

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Mengajak umat kepada jalan kebaikan dan mencegahnya dari kemungkaran merupakan salah satu bagian dari aktivitas dakwah. Diantara pengertian dari kata dakwah ialah aktivitas *upgrade* keimanan menurut syariat. (Aziz, Moh. Ali 2004 : 16). Sebagai seorang muslim, dakwah merupakan sebuah kewajiban. Untuk menyeru kepada kebaikan tidak mengharuskan manusia untuk menjadi sempurna dahulu kemudian baru berdakwah. Karena jika setiap muslim harus sempurna dahulu, maka dakwah itu tidak akan terus berjalan.

Gambaran dakwah menurut kaca mata masyarakat awam mungkin saja hanya sebatas dakwah dalam media mimbar ke mimbar, yang disampaikan hanya dalam konteks ataupun kegiatan keagamaan. Seperti dakwah dalam khutbah jumat, khutbah dua ied, pengajian rutin masjid, kajian subuh, dan kegiatan dakwah mimbar lainnya. Di penjuru daerah Indonesia yang masih belum menyentuh teknologi terbaru, ataupun yang sulit mengakses media internet, mungkin saja dakwah melalui mimbar ini masih dilestarikan dan efektivitasnya pun masih terjaga. Namun, mengikuti dengan perkembangan zaman, yang saat ini telah memasuki abad ke 20, di tahun 2022, perkembangan teknologi tak bisa dipungkiri terus berkembang pesat. Sebagai umat yang tinggal dizaman ini, seorang *da'i* dituntut untuk mampu memutar otak untuk mencari jalan lain yang lebih efektif dalam penyaluran atau *syi`ar* dakwah yang lebih luas.

*Mad`u* merupakan sasaran ataupun objek dari tersampainya isi dari dakwah yang disiarkan. Pengertian dari *mad`u* ialah orang yang diharapkan mampu dalam menerima isi pesan dalam dakwah yang disiarkan oleh *da`i*. Milenial sekarang, seorang *da`i* tidak harus berada di depan mimbar masjid, untuk berdakwah. Perkembangan teknologi akan mempermudah tersampainya pesan dakwah, dengan berbagai media dakwah yang dapat dimanfaatkan.

Dalam berdakwah diperlukannya media dakwah yang efektif dan efisien. Media dalam bidang keilmuan dakwah, dapat disebut sebagai sarana yang diaplikasikan seorang *da`i* untuk berdakwah, baik itu media media kelompok, antarpribadi, media massa, dan publik. Ranah Komunikasi dan Penyiaran Islam, menyebut media dakwah sebagai *i`lam*. Media dakwah ini terdiri dari beragam bentuk, diantaranya dakwah melalui media cetak, yang mana berdakwah melalui tulisan, media elektronik seperti radio, dan televisi, dan dakwah melalui kanal sosial media atau internet, yang meliputi *instagram, youtube vidio, facebook, whatsapp, twitter* dan aplikasi sosial media lain sebagainya.

Media Dakwah atau Wasilah merupakan perangkat yang dimanfaatkan untuk mengirimkan pesan yang terkandung dalam dakwah (ajaran Islam) kepada objek dakwah. Aang Ridwan (2022:85) dalam bukunya Filsafat dan Etika Dakwah menjelaskan pengelompokan media-media dakwah menurut Amin, yaitu:

### 1. Media Visual

Dalam bentuk tampilan visual yang dapat dilihat dengan indra penglihatan mata, berupa film *slide*, gambar dan foto, *overhead projector*, transparansi, ataupun *blog* dan situs *web*.

### 2. Media Audio

Dalam bentuk suara yang dapat didengar oleh indra pendengaran, berupa *tape recorder*, radio, *podcast*, dan lainnya.

### 3. Media Audio Visual

Dalam bentuk visualisasi yang tampak dimata atau gambar, dan apa yang didengar, audio atau suara yang dioperasikan secara serempak, berupa vidio media *youtube*, dan televisi.

### 4. Media Cetak

Berupa tulisan yang di *printout*, berupa buku, surat kabar, bulletin, serta majalah.

Berangkat dari pembagian media dakwah menurut Amin diatas, dapat disorot disini adalah media dakwah berupa visual dan audio visual. Sebagai contoh, salah satu bagian dari media visual adalah *instagram*. *Instagram* ialah aplikasi *smartphone* gratis yang digunakan untuk saling *share* video dan foto, digunakan baik di perangkat iPhone dan Android (*instagram.com*, 2022). Penggunaanya dibolehkan untuk mengupload bahan konten video dan foto kemudian dapat dilihat juga oleh pengikutnya atau *followers* di akun *instagram*-nya.

