



## Produksi Pesan Dakwah *Bil-Kitabah* Melalui Ilustrasi Digital

**Nurhasanah<sup>1\*</sup>, Siti Sumijaty<sup>1</sup>, Rojudin<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi,  
UIN Sunan Gunung Djati, Bandung  
\*Email : [dewinurhasanah1415@gmail.com](mailto:dewinurhasanah1415@gmail.com)

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses produksi pesan dakwah *bil-kitabah* melalui ilustrasi digital yang dilakukan oleh akun Instagram @Qomikin, dengan cara mengetahui pola *content knowledge* dan pola *procedural knowledge* akun Instagram @Qomikin. Metode penelitian yang digunakan ialah metode studi kasus pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivisme. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun Instagram @Qomikin dalam proses produksi pesannya memiliki *content knowledge* dalam menghasilkan ilustrasi yang memuat pesan dakwah. Selain itu, akun Instagram @Qomikin memiliki *procedural knowledge* yang dilalui yakni tahapan pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Sehingga, keahlian ilustrasi digital di era ini memiliki urgensi yang penting agar dapat menjawab tantangan berdakwah melalui media tulisan dan visual.

**Kata Kunci :** Dakwah *Bil-Kitabah*; Produksi Pesan; Ilustrasi Digital; Qomikin.

### **ABSTRACT**

*This study aims to determine the production process of bil-kitabah da'wah messages through digital illustrations carried out by the Instagram account @Qomikin, by knowing the pattern of content knowledge and the pattern of procedural knowledge of the Instagram account @Qomikin. The research method used is a case study method with a qualitative approach with a constructivism paradigm. The results showed that the Instagram account @Qomikin in the message production process had content knowledge in producing illustrations containing da'wah messages. In addition, the @Qomikin Instagram account has procedural knowledge that it goes through, namely the pre-production, production, and post-production stages. Thus, digital illustration skills in this era have an important urgency in order to be able to answer the challenges of preaching through written and visual media.*

**Keywords :** *Bil-Kitabah Da'wah; Message Production; Digital Illustration; Qomikin.*

## PENDAHULUAN

Dakwah Islamiyah menurut A. Hasjmy ialah sebuah upaya untuk menyeru kepada yang lain untuk memiliki keyakinan dan mengajak untuk mengamalkan akidah maupun syariah Islam yang sebelumnya sudah diyakini dan juga diamalkan oleh seorang Dai (Abdullah, 2018: 11). Aktivitas dakwah masif dilakukan di era digital seperti saat ini. Hal tersebut terlihat dari berbagai fenomena dakwah yang ada. Salah satunya fenomena berdakwah melalui media sosial. Seperti yang dikatakan “*The times and the discovery of various sophisticated tools forced humans to adapt and adjust. Information, communication and transportation technology have radically changed all human life to make the world's planet smaller*” (Masri, et al, 2022: 151). Dalam kutipan tersebut dikatakan bahwa manusia harus bisa beradaptasi dengan segala perubahan yang ada terutama dibidang informasi dan komunikasi.

Fenomena berdakwah melalui media sosial memberikan peluang bagi para pelaku dakwah untuk melakukan inovasi dalam aktivitas dakwah yang dilakukan, baik dalam bentuk lisan, tulisan, maupun dalam bentuk perbuatan. Disamping menjadi sebuah peluang, hal tersebut menjadi sebuah tantangan. Seperti yang dikatakan oleh Schwab “*The industrial revolution 4.0 is a challenge for the da'wah field to adapt to existing developments*” (Kusnwan, et al, 2022: 57). Karena pelaku dakwah (Dai) harus memiliki keahlian yang beragam.

Salah satu fenomena yang menarik ialah ketika tulisan dakwah dikombinasikan dengan ilustrasi digital yang mampu memperjelas maksud pesan yang ingin disampaikan, secara sederhana dapat diistilahkan dengan dakwah ilustrasi, dakwah grafis, dakwah qomik, dan sebagainya. Namun, untuk menciptakan hal tersebut membutuhkan keahlian dan kemampuan yang mumpuni dalam bidang tersebut. Sehingga, tidak semua pelaku dakwah dapat melakukannya. Dalam penelitian ini peneliti mengambil istilah dakwah ilustrasi sesuai dengan objek penelitian peneliti.

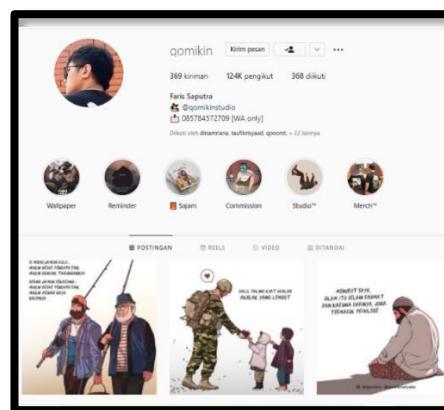
Sebuah dakwah ilustrasi akan memiliki pesan yang hendak disampaikannya, baik dalam bentuk tulisan maupun visualnya. Media yang digunakan untuk menyebarkan pesan dakwah ilustrasi pun beragam, salah satunya ialah melalui Instagram sebagai platform media visual dan audiovisual yang hingga kini memiliki pengguna mencapai 99.15 juta pengguna di Indonesia (datareportal.com, diakses 15 Juli 2022). Proses pengemasan dakwah ilustrasi menjadi menarik untuk dikaji karena berkaitan dengan pengembangan keilmuan dakwah dibidang dakwah dengan media visual, karena masih sedikitnya penelitian yang membahas mengenai hal ini sehingga nantinya akan diketahui mengenai urgensi keahlian ilustrasi sebagai media penyampaian pesan dakwah. Adapun sebelumnya telah dilakukan penelitian dibidang dakwah visual diantaranya:

