

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dakwah dan media merupakan suatu ketertarikan yang tidak dapat dihilangkan satu sama lain, dalam agama Islam ada banyak pelajaran hidup maupun tuntunan kehidupan yang perlu disalurkan atau disebar luaskan kepada umatnya untuk membimbing mereka kepada jalan yang diperintahkan ataupun kepada apa yang dilarang oleh Allah SWT guna mendapat ridho dari-Nya. Banyak cara dalam menyampaikani dakwah, bisa menggunakan lisan ataupun tulisan, menggunakan media elektronik ataupun non-elektronik. Salah satunya menggunakan media sosial seperti Facebook, Instagram ataupun Youtube.

Pada kehidupan sekarang, kemajuan dalam bidang teknologi semakin pesat pertumbuhannya. Dampak dari globalisasi tersebut telah membawa perubahan terhadap perilaku masyarakat dalam bidang politik, bidang ekonomi, sosial, ataupun budaya.¹ Sehingga cara dalam menyampaikan pesan dakwah pun sudah mulai berkembang tidak hanya menyampaikan dalam menggunakan lisan atau pun sebagainya tetapi sudah bisa menggunakan media penunjang yang lebih efektif serta efisien. Salah satunya menggunakan media sosial seperti (Facebook, Twitter ataupun Instagram).

¹M. Imam Pamungkas, Akhlaq Muslim Modern Membangun Karakter Generasi Muda, (Bandung: Marja, 2012), hlm. 116.

Salah satu media sosial yang sangat banyak sekali digandrungi oleh semua kalangan di dunia atau di Indonesia yaitu Instagram, aplikasi yang dimana setiap orang dapat mengupload gambar ataupun video kedalamnya, aplikasi ini mulainya dirilis tahun 2010, kemudian seiring berkembangnya zaman, aplikasi ini sudah banyak melakukan terobosan hingga sekarang, di Indonesia sendiri penggunaan aplikasi digital ini ialah terbesar ke-4 di dunia dengan jumlah pemakai kurang lebih dari 56 juta pengguna atau 20.79 persen dari populasi di Indonesia setelah Amerika, Brasil dan India.² Dengan inovasi yang sangat mendukung dan fitur fitur yang terdapat di Instagram yang begitu banyak sehingga penyebaran informasi dengan menggunakan gambar atau video akan lebih efektif dan efisien.

Dari sekian banyaknya akun Instagram yang aktif menyebarkan dakwah islam sampai sekarang melalui media ini salah satunya yaitu @Jendelamuslim.id. @Jendelamuslim.id sendiri berdiri mulai oktober 2019 oleh seorang pemuda yang bernama Azmi aziz. Akun ini ialah sebagian kecil dari banyaknya akun Instagram yang menyebarkan pesan islam melalui Instagram, @Jendelamuslim.id melakukan dakwahnya dengan berbagai inovasi, tidak hanya sekedar menulis kata kata didalam sebuah gambar, tetapi dengan tambahan ilmu komunikasi visual seperti ilustrasi topik dalam gambar tersebut yang membuat dakwah lewat komunikasi visual ini terlihat indah sehingga *followers* yang melihat gambar tersebut pun akan merasa tertarik dengan penyajian dakwah tersebut. Selain itu akun ini juga dilengkapi

² <https://www.suara.com/teknologi/2019/06/19/133252/pengguna-instagram-dan-facebook-indonesia-terbesar-ke-4-di-dunia>

penjelasan yang detail dari setiap materinya yang disampaikan yang bersumber dari berbagai kutipan dari Al-Qur'an, Hadist, ataupun para ulama.

Dakwah yang erat kaitannya dengan komunikasi, supaya penyampaian sebuah pesan yang tertuju kepada khalayak umum dapat diterima. Ilmu komunikasi sangatlah pesat perkembangannya. Salah satu disiplinnya adalah ilmu komunikasi yang berbentuk komunikasi visual. Komunikasi visual merupakan komunikasi melalui penglihatan yang merupakan sebuah rangkaian proses penyampaian informasi atau pesan kepada pihak lain dengan penggunaan media penggambaran yang hanya terbaca oleh indera penglihatan. Komunikasi visual mengkombinasikan seni, lambang, tipografi, gambar, desain grafis, ilustrasi, dan warna dalam penyampaiannya. Oleh karena itu, komunikasi visual suatu disiplin ilmu sebagai penunjang kegiatan dakwah.