Postingan *instagram* adalah bahan berupa foto atau vidio yang disebarakan atau di *upload* di aplikasi. Postingan ini jenisnya beragam. Ada

pengguna yang mengupload berupa video kreatif, berupa video sederhana maupun sinematik yang menarik. Ada juga postingan berupa hasil fotografi yang menarik. Salah satu yang *point of interest* disini adalah postingan *instagram* yang menggemukakan atau mengunggulkan desain grafis sebagai daya tarik dari akun *instagram* yang digunakan sebagai media dalam berdakwah.

Desain grafis adalah rancangan hal-hal yang dilihat dan dibaca orang. (Amy E.Arntson, 2012:8). Bentuk-bentuk dari desain grafis berupa poster, iklan, brosur, desain kemasan, *websites*, dan lainnya. Desain grafis, salah satu bentuk pengaplikasiannya adalah digunakan dalam penataan *feed* (beranda) *instagram*.

Desain grafis dipergunakan untuk menampilkan visual yang lebih indah dilihat, dengan adanya penyusunan unsur-unsur visual yang sedemikian rupa sehingga tersampainya pesan berupa informasi yang diterima oleh audien. Seorang desainer grafis, akan menggunakan bahasa visual dalam mengemas pesan tersebut. Kebanyakan mata manusia tertarik kepada hal-hal yang indah dan menarik. Dengan adanya pengemasan dengan desain grafis, *feedinstagram* akan jauh lebih enak dipandang.

Penataan penyampaian pesan melalui desain grafis akan lebih tertata dibanding dengan tidak adanya penggunaan desain grafis. Sebagai contoh, seseorang akan memahami bahwa suatu ruangan dilarang masuk, karena ada simbol (-) atau *foebiden* yang diberi sentuhan warna dominan merah dan putih, sehingga akan sampailah pesan, bahwa dilarang memasuki ruangan tersebut. Simbol sederhana ini juga merupakan bagian dari desain grafis.

Pesan dakwah, dalam penyampaiannya, diharapkan pesan tersebut dapat dengan mudah diterima atau dicerna oleh *mad'u* sebagai sasaran dakwah Islam. Pemanfaatan media desain grafis dalam akun *instagram* dakwah merupakan salah satu dari sekian jalan yang bisa dilaksanakan oleh umat manusia sebagai seorang *da'i* yang diperintakan Allah SWT. Menurut hasil survey *databoks.katadata.co.id* pada tahun 2021, bahwa pengguna *instagram* di seluruh Indonesia paling banyak diakses oleh masyarakat di umur muda, dengan rentang usia 18 sampai 24 tahun, total jumlahnya adalah sebesar 33,90 juta pengguna *instagram*. Angka ini menunjukkan bahwa dakwah sangat mungkin untuk disebarluaskan melalui media ini, dan juga angka persentase penggunaannya yang dominan oleh anak muda, tentu akan berbanding lurus dengan target *mad'u*, yang menggunakan desain grafis sebagai media dakwahnya. Mengingat desain grafis yang menarik akan lebih cocok dengan selera anak muda zaman sekarang yang energik dan menyukai hal-hal yang berbasis teknologi.

Atas dasar latar belakang itulah kemudian penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai dakwah visual melalui *instagram* dalam postingan akun @dakwahvisual.id, yang mana dalam penelitian ini objek yang diambil ialah postingan *instagram* dakwah berbasis desain grafis dalam akun @dakwahvisual.id.

## **B. Fokus Penelitian**

Bertolak dari deskripsi latar belakang tersebut, agar mempermudah dan membatasi proses pengolahan susunan penelitian, maka fokus utama penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana unsur-unsur desain komunikasi visual pada akun *instagram* @dakwahvisual.id?
2. Bagaimana pesan dakwah desain komunikasi visual pada akun *instagram* @dakwahvisual.id?
3. Bagaimana interpretasi komunikasi dakwah visual terhadap poster yang dibagikan melalui *instagram* akun @dakwahvisual.id?

### C. Tujuan Penelitian

Bersumber dari rumusan masalah yang telah dijabarkan sebelumnya, maka tujuan yang ingin diraih dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana unsur-unsur desain komunikasi visual pada akun *instagram* @dakwahvisual.id
2. Untuk mengetahui pesan dakwah desain komunikasi visual pada akun *instagram* @dakwahvisual.id
3. Untuk mengetahui interpretasi komunikasi dakwah visual terhadap poster yang dibagikan melalui *instagram* akun @dakwahvisual.id.