Pertama, penelitian oleh Miftahul Jannah (2021) berjudul “Desain Grafis sebagai Media Dakwah” yang lebih menitikberatkan pada penerapan elemen grafis pada sebuah hasil karya desain dengan metode deskriptif-kualitatif. Sehingga memiliki perbedaan dengan penelitian ini yang lebih menekankan kepada proses produksi pesan dakwah pada akun Instagram @Qomikin dengan metode studi kasus-kualitatif. Namun, memiliki persamaan yakni pada penerapan elemen desain yang dilakukan.

Kedua, penelitian oleh Naurah Thifalia dan Santi Susanti (2021) mengenai “Produksi Konten Visual dan Audiovisual Media Lembaga Sensor Film”. Perbedaan dengan artikel ini terletak pada objek penelitian yang digunakan dan teori yang digunakan. Adapun persamaan terletak pada metode yang dipakai yakni metode studi kasus-kualitatif.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Siti Chanifah (2019) mengenai “Produksi Logika Desain Pesan pada Akun Instagram Selebgram dalam Menciptakan Konten Lifestyle”. Memiliki persamaan karena membahas mengenai produksi pesan dengan pendekatan kualitatif, tetapi berbeda dalam teorinya sehingga penguraian jawaban pun menjadi berbeda.

Penelitian ini dilakukan secara daring terhadap akun Instagram @Qomikin yang merupakan akun dakwah ilustrasi digital dengan jumlah pengikut mencapai 124.000 pengikut per Juni 2022. Adapun jumlah like rata-rata like 2.000-4.000 yang dapat menjadi bukti eksistensi akun @Qomikin di media sosial.



Sumber: Dokumentasi Pribadi (Screenshot)

Gambar 1. Produl Akun Instagram @Qomikin

Pemilik akun instagram @Qomikin ialah Faris Saputra Utama sekaligus illustrator pada akun istagram tersebut. Ia mengelola konten dakwah ilustrasi secara pribadi dengan misi yang dimilikinya yakni “pendekatan dakwah melalui visual, *art*, dan ilustrasi”.

Tujuan penelitian ini yakni untuk mengetahui mengenai content knowledge yang dimiliki oleh akun Instagram @Qomikin dan procedural knowledge yang dimiliki akun Instagram @Qomikin dengan teori yang digunakan yakni teori produksi pesan John Green.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode studi kasus. Studi kasus yakni sebuah aktivitas yang bersifat ilmiah yang dilakukan dengan rinci serta mendalam mengenai program, kejadian, maupun kegiatan dengan tujuan untuk memperoleh pengetahuan secara mendalam mengenai sebuah peristiwa tertentu (Rahardjo, 2017: 3). Dalam hal ini, kasus (case) yang dimaksud ialah aktivitas produksi pesan dakwah yang dilakukan oleh akun instagram @Qomikin. Metode tersebut digunakan bertujuan untuk dapat menggali informasi pada proses penelitian.

Pendekatan yang digunakan ialah pendekatan kualitatif yang bermakna penelitian yang dalam prosedurnya berlatar ilmiah, yang memiliki tujuan untuk menerjemahkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan cara mengikutsertakan berbagai jenis metode (Meleong, 2017: 5). Pendekatan tersebut digunakan karena pendekatan tersebut memiliki kemampuan untuk menguraikan hasil penelitian dengan harapan dapat memberikan gambaran mengenai proses produksi melalui ilustrasi digital implikasinya dengan penyiaran islam dalam hal ini dakwah visual. Paradigma pada penelitian ini ialah paradigma kontruktivisme yang mendasarkan sebuah realitas untuk dapat memberikan pemahaman mengenai makna sebuah aktivitas tertentu.

Data yang didapatkan dalam penelitian ini menggunakan tiga teknik pengumpulan data. Pertama, observasi dengan melakukan pengamatan terhadap akun Instagram @Qomikin. Kemudian dokumentasi, dengan mengumpulkan hasil karya ilustrasi digital pada akun @Qomikin. Serta wawancara untuk menggali informasi mengenai proses produksi sebuah karya ilustrasi yang dilakukan dengan pemilik akun @Qomikin.

## LANDASAN TEORITIS

Penelitian ini berfokus pada produksi pesan dakwah bil-kitabah melalui ilustrasi digital (studi kasus pada akun Instagram @Qomikin). Untuk dapat menguraikan fokus dari penelitian ini, maka peneliti menggunakan teori produksi pesan John Green, yakni teori kumpulan tindakan atau action assembly theory.

Teori kumpulan tindakan atau *action assembly theory* yang dikemukakan oleh John Green berawal dari penelitiannya mengenai cara seseorang dalam mengelola pengetahuan yang ada di dalam pikirannya yang kemudian digunakan untuk pembuatan pesan. Menurutnya, dalam proses pembentukan sebuah pesan seseorang menggunakan apa yang diistilahkan dengan “pengetahuan isi” (*content knowledge*) serta “pengetahuan prosedural” (*procedural knowledge*). Dalam pandangannya, setiap tindakan akan memiliki pengaruh terhadap tindakan lainnya dengan cara tertentu, karena pada dasarnya, setiap tindakan tidak berdiri sendiri (Morissan, 2018: 156-157).