Desain komunikasi visual (DKV) atau sering disebut dengan Desain grafis sendiri dalam haluan ilmu komunikasi merupakan bentuk dari komunikasi visual yang berwujud teks ataupun gambar yang dari seorang komunikator kepada komunikan. Desain komunikasi visual sendiri mempunyai tujuan untuk menginformasikan, mempengaruhi hingga merubah perilaku target audiensi sesuai dengan apa yang komunikator hendaki. Dalam proses sebuah desain pada biasanya memerhatikan beberapa aspek seperti: *fungsi*, *estetika*, dan komponen lain yang umumnya datanya berasal dari *ide*, *gagasan*, *brainstorming*, *riset* maupun *referensi* desain yang terdahulu.³ Oleh karena itu, DKV biasanya banyak sekali digunakan

³ Lia Anggraini S. dan Kirana Nathalia, Desain Komunikasi Visual; Dasar-dasar Panduan untuk Pemula (Bandung: Nuansa Cendekia, 2013) h. 15.

oleh banyak kalangan mulai dari pedagang, penjual jasa ataupun yang lainnya. Di dunia sendiri khususnya di Indonesia desain grafis sudah banyak digandrungi oleh kalangan anak muda mulai dari kalangan SMA sampai kuliah. Sekolah sekolah desain grafis pun sudah banyak menjamur dibanyak sekolah dan hingga Universitas yang dimana kajiannya bisa lebih dalam lagi mengenai desain grafis.

Desain komunikasi visual ini membuat suatu pesan atau informasi yang berasal dari komunikator kepada seorang atau kelompok komunikan menjadi lebih menarik serta dapat merubah pandangan penonton untuk dapat lebih memahami lebih cepat pesan yang komunikator sampaikan. DKV pada mulanya hanya terbatas pada media cetak dwimatra sahaja atau yang lebih dikenal sebagai dua dimensi tetapi dengan berkembangnya teknologi yang sangat pesat membuat desain grafis tidak hanya berpacu pada media dua dimensi saja. Di zaman sekarang desain grafis sudah merambah kepada dunia multimedia seperti audio atau pun video sehingga muncullah istilah video grafis seperti yang kita kenal sekarang.⁴

Dalam akun Instagram *@jendelamuslim.id* materi materi dakwah yang dikemas melalui desain komunikasi visual telah mereka siapkan dengan sangat matang dan menarik. Desain komunikasi visual dan strategi dakwah yang akun instagram *@jendelamuslim.id* ini lakukan menunjukkan respon yang lumayan banyak dengan selalu meningkatnya jumlah followers pada akun istagram ini setiap harinya. Selain itu, akun ini pun menunjukkan bahwa segala komponen dan semua unsur yang menentukan keberhasilan dalam menyampaikan pesan islam lewat media ini harus

⁴ Adi Kusrianto, Pengantar Desain Komunikasi Visual (Yogyakarta: Andi, 2007), h.11-12.

lah dikelola secara profesional serta harus disesuaikan dengan kondisi mad'u sekarang guna mendapatkan hasil yang sesuai dengan harapan pendakwah yaitu yang dimana mad'u benar benar bisa menerapkan ajaran islam atau pesan islam yang pendakwah sampaikan, sehingga akan berpengaruh terhadap kehidupan para pembacanya.

Kemudian, penelitian ini akan lebih mengkaji tentang desain grafis yang digunakan oleh akun *@jendelamuslim.id* ini sebagai strategi dakwah yang simpatik untuk menyampaikan pesan islam dengan sangat menarik. Sebagai bentuk dari tantangan zaman yang sudah semakin maju dengan munculnya teknologi, terkhusus kepada pemanfaat dari semakin majunya teknologi dalam usur desain grafis.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian deskripsi yang melatarbelakangi fenomena sosial dakwah diatas, maka dengan lebih menyederhanakan tentang focus penelitian yang akan penulis teliti yaitu bagaimana proses dakwah melalui desain grafis. kemudian untuk pokok fokus penelitian tersebut dirumuskan dalam beberapa pertanyaan berikut:

1. Bagaimana akun *@Jendelamuslim.id* mengembangkan desain grafis dalam penggunaan unsur unsur desain sebagai media penyampaian pesan dakwah?
2. Bagaimana materi pesan dakwah dalam poster akun Instagram *@Jendelamuslim.id*?
3. Bagaimana kecendrungan pesan dakwah akun Instagram *@Jendelammuslim.id*

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian masalah yang telah penulis sampaikan di atas, maka penelitian ini bertujuan “mengetahui proses dakwah melalui desain grafis sebagai model penyampain pesan dakwah dengan menggunakan unsur unsur desain grafis yang digunakan oleh akun media sosial instagram *@jendelamuslim.id*.”