### D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Akademis

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan di bidang ilmu komunikasi bagi mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Dakwah dan Komunikasi, khususnya tentang dakwah visual melalui *instagram*.

## 2. Kegunaan Praktis

Peneliti berharap dari penelitian ini dapat menambah wawasan dan pemahaman terkait dengan dakwah visual melalui *instagram* dalam tersampainya pesan dakwah, khususnya pada akun @dakwahvisual.id. Serta dapat menjadi kontribusi yang bermanfaat dalam lingkup pengetahuan bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam khususnya metode dakwah.

### E. Penelitian yang Relevan

*Pertama*, penelitian yang berjudul penyiaran media dakwah akun @dakwahmuslimahid oleh Santi Anindya Apsari tahun 2019. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif deskriptif. Kesimpulan dari penelitian ini adalah @dakwahmuslimahid menyerahkan pilihan bagi pengguna *instagram* dan konten yang dibagikan berisi pesan dakwah akhlak aqidah, syariah, dan akhlak.

*Kedua*, penelitian yang berjudul analisis isi pesan dakwah pada media sosial *instagram* dalam akun kartun muslimah karya Ayu Asnani tahun 2020. Penelitian ini menganalisis pesan dakwah dengan pertimbangan like dan komentar pada akun *instagram* kartun muslimah. Hasilnya adalah pesan dakwah pada *instagram* termasuk pada kategori akidah, syariah, dan akhlak dan respon yang positif dari pengikutnya.

*Ketiga*, Desain Komunikasi Visual Dakwah pada Poster Digital *Instagram @MuslimDesignerCommunity* oleh Noviarni Isnaeni Rahajeng, tahun 2021. Penelitian ini merupakan jenis deskriptif kualitatif yang menggunakan analisis semiotika Charles Sander Peirce. Hasilnya adalah

sejumlah 27 poster dakwah pada akun *instagram* @MuslimDesignerCommunity berupa interpretasi komunikasi dakwah berdasarkan unsur dan prinsip komunikasi visual.

*Keempat*, dakwah melalui ilustrasi kartun : Analisis semiotika pesan dakwah visual pada akun *Instagram* @Taqwart oleh Firlyana Dadiamar, 2022. Penelitian ini menggunakan teori analisis semiotika Ronald Barthes yang menganalisis kesinambungan makna denotasi, konotasi, dan mitos. Hasilnya adalah menurut makna denotatif gambar pada postingan terdiri dari unsur gambar, tulisan, dan kata-kata, kemudian secara konotatif bersangkutan dengan makna tersirat dari yang tergambar pada makna denotatif, sedangkan makna mitos yang berkaitan dengan realitas budaya sehari hari.

Berdasarkan beberapa daftar penelitian sebelumnya tersebut, terdapat persamaan dari penelitian yang dilakukan pada saat sekarang yaitu sama-sama merupakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Persamaan lainnya dari segi objek yang diamati yakni *instagram*. Namun, hal yang membuat penelitian sekarang berbeda dari penelitian yang telah dilakukan sebelumnya adalah objek akun *instagram* yang diteliti adalah berbeda, yang mana pada penelitian ini mengambil data dari akun *instagram* @dakwahvisual.id. Serta, menggunakan teori yang digunakan berbeda dari penelitian sebelumnya, yaitu penelitian ini menggunakan teori analisis semiotika Charles Sander Peirce, dan teori new media.



## F. Landasan Pemikiran

### 1. Landasan Teoritis

#### a. Teori *New Media*

Komunikasi dapat diartikan sebagai sarana yang digunakan untuk menyalurkan *message*, gagasan, pendapat, dan ide bagi mufakat manusia dengan maksud menyetarakan pemahaman (Yesi Puspita, 2015). Komunikasi untuk mufakat manusia bisa dilaksanakan dengan cara komunikasi ke banyak orang, perkumpulan, ataupun dua arah. Seperti Lasswell (Ardylas Y. Putra, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2, 2014:80) menuturkan bahwa jalan terutama untuk menguraikan proses komunikasi dengan “*Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect*”. Lantas jika diturunkan lebih rinci dari cetusan Lasswell, komunikasi berlangsung dengan unsur-unsur prosedur komunikasi yang runtut, yakni *Communicator* (komunikator), *Message* (pesan), *Media* (Media), *Receiver* (penerima) dan *Effect* (efek).