Penelitian ini berfokus terhadap produksi pesan dakwah *bil-kitabah* pada ilustrasi digital yang tentunya ditunjang oleh konsep-konsep yang mendukung dalam ranah tersebut.

Dakwah pada hakikatnya ialah aktivitas menyeru kepada kebaikan dan mencegah kepada kemungkaran berdasarkan perintah dan larangan dari Allah Swt. Hal tersebut memiliki kesesuaian dengan yang dikatakan oleh Al Faruqi dalam (Aziz, 2017: 91) yang mengemukakan bahwa muslim yakni mereka yang memiliki dorongan kedalam dengan tujuan untuk mengaktualisasikan dakwah. Landasan teologis dakwah diantaranya terdapat dalam QS. An-Nahl (16): 125, kemudian QS. Al-Imran (3): 104 dan 110, dan lain-lain.

Di era digital ini, media yang digunakan dalam menyampaikan pesan dakwah memiliki keberagaman. Hal tersebut menunjukkan adanya fleksibilitas terhadap penggunaan media untuk menyampaikan pesan dakwah yang tentunya dapat disesuaikan dengan objek dakwah (Ridwan, 2022: 84). Selain itu, media dakwah memiliki fungsi menjadi salah satu alat yang dapat menjadi penunjang bagi seorang Dai dalam menyampaikan pesan dakwahnya (Dewi, et al, 2018:187). Bentuk dakwah yang disampaikan dapat berupa pesan lisan, tulisan maupun perbuatan (Abdullah, 2018: 12). Pada penelitian ini akan berfokus pada proses produksi pesan dakwah *bil-kitabah* yakni dakwah melalui tulisan.

Dakwah dalam pandangan M. Arifin memberikan makna yakni sebuah aktivitas untuk mengajak umat manusia baik dalam bentuk lisan amupun tulisan atau *action* yang dilakukan atas dasar kesadaran baik individu maupun kelompok dengan tujuan untuk menimbulkan kesadaran, pengalaman bagi umat yang menerimanya (Abdullah, 2018: 11). Menurut Thuimah dan Al-Naqah memberikan pengertian bahwa kitabah yakni aktivitas dalam komunikasi yang dapat mengembangkan keahlian produktif seseorang (Muradi, 2015: 65). Sehingga dakwah *bil-kitabah* ialah sebuah aktivitas dalam rangka mengajak umat manusia menuju kebaikan dan mengingatkannya untuk menghindari perbuatan buruk dalam bentuk tulisan.

Pesan dakwah *bil-kitabah* akan melewati sebuah proses pengemasan atau produksi pesan sebelum di distribusikan. Proses produksi pesan tersebut dapat dimaknai sebagai sebuah proses untuk menghasilkan sebuah informasi yang memiliki kemasan sedimikian rupa sehingga dapat diterima oleh komunikan. Proses produksi pesan tentunya harus memiliki efisiensi dan efektifitas karena akan memiliki korelasi dengan kemampuan seorang penghasil pesan dalam mengumpulkan berbagai macam hal yang memiliki kaitan yang pasti dengan pencapaian yang tentunya diharapkan oleh penerima pesan (Berger 2021: 21).

Untuk mencapai tujuan pesan yang ingin dicapai, dalam rangkaian proses produksinya, sebuah pesan akan melalui tiga tahapan. Pertama, tahap pra produksi. Pada tahap ini dilakukan persiapan terhadap segala sesuatu yang dibutuhkan. Selain itu, seorang pembuat pesan (dalam penelitian ini di sebut dengan illustrator) menentukan ide/gagasan, ide yang timbul merupakan hasil riset mengenai tren yang ada. Kemudian menyusun konsep pesan, yakni sebuah tahap itu menentukan pembawaan pesan tersebut. Penyusunan konsep pesan dijadikan sebuah dasar dalam proses penyampian pesan dakwah *bil-itabah* melalui ilustrasi (Jannah, 2021: 62). Selanjutnya yakni penyusunan diksi menjadi sebuah pesan. Ketepatan dalam memilih dan menentukan kata yang sesuai berdasarkan situasi dan kondisi yang ada (Triningsih, 2018: 15). Setelah itu menyusun konsep ilustrasi, yakni menentukan pembawaan ilustrasi dan imajinasi ilustrasi yang akan dibuat. Terakhir dalam pra produksi ialah pengecekan ulang terhadap konsep agar sesuai dengan tujuan diawal.

Kedua, yakni tahap produksi. Tahapan ini ialah sebuah tahapan yang dilakukan sebagai bentuk pengolahan sebuah ide maupun gagasan yang diterjemahkan kedalam bentuk visual sehingga memiliki hal yang menarik dari segi isi maupun estetika. Pada tahap produksi terjadi proses pendekatan ilustrasi maupun penerapan elemen yang berkaitan dengan ilustrasi.

Ketiga ialah tahap pasca produksi. Yakni tahapan pendistribusian hasil produksi. Pada penelitian, aspek pra produksi yang dilihat ialah mengenai *engagement* yang didapatkan oleh akun @Qomikin berkaitan dengan *like*, komentar, *share*, dan *save*.

