal dari bahasa latin, median, yang merupakan bentuk jamak dari medium yang secara etimologis berarti alat perantara. Wilbur Schramm mengartikan media sebagai teknologi informasi yang dapat digunakan dalam proses pengajaran. Secara lebih spesifik media ialah alat-alat fisik yang menjelaskan isi pesan atau pengajaran seperti buku, film, video, kaser, slide dan lain sebagainya. Adapun yang dimaksud media dakwah yakni peralatan yang digunakan untuk menyampaikan materi atau pesan dakwah kepada penerima dakwah (mad'u).

Dakwah hadir sebagai bentuk respon kegelisahan para da'I terhadap fenomena yang terjadi dalam masyarakat, terutama fenomena-fenomena sosial yang dianggap kontradiktif dengan pilar-pilar ajaran Islam.<sup>1</sup>

### (1) Alat Media Dakwah

Pada proses aktivitas dakwah diperlukan sejumlah alat (media) dalam menyampaikan nilai-nilai keagamaan. sebagai komponen dakwah media dibagi menjadi dua yaitu

#### (a) Nonmedia Massa

- Manusia; utusan, kurir, dan lain-lain

---

<sup>1</sup> Husnunisa, Intan Aulia, dkk. 2018. "Dinamika Dakwah Komunitas Musisi" dalam Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, Vol.3 No.2 April-Mei 2018.

- Benda; mimbar, surat, dan lain-lain

(b) Media Massa

- Media massa manusia; pengajian, seminar, webinar keagamaan, dan lain-lain
- Media massa benda; spanduk, baliho, poster, dan lain-lain
- Media massa periodic-cetak dan elektronik; audio visual, visual, audio

Dari sekian banyak media, pelaku dakwah dapat menentukan media apa yang paling efektif dan efisien sesuai dengan tantangan dakwah yang ada.

### 3) Desain Grafis

Media<sup>2</sup> ialah sebuah bentuk perantara yang digunakan oleh komunikator untuk menyampaikan atau menyebarkan ide, gagasan, atau pendapat sehingga ide atau gagasan tersebut dapat diterima oleh manusia dengan komunikasi. Media komunikasi terbagi menjadi dua yakni media tradisional dan media modern. Salah satu media yang digunakan oleh Lembaga Dakwah Mahasiswa (LDM) UIN Sunan Gunung Djati Bandung Desain ialah media modern berupa desain grafis.

*Graphic*, atau grafis dalam bahasa Indonesia berasal dari bahasa Yunani *Graphein* yang berarti menulis atau menggambar. Sementara itu, istilah seni

---

<sup>2</sup> Nurhidayah, Yayah. 2017. "Kesenian Tari Topeng sebagai Media Dakwah" dalam Ilmu Dakwah: *Academic Journal for Homiletic Studies*, Vol. 11 No. 1 Mei-Juni 2017.



grafis yakni seni gambar dalam dua dimensi pada umumnya mencakup beberapa bentuk kegiatan seperti menggambar, melukis dan fotografi.

Desain grafis merupakan salah satu bentuk seni lukis (gambar) terapan yang memberikan kebebasan kepada perancang untuk memilih, menciptakan atau mengatur elemen rupa seperti, ilustrasi, foto, tulisan dan garis di atas suatu permukaan dengan tujuan untuk diproduksi dan dikomunikasikan sebagai sebuah pesan. Pada umumnya, desain grafis diterapkan dalam dunia periklanan, packaging, perfilman dan lain-lain. Adapun elemen-elemen grafis meliputi titik, garis, bentuk, tekstur, dan warna.

## 1.6 Langkah-Langkah Penelitian

### 1.6.1 Lokasi Penelitian

Penelitian dilaksanakan di pusat kegiatan Lembaga Dakwah Mahasiswa (LDM) UIN Sunan Gunung Djati Bandung yang bertempat di Masjid Iqomah Cibiru, Kota Bandung, Jawa Barat. Selain itu, lokasi ini juga dapat dijadikan pengumpulan data baik primer maupun sekunder. Penelitian juga dapat dilakukan secara virtual dengan mengunjungi platform media sosial Lembaga Dakwah Mahasiswa (LDM) UIN Sunan Gunung Djati Bandung pada akun Instagram dengan nama pengguna @LDK LDM UIN Bandung <https://www.instagram.com/ldkldmuinbdg/?hl=id>.