Komunikasi dalam era sekarang ini yang telah memasuki zaman teknologi yang terus berkembang, komunikasi bukan hanya dapat dilakukan dengan metode langsung tatap muka antar komunikator dengan komunikan. Bahkan sejak tahun 1973 saat telepon genggam pertama kali ditemukan, manusia telah memanfaatkan teknologi yang memungkinkan untuk berkomunikasi secara tidak langsung. Pemanfaatan media sebagai sarana komunikasi di zaman sekarang ini dapat menggunakan aplikasi

seperti *Instagram, Whatsapp, Line, Email* dan sebagainya. Menurut Fakhruroji (2017:15) Gaya komunikasi ini berlaju sangat signifikan hingga keposisi yang bisa disebut sebagai *computer-medicated communication (CMC)* atau penggunaan komunikasi dengan memanfaatkan media perangkat lunak komputer. CMC dalam pembahasan ini dipanggil sebagai peningkatan atau integrasi teknologi, atau mempertemukan komponen terkecil dalam komunikasi sehingga menjadi sebuah program yang dimanfaatkan untuk komunikasi di media baru.

Relevansi teori media baru (*new media*) terhadap penelitian ini sangat bersinggungan, dikarenakan objek yang diteliti adalah akun *instagram* dengan nama *@dakwahvisual.id*. Akun *@dakwahvisual.id* merupakan sebuah akun *instagram* yang menyajikan konten-konten dakwah berbentuk ilustrasi dan kata-kata inspirasi serta nasehat yang disebarluaskan melalui *feed instagram*. Maka dari itu, media ini perlu dimanfaatkan dengan bijak demi keberlangsungannya dakwah di era modern ini dengan sebaik-baiknya.

b. Teori Analisis Semiotika Charles Sander Peirce

Semiotika adalah sebuah ilmu yang membahas tentang tanda, disebabkan manusia condong kepada mencari makna dan berikhtiar menelateni segala hal mengenai apa yang berada di sekitarnya maka dari itu dipandang sebagai tanda (Tinarbuko, 2003). Penelitian ini menggunakan teknik analisis semiotika model Charles Sander

Peirce. Menurut Peirce, tanda merupakan sesuatu yang dihadapkan kepada akal pikiran manusia guna mewujudkan sebuah kode yang sama, yang lebih dikembangkan sebagai wujud objek yang berpatok pada ide yang dikenal sebagai dasar dari representantment (Robert Marty,2011).

Peirce mengelompokkan tanda dalam tiga pokok, yaitu berupa ikon, indeks, dan lambang. Penelitian ini akan memakai model triadic atau “*triangle meaning semiotics*” dari Peirce yang meliputi *sign* (tanda), *object* (acuan tanda), dan *interpretant* (penggunaan/penafsiran tanda).

## 2. Landasan Konseptual

Kerangka konseptual ialah sebuah kerangka yang memaparkan beberapa rancangan signifikan atau penting sebagai materi *basic* dalam sebuah penelitian.

### a) Interpretasi Dakwah

Interpretasi dapat diartikan sebagai sebuah seni dalam menjelaskan. Tidak cukup hanya dengan menjelaskan, interpretasi juga mencakup penggambaran jelas, penafsiran, dan sanggup untuk memaparkan pemahaman yang gamblang dipahami. Kamus Besar Bahasa Indonesia mengartikan interpretasi sebagai penyerahan kesan, wawasan, atau pengetahuan teoritis terhadap sesuatu.

Ditelaah dari segi bahasa, kata dakwah berakar dari bahasa Al-qur'an, bahasa arab yaitu kata “*da'wah*”. Dakwah adalah

menyampaikan pesan atau ajaran Islam dari *da'i* sebagai subjek, kepada *mad'u* sebagai objek. Adapun pengertian dakwah secara terminologis, pendapat Syekh Ali Mahfudh, dakwah merupakan menyeru umat untuk berlaku kepada kebaikan serta mengikuti sinyal, menyeru untuk berperilaku *makruf* dan membendung mereka untuk mengerjakan perbuatan *mungkar*.

Interpretasi dakwah dalam hal ini dimaknai sebagai menyerahkan gambaran ataupun pemaknaan yang dituturkan oleh seorang tentang pesan dakwah yang terkandung didalamnya. Interpretasi pada penelitian ini mencakup pesan komunikasi dakwah visual yang terkandung didalam poster visual yang diposting oleh akun @dakwahvisual.id.

Interpretasi komunikasi dakwah visual pada penelitian ini merupakan poster yang diunggah oleh *Instagram* akun @dakwahvisual.id, yang akan diteliti dari segi penggunaan unsur-unsur komunikasi visual sebagai sarana pokok dalam proses penyampaian pesan komunikasi dakwah. Kemudian akan didukung pula dengan penggunaan berbagai kekuatan visual berupa tipografi, ilustrasi, warna, dan layout yang terlihat dari tiga prinsip komunikasi visual, yakni kesatuan, keseimbangan dan penekanan. Poster-poster tersebut tentu didalamnya terdapat berbagai makna dari pesan dakwah yang disampaikan, berdasarkan Al-qur'an dan *Ash Sunnah*.