Ilustrasi digital ialah sebuah seni yang akan melewati proses produksi maupun pengemasan sebuah gambar, foto, maupun diagram, dan bentuknya dapat berupa naskah cetak maupun ucapan, serta dapat pula dalam bentuk elektronik (Maharsi, 2016: 2-3). Ilustrasi digital ialah ilmu yang dapat melihat mengenai proses untuk melakukan sebuah eksplorasi mengenai keahlian kreatif pada sebuah program computer yang bertujuan untuk dapat memberikan output berupa seni visual yakni berupa ilustrasi.

Pada umumnya, ketika membuat sebuah ilustrasi akan melewati tiga pendekatan utama, yaitu rough layout yakni proses dalam membuat sketsa kasar yang dapat dilakukan melalui software design maupun ilustrasi. Kemudian, comprehensive layout yakni pendekatan dalam membuat line art, atau proses layer. Setelah itu yakni final design yang merupakan hasil final illustration yang memerhatikan keselarasan, keseimbangan, maupun aspek pendukung lainnya. Adapun elemen desain ilustrasi yang mendukung diantaranya ialah garis, bentuk, ruang, warna, tekstur, tipografi, dan ukuran (Tamara, et al, 2013:10).

Salah satu media yang dapat digunakan untuk menyebarkan dakwah ilustrasi ialah Instagram. Instagram merupakan sebuah platform untuk dapat menyebarkan foto maupun video. Dengan berbagai macam fitur pendukung lainnya, diantaranya fitur homepage, insta story, feed intsagram, comment, like, share, save, reels, dan berbagai macam fitur lainnya.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

@Qomikin merupakan username akun yang bergerak dalam hal menyebarluaskan dakwah ilustrasi, yakni tulisan dakwah yang dikombinasikan dengan ilustrasi digital. Pemilik akun tersebut bernama Faris Utama Saputra yang mengelola akun tersebut secara pribadi. Akun @Qomikin mulai aktif dalam dakwah ilustrasi sejak November 2018. Pengikut akun instagram qomikin hingga saat ini mencapai 124.000 pengikut, dengan 369 unggahan dan like rata-rata 2000-4000 like setiap unggahannya, data tersebut sesuai dengan observasi terakhir pada 30 Mei 2022.

Data penelitian ini diperoleh dengan melakukan observasi, dokumentasi, dan juga wawancara dengan pemilik akun Instagram @Qomikin yakni Faris Saputra Utama dengan dokumentasi karya ilustrasi digital dalam rentang 2 Oktober 2021 hingga Desember 2021. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik akun, ia mengatakan bahwa pesan dakwah yang ditekankan pada akun tersebut ialah pesan akhlak (Wawancara 13 Mei 2022). Sehingga didapatkan 17 unggahan dakwah ilustrasi yang menekankan pada pesan akhlak.

Adapun hasil penelitian ini menemukan *content knowledge* (pengetahuan isi) yang dimiliki oleh illustrator dan menemukan *procedural knowledge* atau pola catatan prosedural dalam proses produksi pesan dakwah bil-kitabah melalui ilustrasi digital dengan studi kasus pada akun Instagram @Qomikin.

### **Pola *Content Knowledge* Pada Akun Instagram @Qomikin**

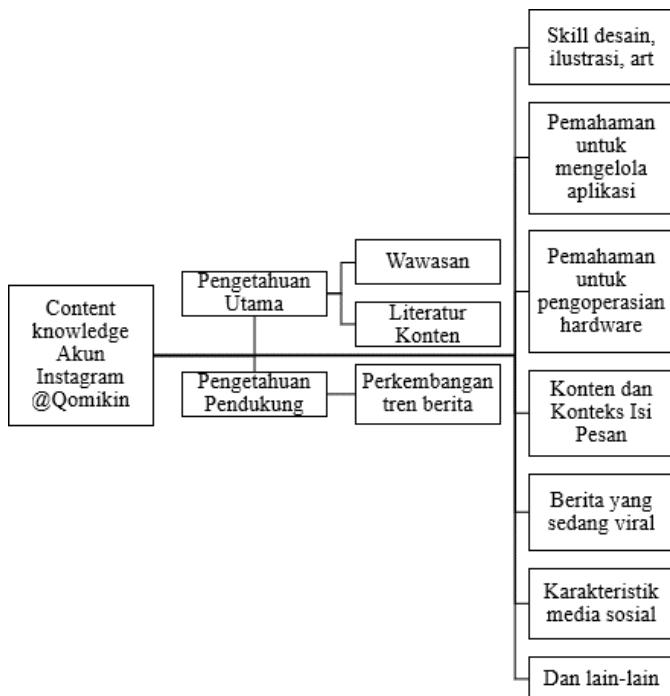
Asumsi pertama John Green ialah seseorang mengetahui “mengenai” sesuatu dikatakan sebagai pengetahuan isi (*Content knowledge*) (Morissan, 2018: 156-157). Dalam pembuatan dakwah ilustrasi perlu diketahui pengetahuan apa saja yang

menjadi pengetahuan keseluruhan dan terbagi menjadi dua, yakni pengetahuan inti dan pengetahuan pendukung sehingga hasil karya tersebut dapat dihasilkan.