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini meliputi manfaat secara teoritis dan manfaat secara secara praktis. Secara lebih jelasnya dapat dikemukakan sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Harapan besar dari penitilian ini dimaksudkan dapat menjadi bahan dalam mengembangkan ilmu dakwah dalam segi digital dan media sosial serta menjadi salah satu bahan litetaur untuk penelitian memlaui pendekatan ilmu dakwah dan komunikasi dalam civitas akademika jurusan komunikasi dan Penyiaran Islam ataupun jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam seluruh Indonesia guna memberikan rujukan mengenai strategi dakwah dalam menjawab tantangan dakwah yang semakin majunya teknologi.

2. Manfaat Praktis

Hasil akhir dari penelitian ini penulis harapkan dapat memberikan masukan dan wawasan mengenai akun media sosial yang aktif melakukan dakwah lewat desain grafis ataupun masyarakat luas mengenai gambaran tentang dunia desain grafis sebagai media penyampaian pesan islam guna menarik jutaan pengguna media sosial untuk terus mendapatkan informasi mengenai pesan islam dan menunjukan bahwa setiap elemen yang ada

dalam kehidupan ini mempunyai peran aktif dalam menyebarkan pesann islam baik melalui tulisan ataupun yang lainnya.

1.5 Landasan Pemikiran

Dalam sebuah komunikasi dakwah, suatu proses komunikasi dilakukan dengan pendekatan persuasif kepada seorang komunikan, sehingga apa yang diharapkan seorang komuniktor dapat merubah prilaku atau sikap seorang komunikan tersebut dengan cara pesan islam yang disampaikan melalui media sosial Instagram.

1. Hasil Penelitian Sebelumnya

Penelitian mengenai desain grafis sendiri sebetulnya sudah banyak dilakukan oleh kalangan mahasiswa dari berbagai daerah ataupun dari berbagai universitas seiring dengan pesatnya pertumbuhan teknologi dari desain grafis yang bisa masuk ke segala aspek kehidupan sosial, salah satunya yaitu sebagai media penyebaran dakwah islam. Tetapi untuk di UIN Sunan Gunung Djati Bandung sendiri penelitian tentang desain grafis masih sedikit untuk ditemukan, terlebih tidak adanya jurusan khusus yang mengkaji tentang desain grafis di Universitas ini membuat penelitian mengenai ilmu tersebut sangat jarang ditemukan. Padahal melihat dari perkembangan zaman yang semakin modern ilmu grafis sangatlah dibutuhkan di era sekarang ini. Kemudian, penulis juga mengambil sampel beberapa skripsi terdahulu yang bisa dikatakan berhubungan dengan penelitian ini sekaligus menjadi tinjauan pustaka diatataranya:

- a. “Strategi Muslim Designer Community (MDC) dalam Mengembangkan Desain Komunikasi Visual sebagai Media Dakwah” penelitian ini dilakukan

oleh Vanny Rosa Marini pada tahun 2017, Mahasiswi Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Ilmu Dakwah Dan Ilmu Komumnikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Penelitian ini membahas tentang Bagaimana Strategi dari Muslim Designer Community (MDC) dalam mengembangkan dakwah melalui media desain grafis.

- b. “Desain Grafis Akun Berdakwah sebagai Media Dakwah Studi Deskriptif Terhadap Media Sosial Line” skripsi ini ditulis oleh Andu Pranata, mahasiswa dari Jurusan Komunikasi Dan Penyiran Islam Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Sunan KaliJaga Yogyakarta Pada tahun 2016. Skripsi ini dalam penelitiannya membahas mengenai desain grafis yang digunakan akun Berdakwah sebagai metode dakwah yang ramah untuk menyampaikan kebaikan dan kebenaran Islam dengan sangat menarik, Sebagai bentuk kepentingan akan menjawab perubahan zaman dalam penggunaan trend teknologi khususnya pemanfaatan unsur-unsur desain grafis.
- c. “Model Penyajian Pesan Dakwah Di Media Sosial Instagram Analisin Isi Pesan Dakwah pada Desain Grafis di Akun Official @Kartun.Muslimah” penelitian ini ditulis oleh Isabelita pada tahun 2018, Mahasiswi jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam fakultas dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Dalam skripsi ini fokus penelitiannya yaitu mengetahui bagaimana model penyajian pesan dakwah di media sosial intagram pada akun @kartun.muslimah.