### 1.6.2 Paradigma dan Pendekatan

Dalam memahami dan menggambarkan makna-makna dari aktivitas sosial atau budaya, maka diperlukan sebuah paradigma untuk memberikan

gambaran bagaimana sistem pemaknaan kelompok yang dibangun dan berkesinambungan. Paradigma yang digunakan pada penelitian desain grafis sebagai media dakwah ialah paradigma konstruktivisme melalui pendekatan penelitian kualitatif dengan metode penelitian studi deskriptif.

Paradigma konstruktivisme menganggap bahwa tidak ada realitas atau kebenaran yang bersumber dari satu sudut pandang. Suatu realitas sosial diinterpretasikan oleh individu maupun kelompok. Sehingga kesimpulan yang didapat pun beragam. Penelitian yang menggunakan paradigma konstruktivisme berusaha memaknai makna-makna yang beragam. Pada praktiknya, peneliti berinteraksi dengan para informan dari LDM UIN Bandung yang dapat memberikan informasi terhadap judul penelitian ini.

Sedangkan pendekatan kualitatif itu sendiri ialah pendekatan yang berusaha untuk memaknai atau menafsirkan fenomena dalam sudut pandang makna-makna yang diberikan oleh informan kepada peneliti. Teknik penentuan informan dilakukan secara *snowball sampling*, teknik keabsahan data menggunakan triangulasi metode, analisis data bersifat induktif atau kualitatif dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi (Dewi Sadiyah, 2015:19).

Sesuai dengan judul yang tertera, penulis bertujuan mendeskripsikan, menggambarkan, melukiskan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan yang terdapat dalam fenomena desain grafis sebagai media dakwah Lembaga Dakwah Mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

### **1.6.3 Metode Penelitian**

Metode penelitian ialah suatu cara berfikir dan bertindak yang dipersiapkan dengan baik (hati-hati, kritis, serta prinsip) untuk melakukan sebuah penelitian dan mencapai suatu tujuan penelitian. Pada penelitian kali ini metode penelitian yang digunakan adalah studi deskriptif. Penelitian ini mendeskripsikan suatu fenomena yang menjadi pusat perhatian. Adapun pusat perhatian pada penelitian ini yakni cara LDM UIN Bandung menggunakan desain grafis sebagai media dakwah.

Dengan metode ini, peneliti ingin memahami makna di balik data atau fakta yang tampak dari masalah penelitian, bagaimana interaksi sosial yang dilakukan oleh LDM UIN Bandung dalam menyampaikan pesan dakwah, dan meneliti perkembangan aktivitas dakwah LDM UIN Bandung menggunakan media desain grafis. Proses pengumpulan datanya lebih kepada observasi dan suasana ilmiah. Dalam praktiknya penulis meneliti secara langsung dengan mencari gejala permasalahan, mengkategorikan, mencatat, dan sebaik mungkin menjaga keaslian gejala yang diamati.

### **1.6.4 Jenis Data dan Sumber Data**

#### **1) Jenis Data**

Jenis data yang digunakan adalah data kualitatif adalah yakni pengumpulan data berupa kalimat yang memaknai atau menggambarkan suatu permasalahan. Adapun jenis data yang dikumpulkan meliputi penjelasan atau uraian langsung berdasarkan sumber data.

## 2) Sumber Data

### a. Sumber Data Primer

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan data primer, data yang didapatkan secara langsung oleh peneliti melalui tahap wawancara dan observasi.

### b. Sumber Data Sekunder

Selain data primer, peneliti juga menggunakan data sekunder, data yang sudah jadi yang kemudian dijadikan bahan riset dalam sebuah penelitian. Dalam pengumpulan data peneliti mengunjungi perpustakaan, pusat kajian, serta banyak menelaah dokumentasi yang berkaitan dengan penelitiannya.

## 1.6.5 Penentuan Informan atau Unit Penelitian

### 1) Informan dan Unit Analisis

Informan ialah subyek penelitian yang dapat memberikan informasi terkait fenomena yang diangkat dalam penelitian. Informan dijadikan sebagai sumber data utama yang dapat memberikan informasi secara lengkap serta penambahan pengamatan dari penulis. Data diperoleh dari sejumlah informan yakni;

- a. Informan kunci meliputi pengurus bidang Media Lembaga Dakwah Mahasiswa (LDM) UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- b. Informan utama ialah ketua umum Lembaga Dakwah Mahasiswa (LDM) UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

- c. Informan pendukung yakni pembina Lembaga Dakwah Mahasiswa (LDM) UIN Sunan Gunung Djati Bandung dan sejumlah masyarakat umum.