Mengacu pada hasil wawancara dengan informan yakni illustrator pada akun @Qomikin, dapat diketahui bahwa akun Instagram @Qomikin mengatakan bahwa ada beberapa pengetahuan isi yang harus dimiliki oleh seseorang ketika ingin menghasilkan pesan dakwah bil-kitabah melalui ilustrasi digital. Pengetahuan yang harus dimiliki cukup kompleks sebagai mana yang disampaikan oleh pemilik akun tersebut, yakni Faris Saputra Utama, yakni “Skil desain, ilustrasi, art, pemahaman untuk pengelola aplikasi, pemahaman pengoperasian hardware, konten dan konteks isi pesan, berita yang sedang viral, karakteristik media sosial, dan lainnya.” (Wawancara informan pada Kamis, 13 Mei 2022).

Selain itu, untuk mendukung sebuah dakwah visual mampu diproduksi dengan baik dibutuhkan pengetahuan inti yakni wawasan dan literatur konten dengan pengetahuan pendukung yang harus dimiliki ialah perkembangan tren berita (Wawancara Informan pada Kamis, 13 Mei 2022)

*Content knowledge* pada akun @Qomikin berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik akun tersebut di gambarkan melalui bagan berikut.



Gambar 2. Bagan Hasil Penelitian Pola *Content Knowledge* Akun Instagram @Qomikin

*Skill* desain, ilustrasi, *art* ialah *skill* yang dapat dipelajari oleh mereka yang memiliki minat kepada *skill* tersebut. *Skill* atau keahlian ini menjadi hal yang dibutuhkan dalam penyampaian pesan dakwah dengan ranah visual. Dengan keahlian ilustrasi ini maka seorang Dai atau pembuat pesan akan mampu menggambarkan lebih mengenai makna dari pesan dakwah yang disampaikan dengan tampilan visual yang dihadirkan. Akun Instagram @Qomikin membuktikan bahwa aktivitas dakwah dapat dilakukan oleh siapapun yang memiliki misi menyebarkan pesan keislaman. Hal tersebut dicerminkan dalam QS. Al Imran (3): 104.

Selanjutnya ialah pengetahuan yang berhubungan dengan pemahaman dalam pengelolaan aplikasi yang harus dimiliki oleh ia yang ingin berdakwah melalui tulisan dengan media ilustrasi digital. Dalam hal ini, akun Instagram @Qomikin menggunakan *Procreate* yang dapat diketahui melalui *highlight* Instagram akun tersebut. Kemudian, pengetahuan yang dimiliki oleh ilustrator pada akun @Qomikin ialah pemahaman untuk pengoperasian *hardware*. Hardware yang dapat digunakan yakni, iPad, Drawing Pen Tablet yang dihubungkan melalui komputer, dan *hardware*.

Dalam prosesnya, akun @Qomikin akan terlebih dahulu melakukan riset mengenai tren yang sedang ada pada saat itu (Wawancara Ilustrator, 13 Mei 2022). Tren tersebut dapat ditemukan melalui berita yang sedang viral.

Kemudian, pengetahuan mengenai konten dan konteks pesan dalam penyampaian pesan dakwah melalui ilustrasi digital sangat dibutuhkan agar pesan yang disampaikan dapat sesuai dengan harapan yang diinginkan oleh pembuat pesan. Selain itu dari sisi konten dakwah pun patut untuk diperhatikan agar mad'u dapat dengan mudah menerima maksud dari pesan yang disajikan. Sebagaimana yang dilakukan oleh akun Instagram @Qomikin ketika membuat pesan akan terlebih dahulu melakukan riset mengenai tren yang memang sedang ada saat ini.

Karakteristik media sosial menjadi pengetahuan juga harus dimiliki oleh ia yang ingin berdakwah melalui media sosial, khususnya Instagram. Karena, dengan mengetahui mengenai karakteristik media sosial, seorang pembuat pesan akan lebih mudah menemukan karakteristik mad'u yang menjadi sasaran dakwahnya di media sosial yang dipilih olehnya.

Adapun yang menjadi pengetahuan utama akun Instagram @Qomikin @Ilustrator yakni mengenai wawasan dan literatur konten (Wawancara Ilustrator, 13 Mei 2022). Dalam pandangan peneliti, wawasan disini mencakup segala pengetahuan yang berhubungan dengan keahlian desain, ilustrasi, maupun seni, pemahaman pengoperasian sebuah aplikasi, pemahaman mengenai hardware, pengetahuan mengenai konten dan konten pesan, menjadi pengetahuan yang dapat

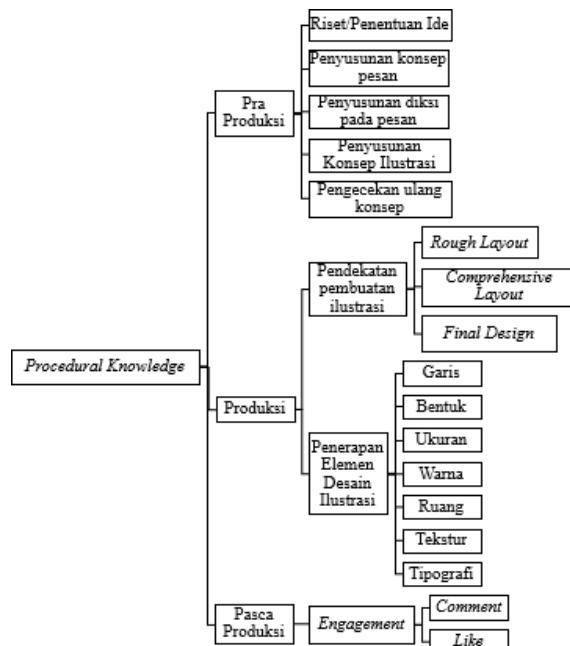
dikatakan wajib agar pesan dakwah melalui ilustrasi digital dapat tersampaikan.