Berbeda dengan penelitian di atas penelitian ini merupakan penelitian yang berfokus kepada desain grafis yang dimana sebagai media penyebaran pesan

Islam sebagai pembaruan dalam ilmu dakwah. Strategi yang dimana merupakan sebuah rancangan atau sebuah desain kegiatan dalam penggunaan unsur unsur desain grafis seperti warna, typografi ataupun garis yang menunjang kepada sebuah keberhasilan dakwah melalui desain grafis.

2. Landasan Teoritis

Mengacu Dalam penelitian ini penulis menggunakan teori-teori yang berhubungan dengan topik pembahasan penelitian ini. Teori pesan dakwah yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori yang berasal dari ilmu komunikasi. Hal ini disebabkan tidak adanya teori yang mengemukakan tentang teori pesan dakwah. Teori ilmu komunikasi digunakan sebagai alat bantu dalam menganalisa objek penelitian. Berdasarkan analisis yang dilakukan oleh Abdul Basit, teori pesan dakwah adalah teori pesan yang berdasarkan perspektif ajaran-ajaran islam, sehingga teori tersebut dapat digunakan dalam kegiatan atau penelitian dakwah.

Teori yang berkaitan erat dengan pesan dakwah adalah teori komunikasi Harold D Laswell, sebagaimana dalam ungkapannya “who says what in which channel to whom with what effect” atau dapat dipahami bahwa terdapat lima unsur dalam kegiatan komunikasi yaitu who (penyampai pesan), says what (pesan komunikasi), in which channel (media komunikasi), to whom (penerima pesan), dan what effect (efek komunikasi).⁵ Serta teori tentang komunikasi

⁵ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008)

visual yang didalamnya meliputi garis (*line*), bentuk (*shape*), tekstur (*texture*), gelap terang (*contrast*), ukuran (*size*), dan warna (*color*).⁶

Secara esensial unsur *say what* adalah alat yang digunakan oleh Harold D Laswell sebagai alat untuk menganalisis isi pesan. Sehingga pesan yang disampaikan melalui media dapat dipahami oleh penerima pesan. Analisis isi adalah suatu alat untuk mengambil premis untuk diidentifikasi karakteristik pesan secara objektif, sistematis, dan generalis.

3. Krangka Konseptual

Dakwah ialah kata kerja bahasa Arab yaitu يدعو-دعا dan دعوة yang berarti panggilan, menyeru atau mengajak.⁷ definisi dakwah dalam segi bahasa ini pun masih umum, karena arti didalamnya pun masih beragam. Dalam Al-Quran pun sering ditemukan kata da'a yang diantaranya yaitu: *"Allah menyeru (manusia) ke Darussalam (surga), dan menunjuki orang yang dikehendaki-Nya kepada jalan yang lurus (Islam)."* (QS. Yunus : 25)

Bila ditinjau dari segi metode dalam berdakwah, khususnya jika melihat kepada pengertiannya dan contoh cara berdakwah yang pernah dilakukan Rasulullah SAW semasa hidup. Metode yang biasa dilakukan oleh Rasulullah SAW terbagi menjadi dua macam, yaitu dakwah melalui lisan (dakwah bil

⁶ Lia angraini dan kirana nathalia, *Desain Komunikasi Visual; dasar dasar pandung untuk pemula*. (Bandung, Nuansa Cedikia, 2014)

⁷ Enjang AS dan Aliyudin, *Dasar-dasar Ilmu Dakwah*. (Bandung: Widya Padjajaran, 2009), h. 3.

khithabah) dan dakwah melalui tulisan (dakwah bil kitabah) atau dalam perkembangannya sering disebut dakwah bil qalam.