Media dapat diartikan sebagai fasilitas yang dipergunakan untuk berdakwah. Dalam hal ini, terdiri dari media antarpribadi,

kelompok, publik, dan media massa. Media dakwah, umum juga disebut sebagai metode dakwah ditilik dari segi rupa penyampainnya. Termasuk di dalam medianya adalah dakwah dengan perkataan (lisan), melalui *qalam* (pena/tulisan) serta hal lainnya terkelompok sebagai media dakwah elektronik.

## b) Komunikasi Visual

Komunikasi visual adalah keilmuan yang mempelajari mengenai aturan komunikasi dan ekspresi upaya kreatif yang diterapkan dalam bermacam media komunikasi visual dengan mengusahakan elemen desain grafis berupa gambar atau ilustrasi, huruf, komposisi, warna, dan *layout* dengan poin dasar bahasa visual sebagai kekuatan pokok dalam penuturan komunikasi. Komunikasi visual ialah teknik komunikasi yang memanfaatkan bahasa visual (terlihat oleh mata), yang dapat dilihat, diartikan, dan dipahami oleh indra manusia sebagai *mad'u*. Terkait dalam penelitian ini, media *instagram* adalah media komunikasi visual yang digunakan.

Untuk mewujudkan tampilan visual, desain grafis perlu memperhatikan unsur-unsur desain grafis. Menurut Kusrianto (2009) dalam bukunya, unsur-unsur desain grafis terdiri dari: (1) Titik, merupakan elemen terkecil atau dasar dari desain grafis. (2) Garis, terdiri dari gabungan beberapa titik. (3) Bidang, bidang merupakan bentuk yang tersusun dari gabungan garis, sehingga memiliki luas dan ukuran tertentu. (4) Ruang, ruang terdiri dari gabungan bidang yang disusun sedemikian rupa sehingga terkesan memiliki celah atau ruang.

(5) Warna, terdiri dari warna primer, sekunder dan tersier. (6) Tekstur, memberikan kesan hidup pada sebuah visual, sehingga terlihat menyerupai tekstur aslinya.

Sebuah karya desain mengandung unsur-unsur desain yang didalamnya terdiri dari warna, ilustrasi, tipografi, layout, dan simbol (Handayani, 2022, h,38).

a. Warna (Colour)

Terdiri dari warna primer, sekunder dan tersier. Setiap warna memiliki makna tersendiri. Warna sebagai perlambangan telah diketahui sejak masa lampau.

b. Ilustrasi

Ilustrasi bersumber dari kata bahasa Inggris *illustrate* yang bermakna memurnikan. Sehingga ilustrasi ialah citra yang diciptakan guna memperjelas informasi dengan gambaran visual. Ilustrasi esensinya ialah ide dari seseorang yang hendak disampaikan melalui media gambar atau visual (Rizky W.Putra, h. 121).

c. Tipografi

Tipografi ialah keilmuan yang membahas mengenai huruf atau tulisan. Keadaan huruf dalam penulisan memiliki kaidah dan estetikanya tersendiri untuk menunjang agar terlihat menarik dan mudah dipahami (Rizky W.Putra, h. 119). Diantara jenis-jenis huruf adalah *Font serif*, *Font sans serif*, *Font hand writing/scripts*, dan *Font display/decorative* (Lifina, 2019).

#### d. Layout

*Layout* dalam bahasa Indonesia merupakan tata letak, yaitu penataan bagaimana posisi tulisan-tulisan serta gambar dalam sebuah kesatuan objek visual. Terdapat tiga kriteria *layout* yang baik, pertamala*layout* dinilai memenuhi tujuan ketika apa yang disampaikan dapat segera ditangkap komunikasi, selanjutnya penataan *layout* musti rapih dan baik guna pengguna dapat bergerak dari satu bagian ke bagian lain dengan cepat, kemudian *layout* musti menarik dan mendapat perhatian yang cukup (Rizky W. Putra, h. 95)

Menurut Hendi Hendratman (2008), terdapat lima prinsip-prinsip yang ada pada desain yaitu :

##### 1. Keseimbangan (*balance*)

Dilihat secara menyeluruh, sebuah desain wajib untuk tayang dengan unsur-unsur yang sesuai. Terdapat beberapa macam jenis keseimbangan yang dapat digunakan dalam menciptakan sebuah desain, diantaranya: keseimbangan simetris (seimbang), asimetris (tidak seimbang), dan radial.