Pengetahuan pendukung yang dimiliki akun @Qomikin ialah perkembangan mengenai tren berita. Hal tersebut dapat menambah daya tarik pesan yang disampaikan jika dikaitkan dengan sesuatu yang sedang tren di kalangan masyarakat yakni mad'u sebagai sasaran dakwah. Dengan memahami mengenai tren media. Seorang pembuat pesan/ dai/ siapapun dapat lebih mengatur strategi agar pesan yang disampaikan dapat diterima dan mendapatkan respon yang baik dari mad'u.

### **Pola Procedural Knowledge Pada Akun Instagram @Qomikin**

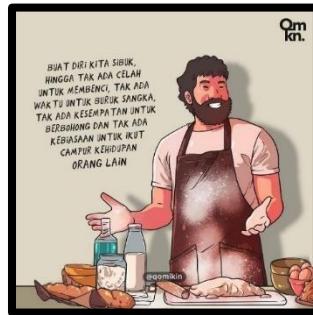
Mengetahui cara melakukan dan melahirkan karya tersebut menjadi sesuatu yang harus diketahui. Dalam pandangan John Green, orang dapat mengetahui bagaimana melakukan sesuatu dapat disebut dengan Procedural Knowledge (catatan prosedural) (Morissan, 2018: 156).

Pada penelitian ini, mengambil sudut pandang bahwa ilustrasi tersebut merupakan ilustrasi yang sudah diunggah. Bukan dalam proses pembuatan. Sehingga hal-hal yang kemudian diteliti ialah yang dapat peneliti jangkau dengan observasi, dokumentasi dan juga wawancara. Adapun gambaran mengenai pola produksi pesan dakwah bil-kitabah melalui ilustrasi digital digambarkan sebagai berikut.



Gambar 3. Pola Procedural Knowledge Akun @Qomikin

Adapun tahapan prosedur digambarkan melalui salah satu contoh ungagannya sebagai berikut.



Sumber: Unggahan Instagram @Qomikin

Gambar 4. Unggahan 23 Oktober 2022

Adapun contohnya ialah pada unggahan 23 Oktober 2022 yang memuat pesan “Buat diri kita sibuk, hingga tak ada celah untuk membenci, tak ada waktu untuk berburuk sangka, tak ada kesempatan untuk berbohong dan tak ada kebiasaan untuk ikut campur kehidupan orang lain”.

Jika melihat pesan tersebut, dapat dianalisis bahwa tahapan pra produksi sebagai berikut.

**Tabel 1. Hasil Penelitian Unggahan 23 Oktober 2021**

<b>Tanggal Unggahan</b>	<b>23 Oktober 2021</b>
<b>Tren</b>	Masih ada orang yang ikut campur kehidupan orang lain, senantiasa berbohong, dan melakukan hal-hal tidak terpuji lainnya. Termasuk melakukannya di media sosial
<b>Ide</b>	<i>Reminder</i> mengenai manfaat sibuk
<b>Konsep</b>	Penggambaran pesan bahwa kesibukan dapat menghindarkan dari perbuatan tercela
<b>Kalimat Pesan (Penerapan Pemilihan Diksi)</b>	Buat diri kita sibuk, hingga tak ada celah untuk membenci, tak ada waktu untuk berburuk sangka, tak ada kesempatan untuk berbohong dan tak ada kebiasaan untuk ikut campur kehidupan orang lain.
<b>Konsep Ilustrasi</b>	Menampilkan seorang laki-laki yang sedang membuat roti.

Dari contoh unggahan tersebut dapat diketahui bahwa fokus akun Instagram @Qomikin pada tahap pra produksi ialah pengonsepan, terutama pengonsepan pesan yang akan disampaikan. Karena pesan yang akan disampaikan akan menjadi salah satu penentu tujuan ilustrasi tersebut tercapai ataupun tidak.

Langkah selanjutnya ialah masuk kedalam proses produksi. Pada tahap ini terjadi penerjemahan pesan dakwah bil-kitabah atau pesan dakwah dengan tulisan, untuk di representasikan kedalam bahasa visual. Pada umumnya akun @Qomikin akan melalui pendekatan dimulai dari *Rough Layout* yakni pembuatan sketsa kasar, kemudian menuju *comprehensive layout* yakni pembuatan line art, hingga *final design*. Tetapi dalam penelitian ini, karena pada prosesnya karya tersebut telah diunggah. Maka peneliti pada hasil penelitian lebih melihat dan menitikberatkan pada elemen desain ilustrasi yang kemudian dipilih oleh @Qomikin.

Melalui contoh unggahan tersebut dapat diketahui bahwa pesan dakwah bil-kitabah yang tampil dalam ilustrasi tersebut ialah pesan untuk membuat diri kita sibuk agar tidak ada waktu untuk membenci orang lain. Hal tersebut bersesuaian dengan Firman Allah dalam QS. Al Hujurat (49): 12.

Adapun penerapan elemen pada unggahan tersebut sebagai berikut.