Dakwah bil kitabah atau sering disebut Dakwah bil Qalam (DBQ) atau dakwah menggunakan pena/Tulisan/Teks. Kata “Qalam” merujuk kepada firman Allah Swt dalam QS Al-Qolam ayat 1 yang artinya “*Nun, perhatikanlah Al-Qalam dan apa yang dituliskannya*”

Dari uraian definisi dakwah di atas, pengertian menurut bahasa atau istilah, maka dakwah merupakan sebuah usaha dalam rangka proses islamisasi serta membuat umat muslim patuh kepada ajaran Islam guna memperoleh keridhoan dari Allah SWT. Dari beberapa definisi mengenai dakwah diatas, maka terdapat beberapa unsur-unsur dalam dakwah yang dikenal, diantaranya: *Pertama*, subjek dakwah Dai mempunyai peranan penting dalam dakwah, sehingga Dai harus mempunyai image yang baik di masyarakat, citra atau image dapat dipahami sebagai kesan yang berkaitan dengan sudut pandang terhadap seseorang, instansi maupun organisasi yang diciptakan Da’i sebagai hasil langsung dari dakwahnya. Citra yang berhubungan dengan seorang Da’i dalam sudut pandang komunikasi erat kaitannya dengan kredibilitas yang dimiliki. Citra terhadap Da’i adalah penilaian mad’u terhadap Da’i mendapat citra positif atau negatif. Pencitraan mad’u terhadap diri seseorang Da’i sangat berpengaruh dalam menentukan apakah mereka akan menerima informasi atau pesan dakwah atau sebaliknya menolak. *Kedua*, sasaran dakwah (mad’u) merupakan seseorang atau sekelompok orang yang menjadi pendengar atau sasaran dakwah dari seorang Da’i. *Ketiga*, Materi dakwah (mawdu), materi

dakwah merupakan informasi atau pesan yang disampaikan komunikator yang bersumber dari kitab kitab Allah SWT seperti Al'Qur'an dan Assunah. Pesan dakwah yang diterangkan dalam al-Qur'an biasanya berkisar pada tiga masalah pokok, Akidah, Akhlak dan Hukum. *keempat* metodik atau uslub, sedangkan yang *kelima* media atau wasilah⁸

Dilihat dari segi Bahasa, Media merupakan sebuah alat atau perantara, serta penyambung antara dua aspek, dengan kata lain bisa disebutkan yaitu sesuatu yang menjembatani antara komunikator kepada komunikan untuk menyampaikan pesan dengan tujuan tertentu.⁹ Adapun media dalam dakwah ialah suatu hal yang tidak dapat dipisahkan dalam islam dan tidak dapat dilepaskan dari unsur yang lain karena sebagai penyampai suatu pesan kepada mad'u.

Dalam bukunya Hamzah Ya'qub mengatakan bahwa media dakwah mempunyai lima golongan, yaitu: *Lisan, Lukisan, Tulisan, Audio visual* dan *Akhlaq*.¹⁰

Kemudian menurut spesifikasi tentang media dakwah yang sudah Hamzah Ya'qub rumuskan diatas salah satu akun media sosial yang dimana tempat penyebaran pesan islam melalui media sosial Instagram yaitu @jendelamuslim.id merupakan salah satu bentuk media penyebarann dakwah

⁸ Abdul Karim Zaidan, Dasar-dasar Ilmu Dakwah, (Jakarta: Media Dakwah, 1983), hlm. 17-22

⁹ Pujiriyanto, Desain grafis computer teori grafis computer. (Yogyakarta: Andi, 2015)

¹⁰ Hamzah Ya'qub, Publisistik; Teknik Berdakwah dan Leadership, (Bandung: CV Diponegoro, 1981), hlm.47-68.

islam yang kemudian termasuk kedalam klasifikasi dalam bentuk lukisan, karena dalam akun tersebut keseluruhan dari postingan akun tersebut merupakan gambar gambar dari desain yang kemudian dilengkapi dengan artikel didalam captionnya.

Desain grafis sendiri secara bahasa berasal dari Bahasa itali yaitu “designo” atau bisa disebut sebagai suatu sautu peroses atau gambar, desain pun memeiliki berbagai arti baik itu kata benda ataupun kata kerja. Contohnya kata kerja, makna desain seringkali mempunyai arti suatu proses menciptakan sebuah objek baru. Sedang dalam hal kata benda, desain seringkali dipakai untuk sebuah hasil akhir dari setiap proses atau pekerjaan.¹¹

Desain komunikasi visual dalam perkembangannya lebih sering dikenal dengan desain grafis sebab dalam prakteknya yang dimana memiliki peranan mengkonunikasikan sebuah pesan melalui atau informasi dari seorang komunikator kepada komunikan melalui aspek visualisasi, seperti penggabungan symbol, warna, typografi, garis dan lainnya dengan bantuan ide dari seorang desainer.