##### 2. Irama (*rhythm*)

Irama merupakan variasi dari unsur-unsur desain yang ditampilkan dengan pengulangan. Beberapa jenis pengulangan yakni : *flow* (mengalir ), *regular*, dan *prograsif*.

### 3. Skala dan Proporsi

Skala merupakan *size*/ukuran yang dapat dirubah dengan tidak mengubah ukuran panjang lebar atau tinggi. Sementara itu, proporsi merupakan perbandingan antara panjang lebar atau tinggi yang dilakukan perubahan.

### 4. Fokus

Penentuan objek yang akan menjadi titik utama sebuah visual.

### 5. Kesatuan (*unity*)

Kesatuan dimaknai sebagai seluruh prinsip dan unsur desain yang disatukan serta selaras, sehingga dapat dimengerti dan ditampilkan keutuhannya dalam suatu kesatuan.

### c) Instagram

*Instagram* merupakan salah satu media sosial berbasis internet, yang dapat memberikan fasilitas berbagi gambar atau foto dan juga video secara *online*. Kata *instagram* maknanya diambil dari keseluruhan fungsi dari *instagram* itu sendiri, yaitu kata "*insta*" yang berasal dari kata "*instan*", layaknya sebuah kamera jaman dulu polaroid yang ramai dikenal dengan sebutan "foto instan". Menyerupai kamera polaroid, *instagram* juga dapat menghasilkan foto secara instan namun dalam bentuk digital online. Sementara itu, untuk kata "*gram*" asal katanya adalah "*telegram*" yang bekerja dengan mengirimkan pesan secara kilat. Cara kerja ini disamakan dengan *instagram* yang sama-sama dapat mengupload foto melalui internet, maka dari itu pesan yang dikirimkan lebih cepat diterima.



Berdasarkan penggunaannya, pengguna *instagram* dapat membagikan media foto atau video singkat kepada umum untuk bisa diakses oleh pengguna lainnya. Sebagai tujuan kesenangan atau bisa saja untuk menyebarkan pengetahuan, tips-tips, informasi penting, hiburan, dan hal lainnya. Penggunaanya juga dapat memberikan tanda suka dan komentar terhadap postingan orang lain untuk saling mendukung, jika postingannya diizinkan untuk dikomentari.

#### d) Analisis Semiotika

Semiotika adalah sebuah ilmu yang membahas tentang tanda, disebabkan manusia condong kepada mencari makna dan berikhtiar menelateni segala hal mengenai apa yang berada di sekitarnya maka dari itu dipandang sebagai tanda (Tinarbuko, 2003). Pemahaman akan didapatkan dan diperoleh dengan mudah melalui tanda-tanda yang dimaksudkan. Tanda-tanda ini mampu untuk menggantikan, memposisikan sesuatu hal lain yang memiliki makna sama sehingga lebih mudah dicerna informasinya. Perwakilan kelilmuan ini awalnya berkembang di lingkup bahasa yang diturunkan kemudian menjadi terdapat dalam bidang desain dan juga seni rupa.