**Tabel 2. Hasil Penelitian Penerapan Elemen Desain Ilustrasi, unggahan 23 Oktober 2022**

Elemen	Penjelasan
<b>Garis</b>	<p>Diantara garis yang digunakan ialah:</p> <p>Garis membengkok pada bagian tangan, baju, alis, mata, dan seluruh badan seorang Bapak tetapi dengan bengkokan tangan terbuka memberikan kesan kesibukan menyenangkan, dengan tampilan wajah berseri.</p> <p>Garis horizontal pada area bawah memberikan kesan keluasan bidang yang dapat digunakan untuk menyimpan berbagai macam jenis perlengkapan untuk memasak.</p>
<b>Bentuk</b>	<p>Bentuk pada unggahan tersebut diantaranya:</p> <p>Tubuh seseorang yang sedang sibuk dengan tepung.</p> <p>Adonan roti/kue yang ada di atas tatakan, kemudian ada juga telur, susu, dan lain-lain yang merepresentasikan kondisi pembuatan kue/roti.</p>
<b>Ukuran</b>	<p>Ukuran pada ilustrasi tersebut memiliki keseimbangan dengan:</p> <p>Ukuran orang yang berdiri tampak lebih besar dibandingkan dengan seluruh bahan yang ada dibagian bawah/di atas meja. Hal tersebut menimbulkan kesan keseimbangan.</p>

	Ukuran seluruh barang dan bahan diatas meja pun sudah cukup sesuai dan tidak terlalu besar sehingga timbul keselarasan.
<b>Tekstur</b>	Tekstur yang digunakan ialah tekstur semu, Tekstur semu yaitu kesan yang berbeda antara penglihatan maupun perabaan.
<b>Warna</b>	<p>Warna abu-abu sebagai latar memberikan kesan kemandirian dan kestabilan.</p> <p>Warna coklat pada celemek memberikan kesan kehangatan.</p> <p>Warna pink pada pakaian memberikan kesan menenangkan.</p> <p>Warna putih bercak apda tangan dan celemek memberikan kesan kesibukan dengan tepung.</p> <p>Warna putih pada botol memberikan kesan bahwa cairan tersebut adalah susu.</p> <p>Warna coklat pada sesuatu yang lonjong memberikan kesan itu adalah sebuah roti, karena warna roti identik dengan coklat.</p> <p>Warna cream di atas tatakan memberikan kesan bahwa itu adalah sebuah adonan.</p>
<b>Ruang</b>	Demi menguatkan sebuah pesan, dalam ilustrasi digital diberikan ruang atau <i>background</i> sehingga tidak semua latar tertutupi ilustrasi, latar tersebut digunakan untuk menyimpan pesan dakwah <i>bil-kitabah</i> yang akan disampaikan oleh illustrator.
<b>Tipografi</b>	Font yang digunakan oleh ilustrator dapat terbaca dan juga dapat menimbulkan keselarasan dengan ilustrasi yang dibuat. Pesan di posisikan di sebelah kiri ilustrasi sehingga menimbulkan keseimbangan dan keselarasan.

sumber : data penelitian

Tahap terakhir yang dilalui ialah tahap pasca produksi. Yakni tahapan untuk mendistribusikan konten yang sudah dibuat. Untuk unggahan pada tanggal 23 Oktober 2022 memiliki *like* sebesar 9862 *like* dengan 47 komentar. Salah satu bunyi komentarnya yakni “Masya Allah (@adiniiw)”. Secara umum *engagement* yang didapatkan oleh akun Instagram @Qomikin dengan rata-rata jumlah like 4.071 berdasarkan Analisa.io serta rata-rata komentar ialah 24 komentar yang dihasilkan (<https://analisa.io/profile/qomikin>, diakses 14 Juni 2022). Secara garis besar engagaement pada penelitian ini sebagai berikut.

### **Urgensi Keahlian Ilustrasi Digital sebagai Media Penyampaian Pesan Dakwah *Bil-kitabah***

Dakwah merupakan aktivitas menyeru kepada kebijakan dan mencegah kepada kemungkaran. Sebagaimana dikatakan oleh Prof. Toha Yahya Oemar bahwa dakwah islam ialah suatu usaha untuk mengajak umat kepada jalan yang benar

dengan cara yang bijaksana berdasarkan perintah Tuhan demi kemaslahatan di dunia dan di akhirat (Saputra, 2012: 1). Di era digital ini, dakwah islam tidak hanya berbentuk lisan tetapi dapat disampaikan melalui tulisan yang dikenal dengan istilah dakwah *bil-kitabah*.

Dakwah *bil-kitabah* melalui ilustrasi digital menjadi solusi untuk memberikan pesan dakwah dalam hitungan detik kepada mad'u. Dengan menampilkan pesan dakwah dan juga visualisasi dari pesan dakwah tersebut. Tetapi, hal yang harus dimiliki oleh pelaku dakwah ialah kemampuan membuat ilustrasi digital.

Ilustrasi digital ialah kemampuan untuk menggambar dengan memanfaatkan sarana digital. Tentunya, kemampuan ini harus ditunjang dengan Latihan agar tercipta skill yang diharapkan. Dengan kemampuan ilustrasi digital, seorang pelaku dakwah akan mampu menampilkan pesan dakwah yang dapat diterima dalam hitungan detik oleh mad'u. Pentingnya keahlian ini berkaitan dengan perubahan situasi dan kondisi digital yang ada pada era ini. Mengaharuskkan setiap manusia untuk dapat beradaptasi dengan cepat tanpa melupakan perintah Allah Swt untuk menyeru kepada kebaikan.