Menurut penulis sendiri dalam mendefinisikan desain grafis yaitu sebagai bentuk dari penyampaian sebuah pesan atau informasi nonverbal dari komunikator yang disampaikan kepada komunikan berupa visual yang dikolaborasikan dengan ide kreatif dari seorang desainer.

¹¹ Lia Anggraini S. dan Kirana Nathalia, Desain Komunikasi Visual; Dasar-dasar Panduan untuk Pemula (Bandung: Nuansa Cendekia, 2013) h. 13-14.

Poster menurut penulis sendiri merupakan sebuah hasil karya dari desain komunikasi visual yang mempunyai fungsi mempublikasikan sebuah informasi dengan memadukan unsur – unsur desain grafis seperti tulisan, warna dan lain sebagainya.

Desain grafis sendiri memiliki unsur unsur yang dapat dipadukan dan dirancang sedemikian rupa guna menghasilkan gambar yang menarik serta cepat untuk ditanggap olehh seorang komunikan. Seorang desainer pun dituntut untuk mengetahui serta memahami unsur unsur yang ada pada desain grafis supaya dalam memadukan antara satu unsur dengan unsur yang lainnya dapat menghasilkan hasil yang menarik untuk dilihat. Unsur unsur desain grafis itu pun antara lain diantaranya:¹²

a. Garis (Line)

Garis ialah unsur desain yang memiliki pengaruh banyak dalam desain, garis mempunyai fungsi untuk menghubungkan suatu objek dengan objek lainnya serta menambahkan variasi untuk objek lain ataupun memperjelas suatu pesan dengan sangat menarik. Garis dapat berupa lengkungan ataupun objek lurus yang memanjang.

b. Bentuk (*Shape*)

Bentuk merupakan objek yang mempunya diameter, tinggi, dan lebar. Dilihat dari bentuknya, unsur ini mempunyai 3 bagian: *Bentuk Geometrik*, yaitu bentuk yang mempunyai objek secara beraturan atau

¹² Lia angraini dan kirana nathalia, Desain Komunikasi Visual; dasar dasar pandang untuk pemula. (Bandung, Nuansa Cedikia, 2014)

tersusun seperti halnya kotak atau bulat. *Bentuk Natural*, bentuk ini ialah bentuk yang bisa tidak konsisten atau bisa juga disebut dengan bentuk yang dapat berubah. *Bentuk Abstrak* atau *non geometri* merupakan bentuk yang kasat mata atau samar samar contohnya bayangan.

c. Tekstur (*Texture*)

Bentuk ini ialah tampilan suatu benda yang bisa diraba yang beradad disuatu permukaan objek. Dalam desain grafis pun pada bentuk ini ada yang berupa objek tidak semu atau maksudnya yakni tekstur yang ketika dilihat tidak sama dengan ketika diraba. Bisa saja sebuah tekstur ketika dilihat tampak kasar, namun ketika diraba terasa halus.

d. Gelap/Terang (*Contrast*)

Kontras ialah komposisi cahaya yang berlawanan arah seperti halnya pendek dan panjang. kontras bisa juga berupa perbedaan antara gelap maupun terang jika tidak ada campuran lain yang berhubungan dengan warna. Kontras ini mempunyai kegunaan untuk membuat sebuah gambar menjadi jelas ataupun samar sama, dengan menonjolkan suatu objek, pesan atau yang lainnya. Dengan cara mengubah komposisi kontras, suatu objek akan terbantu dari segi nilai keterbacaan, titik berat suatu desain ataupun fokus itu sendiri.

e. Ukuran (*Size*)

Ukuran merupakan suatu unsur yang bisa dikatakan sangat vital, ukuran sendiri mempunyai fungsi untuk memisahkan objek yang dirasa sangat penting dengan yang tidak terlalu penting dengan cara membesarkan

atau mengecilkannya supaya audiensi dapat langsung tertuju ke inti topik. Dengan menggunakan ukuran suatu karya desain grafis dapat dengan cepat pesan itu tertuju kepada audiensi, karena berhunungan dengan penekanan suatu pesan inti.

f. Warna (*Color*)

Dari beberapa unsur desain di atas bisa dikatakan warna merupakan unsur yang paling penting dalam sebuah desain grafis. Dengan menggunakan warna, sebuah objek akan terlihat begitu menarik serta terlihat hidup dan dapat memanjakan mata para audiensi. Tetapi tentunya dengan dalam pemilihan warna ini seorang desainer haruslah pandai dalam memadukan warna. Seorang desainer pun haruslah bisa mengetahui kecocokan warna yang satu dengan warna yang lainnya, sehingga objek tidak terlihat seimbang dengan objek lainnya dan pesan yang akan disampaikan pun tidak tertuju kepada para audiensi.