Dengan demikian pada unit analisis penelitian, penulis memfokuskan penelitian kepada pengurus bidang Media Lembaga Dakwah Mahasiswa (LDM) UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

## 2) Teknik Penentuan Informan

Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan jenis pemilihan unit *snowball sampling* atau *chain sampling* yakni suatu pendekatan untuk menemukan informan kunci yang memiliki banyak informasi. Pada praktiknya peneliti menghubungi responden yang potensial dan menanyakan informan kunci yang memiliki karakteristik sesuai keperluan penelitian. Teknik ini kerap digunakan untuk mengetahui objek yang benar-benar menguasai serta terlibat secara langsung dalam proses penelitian.

### 1.6.6 Teknik Pengumpulan Data

#### 1) Observasi

Peneliti melakukan observasi aktivitas dakwah LDM UIN Bandung secara online atau melalui media sosial. Teknik ini memang bukanlah cara yang ideal dalam suatu penelitian. Namun, di masa pandemi Covid-19, observasi secara virtual menjadi alternatif dalam proses pengumpulan data. Adapun observasi yang dilakukan berupa mencari pernyataan umum mengenai fokus penelitian, mencari

deskripsi spesifik pada sejumlah artikel, jurnal dan *platform* media sosial. Observasi dilakukan untuk mengetahui bagaimana situasi sosial, siapa subjeknya, dan seperti apa aktivitas objek penelitian.

## **2) Wawancara**

Peneliti juga pengumpulan data melalui wawancara guna melakukan verifikasi dan melengkapi data yang telah didapatkan. Pada tahap ini, penulis melakukan wawancara kepada Pembina, Ketua Umum, serta pengurus bidang Media Lembaga Dakwah Mahasiswa (LDM) UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

## **3) Studi Pustaka dan Dokumentasi**

Studi pustaka menggunakan sumber data sekunder yang berasal dari luar data primer. Dalam tahap ini, peneliti menganalisis dokumentasi draft program kerja LDM UIN Bandung serta desain grafis LDM UIN Bandung di Instagram edisi bulan Ramadhan terhitung sejak 1 April hingga 13 Mei 2021, telaah dokumentasi ini dapat membantu peneliti dalam memahami pola desain grafis sebagai media dakwah LDM UIN Bandung.

### **1.6.7 Teknik Penentuan Keabsahan Data**

Dalam sebuah penelitian tentu membutuhkan suatu teknik pemeriksaan untuk menetapkan keabsahan data yang didapat. Untuk memperoleh kebenaran tingkat tinggi, maka penulis memilih teknik keabsahan data berupa teknik triangulasi. Teknik ini digunakan untuk mengecek kebenaran data atau informasi yang diperoleh penulis dari

sejumlah sudut pandang yang berbeda dengan cara mengurangi sebanyak mungkin bias yang terjadi pada saat pengumpulan dan analisis data.

Adapun teknik triangulasi yang digunakan ialah triangulasi metode dimana penulis melakukan perbandingan informasi atau data yang telah diperoleh dengan cara yang berbeda dari metode sebelumnya. Jika pada penelitian ini penulis menggunakan metode wawancara, observasi dan survei, maka untuk mengecek keabsahan data yang didapat penulis melakukan metode wawancara bebas dan terstruktur. Atau, peneliti menggunakan informan yang berbeda. Harapannya guna memperoleh hasil yang mendekati kebenaran melalui berbagai perspektif.

#### **1.6.8 Teknik Analisis Data**

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan, lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesis, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan akan dipelajari, serta membuat kesimpulan, sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Setelah dikumpulkan dan dikelola, data dianalisis menggunakan teknik analisis induktif. Secara umum, induktif diketahui sebagai pendekatan analisis untuk menemukan hasil dengan cara mengelompokkan dari yang khusus ke umum. Pada praktiknya peneliti melakukan transkrip wawancara, untuk kemudian menganalisis dan memilah beberapa data kategori dalam

catatan lapangan hingga pada akhirnya menggambarkan sebuah kejadian utuh.

