

ABSTRAK

MUHAMMAD SHIDQI ALGHIFARI: Pesan Dakwah Pada Desain Kaos MOSLEM LIMITED (Analisis Semiotika Roland Barthes)

Brand MOSLEM LIMITED yang sekarang dimiliki oleh Raynaldy Clinton ini sejarah awal perjalanan brand ini memang sudah dari awal berniat membuat brand bergenre islami dimulai dari salah satu founder nya yaitu kakak nya pemilik sekarang yang bernama Reddy Syaiful Hamzah Ibrahim ini sedang berada di Eropa dan melihat seseorang disana menggunakan baju berdesain sahabat nabi yang notabene disana masyarakatnya mayoritas beragama non muslim.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui makna denotasi, konotasi dan mitos pesan dakwah yang terkandung dalam kaos MOSLEM LIMITED.

Metode yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif, peneliti menggunakan analisis semiotika analitik untuk mencari tahu lebih jauh tentang makna desain kaos MOSLEM LIMITED. Peneliti menggunakan teori analisis semiotika yang dikembangkan oleh Roland Barthes yaitu “two order

signification.” yang merupakan pengembangan ilmu semiotik yang dilakukan Roland Barthes terhadap teori Ferdinand Saussure.

Hasil dari penelitian adalah sebagai berikut: 1) Makna denotasi pada desain visual kaos Moslem Limited menggunakan ilustrasi yang mewakili disetiap judul kaosnya, serta tulisan yang menjadi penegasan dari setiap ilustrasi yang ada. 2) Makna konotasi pada desain visual kaos Moslem Limited dengan ilustrasi dan tulisan yang mengangkat realitas sosial, sehingga pesan yang terkandung dalam ilustrasinya dapat diejawantahkan dengan mudah. 3) Makna mitos pada desain visual kaos Moslem Limited didominasi dengan mengangkat realitas sosial yang disertai ajakan kembali untuk mendekat kepada Allah SWT.

Kata Kunci: Brand, Moslem Limited, Dakwah, Denotasi, Konotasi, Mitos