Berbeda dengan akun berdakwah lainnya yang juga melakukan penyebarannya menggunakan desain grafis poster, @jendelamuslim muncul dengan konsep desain grafis yang sangat menarik serta enak dilihat oleh mata. Lewat desain yang sangat populer serta dengan menambahkan ilustrasi dari topik yang sedang dibicarakan membuat ajakan dakwah dapat mudah diterima. Contohnya yaitu ada salah satu poster tentang “Muhasabah” dalam akun tersebut. Poster tersebut mengajak kepada khalayak umum untuk introspeksi diri menuju kebenaran dengan cara pandang diri sendiri dihadapan cermin serta seraya menyebut istigfar.

1.6 Langkah-langkah Penelitian

Langkah-langkah atau tahapan-tahapan yang dilakukan penulis terhadap penelitian ini adalah: lokasi penelitian, metode penelitian, populasi dan sampel (bagi penelitian kualitatif), jenis data, sumber data, teknik pengumpulan data, analisis data (Komunikasi, 2019).

1. Lokasi Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan pada dakwah desain komunikasi visual melalui poster media sosial Instagram analisis poster akun @jendelamuslim.id. Adapun alasan memilih lokasi penelitian tersebut. Karena lokasi dari penelitian ini mudah dicari sehingga memudahkan dalam hal pengumpulan data, kemudian dalam hal penyajian dakwah yang dimana hal ini menarik untuk diteliti, karena penggunaan sosial media Instagram yang sudah banyak sekali penggunanya serta penyajian dakwah melalui desain grafis yang dilakukan oleh akun @jendelamuslim.id ini dirasa menjadi terobosan dalam menjawab tantangan zaman dalam hal kemajuan dibidang teknologi.

2. Paradigma dan Pendekatan

Dalam penelitian ini paradigma yang digunakan peneliti yaitu paradigma interpretif. Paradigma yang memiliki pandangan jika pada tiap gejala terdapat suatu makna yang berbeda, paradigma ini sendiri melahirkan pendekatan kualitatif yang hendak peneliti pakai. Penelitian ini akan membahas mengenai bagaimana desain grafis akun jendelamuslim.id di media sosial Instagram dalam strateginya menggunakan unsur-unsur desain grafis sebagai media

dakwah, maka pembahasan tersebut termasuk kepada penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif menurut Bogdan dan Taylor adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.¹³

3. Metode Penelitian

Metode yang penulis pakai dalam penelitian ini merupakan metode penelitian deskriptif. Penelitian ini bermaksud untuk membuat pemaparan, penjelasan atau uraian perihal kejadian-kejadian yang terjadi. Metode penelitian deskriptif inipun mempunyai tujuan untuk menciptakan pemaparan secara terstruktur, objektif serta cermat tentang fenomena-fenomena dan sifat-sifat sebuah masyarakat atau kelompok tertentu tertentu.¹⁴

4. Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Data

Dalam penelitian ini jenis data yang penulis gunakan merupakan data kualitatif atau data yang diilustrasikan menggunakan kata-kata serta kalimat guna mendapatkan sebuah hasil akhir atau ketetapan.¹⁵ Biasanya sebuah data kualitatif didapar dari hasil studi dokumentasi, observasi, wawancara ataupun tinjauan kepustakaan dengan memeriksa beberapa literatur yang relevan dengan penelitian.

¹³ Lexy J. Moeloeng, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Rosdakarya, 2007) h. 4.

¹⁴ Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Rajawali Pers, 2012) h. 75.

¹⁵ Lexy J. Moeloeng, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Bandung: Rosdakarya, 2007)

b. Sumber Data

Didalam penelitian ini juga diperlukannya sebuah sumber data yang validasinya dapat dipertanggungjawabkan, sumber data itu sendiri meliputi; sumber data primer dan sumber data sekunder.