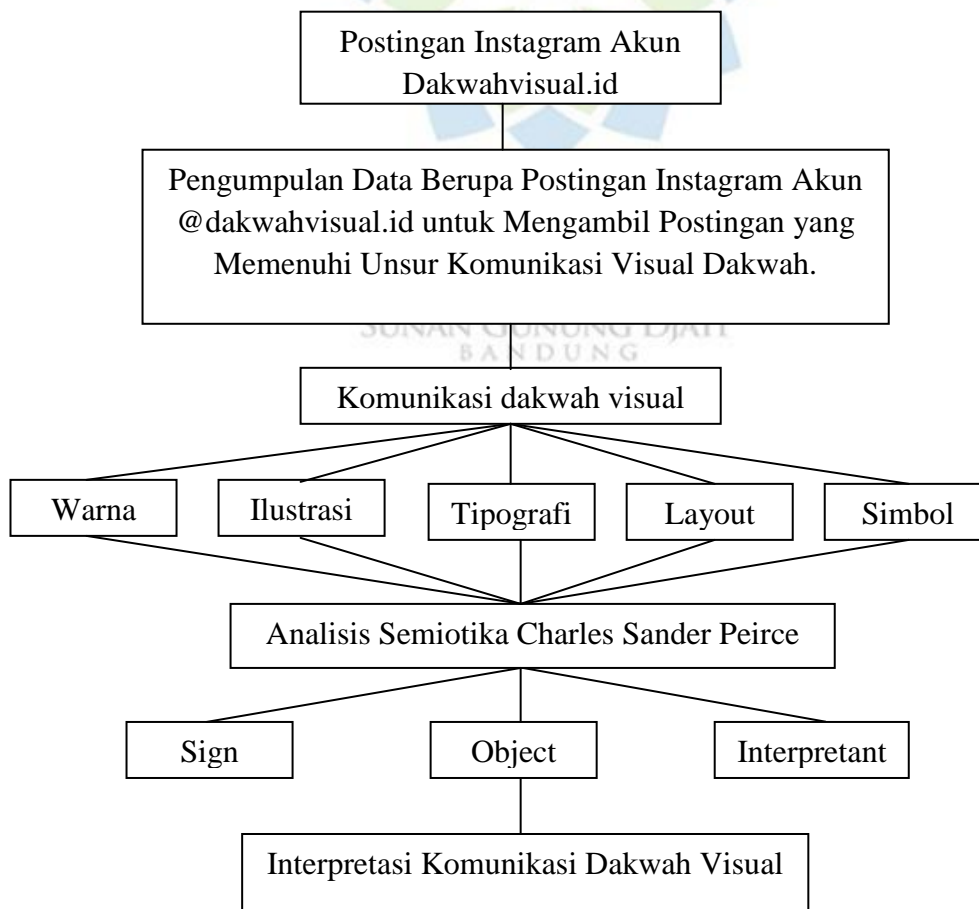
Penilaian ini menggunakan teknik analisis semiotika model Charles Sander Peirce. Menurutnya, tanda merupakan sesuatu yang dihadapkan kepada akal pikiran manusia guna mewujudkan sebuah kode yang sama, yang lebih dikembangkan sebagai wujud objek yang berpatok pada ide yang dikenal sebagai dasar dari *representantment*

(Robert Marty,2011). Tanda menurut Peirce akan dianggap sebagai tanda jika dapat memenuhi 2 kategori,yakni:

1. Dapat dipersepsikan, dengan indra maupun pikiran dan perasaan.
2. Berguna sebagai tanda atau mewakili suatu yang lain.

Peirce mengelompokkan tanda dalam tiga pokok, yaitu berupa ikon, indeks, dan lambang. Penelitian ini akan memakai model triadic atau “*triangle meaning semiotics*” dari Peirce yang meliputi *sign* (tanda), *object* (acuan tanda), dan *interpretan* (penggunaan/penafsiran tanda).

### 3. Landasan Operasional



**Gambar 1. 1 Landasan Operasional**

## G. Langkah-langkah Penelitian

### 1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan terhadap akun *instagram@dakwahvisual.id*, salah satu akun *instagram* yang bergerak dibidang dakwah dengan menonjolkan unsur desain grafis. Akun ini berisi konten visual grafis yang digunakan sebagai model dakwah di *instagram*.

Objek atau pokok yang akan ditelaah secara rinci dalam penelitian ini ialah postingan dari akun *instagram@dakwahvisual.id*. Terkhususnya mengenai unsur-unsur dari desain grafis, yang akan mempengaruhi visual desain grafisnya.

Akun @dakwahvisual.id menjadi objek dalam penelitian ini dikarenakan penggunaan metode desain grafis yang menonjol diaplikasikan dalam akun ini dalam menyajikan nasehat-nasehat, pengingat, ayat atau hadis berisi pesan dakwah. Yang mana feed didalamnya merupakan kumpulan karya-karya berupa pamflet desain grafis karya pemuda/i muslim yang berisi pesan-pesan dakwah.

### 2. Paradigma dan Pendekatan

Paradigma menurut Sarantakos, merupakan ajuan yang menelaah betapa dunia dihayati (*perceived*); berisi sudut pandang tentang dunia atau *world view*, sebuah metode untuk membagi kompleksitas dunia konkret, menafsirkan hal-hal yang signifikan, hal-hal yang mempunyai legalitas, dan hal-hal yang diterima pikiran (Manzilati, 2017). Paradigma dapat diartikan sebagai perspektif perihal sesuatu dengan asas tertentu. Adapun paradigma yang dipakai dalam penelitian ini ialah paradigma intrepertatif.

Paradigma intrepertatif menurut Sarantakos, dapat ditafsirkan sebagai paradigma yang mendalami tingkah laku atau kepribadian individu. (Manzilati, 2017). Paradigma ini membubuhkan pemusatan kepada peranan bahasa, klarifikasi, dan pemahaman, dengan tujuan untuk menjelaskan objek atau gejala yang akan diteliti.

Mengenai metode pendekatan, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Yakni, suatu pendekatan yang melibatkan rancangan serta menciptakan penataan kerangka-kerangka klarifikasi. (Silalahi, Ulber, 2012). Metode ini dapat mendeteksi dan mendalami hal-hal yang ada di belakang sebuah kejadian yang sulit dipahami.