1) Sumber Data Primer

Data dari penelitian ini didapat langsung melalui sumber yang mempunyai ikatan dengan topik penelitian yang mampu dihasilkan menjadi bahan data atau informasi yang akan digabungkan ialah desain grafis yang terdapat dalam akun @jendelamuslim.id

2) Sumber Data Sekunder

Kemudian data sekunder pada penelitian ini didapatkan melalui informasi penelitian atau jurnal yang masih terkait atau berhubungan dengan pembahasan penelitian ini sebagai pelengkap sumber yang akan diperoleh nanti. Serta laman media artikel disuatu kajian pustaka yang terunduh di dalam internet.

5. Penentuan Informn dan Unit Analisis

Studi tentang data kualitatif dalam buku Lexy J. Moeloeng, menurut pendapat Bogdan & Biklen merupakan sebuah usaha yang dikerjakan melalui cara bertindak dengan data-data, mengumpulkannya, menyusunnya sebagai satu

kesatuan yang bisa didapat atau diperoleh, memilahnya kemudian menyimpulkannya.¹⁶

Kemudian data yang diperoleh selanjutnya diproses. Mula mula data tersebut disaring terlebih dahulu atas landasan keandalannya serta keabsahannya. Data yang rendah keandalannya dan kecermatannya, data yang memiliki kekurangan dalam kelengkapannya kemudian digugurkan atau disempurnakan melalui penggantian.¹⁷

6. Teknik Pengumpulan Data

- a. Studi Observasi, Teknik ini mempunyai kegunaan guna mengetahui seluruh data yang telah diposting kedalam akun media sosial @jendelamuslim.id untuk mengetahui komponen-komponen yang berkaitan dengan desain grafis yang dilakukan dalam akun tersebut. Penulis mengumpulkan data melalui mengobservasi ke akun tersebut seperti *print out* tampilan akun @jendelamuslim.id di media sosial Instagram guna mendapati unsur-unsur desain yang dipraktekan untuk kemudian dianalisis berdasarkan prinsip-prinsip desain grafis.
- b. Studi Wawancara, Teknik ini digunakan unuk mengetahui data yang belum tertulis dalam data yang telah didokumentasikan sebelumnya. Penulis akan mengajukan pertanyaan kepada pendiri akun @jendelamuslim.id melalui wawancara pembicaraan nonverbal terkait konsep desain grafis yang diterapkan oleh akun tersebut.

¹⁶ Lexy J. Moeloeng, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Rosdakarya, 2007) h. 248.

¹⁷ Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Rajawali Pers, 2012) h. 40.

c. Studi Pustaka, Teknik ini menggunakan beberapa literature serta media informasi sebagai rujukan yang dapat ditemukan dalam beragam media informasi, baik itu cetak, massa atau elektronik.

7. Teknik Penentuan Keabsahan Data

Tatkala dalam proses pencarian sebuah data dan informasi ditemukan yang selanjutnya diproses menjadi sumber pengerjaan pada penelitian ini, sangat memungkinkan terjadinya kesalahfahaman atau tidak validnya suatu informasi, oleh karena itu informasi yang didapatkan banyak serta bervariasi. Untuk mencapai tujuan yang diinginkan yakni mengetahui desain grafis yang digunakan oleh akun Instagram @jendelamuslim.id sebagai media dakwah, oleh karena itu dibutuhkannya suatu teknik untuk mengamati keabsahan data yaitu keseriusan dalam pengamatan. Teknik keseriusan pengamatan ini mempunyai maksud untuk mendapatkan ciri - ciri serta unsur - unsur dalam keadaan yang berkaitan terhadap persoalan yang sedang dicari dan selanjutnya memfokuskan diri kepada hal - hal tersebut dengan detail.¹⁸

8. Teknik Analisis Data

Teknik metode analisis data kualitatif dalam buku Lexy J. Moeloeng, menurut pendapat Bogdan & Biklen merupakan sebuah usaha yang dikerjakan melalui cara bertindak dengan data-data, mengintegrasikan data-data, menyusunnya sebagai satu kesatuan yang bisa didapat atau diperoleh, serta menyimpulkan hal apa yang bisa disampaikan terhadap masyarakat lain atau

¹⁸ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), hlm. 329.

orang lain.¹⁹ Data yang didapat kemudian diproses. Mula mula data tersebut disaring terlebih dahulu atas landasan keandalannya serta keabsahannya. Data yang rendah keandalannya dan kecermatannya, data yang memiliki kekurangan dalam kelengkapannya kemudian digugurkan atau disempurnakan melalui penggantian.²⁰



¹⁹ Lexy J. Moeloeng, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Rosdakarya, 2007) h. 248.

²⁰ Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Rajawali Pers, 2012) h. 40.