### 3. Metode Penelitian

Metode dalam bahasa Yunani disebut *methodos*, ialah upaya atau jalan. Metode berarti upaya atau cara yang terpadu untuk memenuhi suatu target yang diharapkan (Salim:1991). Metode penelitian ialah upaya dan konvensi yang terstruktur untuk menyelami suatu problema tertentu dengan niat memperoleh penjelasan untuk digunakan sebagai pemecahan atas problema tersebut. Cara dimaksud yang dilaksanakan dengan memakai metode ilmiah. (Silalahi Ulber, 2012).

Pada penelitian ini metode yang diaplikasikan yakni metode penelitian analisis semiotik (*semiotic analysis*) Charles Sander Peirce. Semiotika yakni keilmuan mengenai tanda yang memahami bahwa gejala sosial dan masyarakat tersebut ialah kumpulan tanda (Preminger dalam pradopo, 2003:119, dalam Vera, 2015:2). Metode analisis semiotika ini dinilai sesuai untuk digunakan dalam penelitian ini, sebab yang menjadi

fokus adalah bagaimana unsur-unsur desain komunikasi visual, pesan dakwah desain komunikasi visual yang terkandung, dan interpretasi komunikasi dakwah visual dari postingan akun instagram @dakwahvisual.id.

#### 4. Jenis Data dan Sumber Data

Pada sebuah penelitian, sumber data memiliki andil yang mana sangat vital, sebab ketentuan dalam pemilihan sumber data yang sesuai akan mematok keabsahan, kedalaman dan ketepatan data yang diperoleh (Nugrahani, 2014). Dalam hal ini penulis membutuhkan dua jenis sumber data:

1) Data primer, merupakan data yang didapatkan dari asalnya. Sumber atau asal dari data yang diambil pada penelitian ini berupa *feed* poster visual grafis dan video pada akun *instagram* dakwahvisual.id.

2) Data sekunder, merupakan data berupa dokumentasi, literatur lainnya, seperti jurnal ilmiah, sumber internet, buku, skripsi terdahulu dan arsip-arsip lainnya yang berkaitan dengan penelitian.

#### 5. Unit Analisis

Unit Analisis merupakan unit atau elemen yang diteliti yang bertautan dengan kelompok, benda, dan individu, sebagai poin atau subjek penelitian (Hamidi, 2005: 75-76). Dalam penelitian ini unit analisisnya adalah postingan atau *feed* visual dari akun *instagram* @dakwahvisual.id.

## 6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang sangat signifikan dalam sebuah penelitian dikarenakan, sebuah data yang akurat dan sesuai dengan kriteria data, tidak akan didapat tanpa mengetahui teknik pengolahan data yang baik (Suardi, 2019:70). Menurut Suharsimi (1996:117) dalam Ulber Silalahi (2012:280) pengumpulan data merupakan usaha dalam memperoleh data empiris melalui narasumber dengan jalan atau metode yang ditentukan.

Pada penelitian ini penulis melakukan penghimpunan data dengan menggunakan observasi, dan dokumentasi, dengan bahasan berikut:

### a. Observasi

Observasi merupakan rencana atau peninjauan pengkolektifan data dengan melakukan pengamatan akan objek yang diteliti (Riyanto:2001) dalam (Hardani :2020). Observasi dilakukan untuk menyatukan data yang diperlukan dalam pelaksanaan penelitian.

Dalam hal ini, peneliti melakukan pengamatan dengan melihat dan mengamati poster desain grafis di setiap postingan untuk *feed* dalam akun *instagram* dakwahvisual.id kemudian menulis atau menulis dan mengkajinya menyesuaikan pada model penelitian yang dipakai.

### b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah langkah mengumpulkan informasi melalui dokumen-dokumen (Hardani, dkk. 2020:150).

Dokumentasi dilaksanakan dengan mengumpulkan data dari sumber dan literatur yang memiliki keterkaitan dengan bahan yang akan diteliti kemudian menjadikannya sebagai bahan argumentasi, antara lain buku, jurnal, artikel, *blog*, internet dan lain-lain.

## 7. Teknik Penentuan Keabsahan Data

Pada penelitian ini, akan digunakan penentuan keabsahan data penelitian menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi merupakan teknik pengumpulan data yang bersifat mengkombinasikan beragam data, yang didapat dari sumber yang berbeda-beda dan dari sumber data yang ada. Dalam Triangulasi peneliti mengumpulkan informasi dan data sekaligus menguji kredibilitas ( Suardi, 2019: 88) .