## PENUTUP

Dalam penelitian yang telah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam pembuatan pesan dakwah ilustrasi. Akun @Qomkin memiliki *content knowledge* skill desain, ilustrasi, art, pemahaman untuk pengelola aplikasi, pemahaman pengoperasian hardware, konten dan konteks isi pesan, berita yang sedang viral, karakteristik media sosial, dan lain-lain.

Pengetahuan yang dimiliki akun @Qomkin lebih tepatnya yaitu illustrator membentuk sebuah pengelompokan atau pola pengetahuan yang tergolong pada pengetahuan utama dan pengetahuan pendukung. Pengetahuan inti akun @Qomkin ialah wawasan dan literatur konten. Sedangkan pengetahuan pendukung yang dimiliki ialah perkembangan tren berita. Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa Content knowledge dalam teori John Green memang dimiliki oleh setiap pembuat pesan, termasuk akun Instagram @Qomkin.

Pola *Procedural Knowledge* akun Instagram @Qomkin yakni dimulai dari tahap pra produksi yakni tahap persiapan, kemudian tahap produksi yakni pengaplikasian elemen dan juga penerapan pendekatan ilustrasi, setelah itu melewati tahap pasca produksi yaitu penyerbarluasan konten dakwah ilustrasi. Dalam jangka Panjang tahap pasca produksi ini dapat dilihat dari *engagement* yang didapatkan oleh akun Instagram @Qomkin.

Keahlian ilustrasi digital di era ini dapat menjadi bekal bagi para pelaku dakwah, untuk menjawab tantangan berdakwah melalui tulisan dengan kemasan yang lebih menarik, dengan harapan dalam hitungan detik pesan yang ingin disampaikan mampu diterima dengan cepat oleh Mad'u.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Peneliti memiliki saran bagi para pelaku dakwah untuk dapat menyampaikan pesan dakwah melalui media ilustrasi digital. Kemudian untuk sasaran dakwah, semoga konten seperti ini dapat dijadikan sebagai media untuk menerima pesan dakwah dan membagikannya kepada orang lain, agar kebaikan yang diharapkan mampu tersebar luas tidak hanya untuk yang membuat, yang membagikan, tetapi untuk semua yang melihat dan membacanya.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Abdullah. (2018). Ilmu Dakwah (Kajian Ontologi, Epistemologi, Aksiologi, dan Aplikasi Dakwah). Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- Aziz, M. A. (2017). Ilmu Dakwah. Jakarta: Kencana.
- Bambang, I., & Tamara, P. (2013). Dasar-Dasar Desain. Bogor : Griya Kreasi.
- Chanifah, Siti. (2019). Produksi Logika Desain Pesan pada Akun Instagram Selebgram dalam Menciptakan Konten Life Style (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Pemilik Akun Instagram Produksi Logika Desain Pesanoleh @\_meizda dan @abdugp. Skripsi. Jurusan Ilmu Komunikasi. UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta.
- Charles, R.B., Rollof, M.E., & Roskos-Ewoldsen, D. (2021). Proses Produksi Pesan (Handbook Ilmu Komunikasi). Jakarta: Nusa Media.
- Datareportal.com, diakses 15 Juli 2022
- Dewi, E., Mukarom, Z., & Ridwan, A. (2018). Wayang Golek sebagai Media Dakwah. Jurnal Komuniaksi dan Penyiaran Islam, 3(2): 187
- Jannah, F.M. (2021). Desain Grafis Sebagai Media Dakwah (Studi Deskriptif Desain Grafis Sebagai Media Dakwah di Lembaga Dakwah Mahasiswa (LDM) UIN
- Sunan Gunung Djati Bandung). Skripsi. Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam. Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati, Bandung
- Kusnawan, A., Athallah, & Salma, F.Z.F. (2022). Reactualization of Dakwah in The Era of Industrial Revolution 4.0 Through Training in Graphic Design of Dakwah Content. Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies, 16(1): 57.

- Naurah, T., & Susanti, S. (2021). Produksi Konten Visual dan Audiovisual Media Sosial Lembaga Sensor Film. *Jurnal Common*, 5(1):50
- Maharsi, Indiria. (2016). Ilustrasi. Yogyakarta: Badan Penerbit ISI Yogyakarta.
- Masyri, A.R., Mahmuddin., & Mahmud H. (2022). Da'wah Model Through Facebook Social Media Platform. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 16(1): 151.
- Meleong, L. J. (2017). Metodologi penelitian kualitatif. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Morissan. (2018). Teori Komunikasi Individu Hingga Massa . Jakarta: Prenadamedia Group.
- Muradi. Ahmad. (2015). Pembelajaran Menulis Bahasa Arab: Dalam Perspektif Komunikatif. Jakarta: Prenada Media Group
- Rahardjo, Mudjia. (2017). Studi Kasus dalam Penelitian Kualitatif. [Online] diakses 10 Juni 2022, dari <http://repository.uin-malang.ac.id/1104/1/Studi-kasus-dalam-penelitian-kualitatif.pdf>.
- Ridwan, Aang. (2022). Filsafat dan Etika Dakwah. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.
- Saputra, W. (2012). Pengantar ilmu Dakwah . Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Triningsih, D. E. (2018). Diksi (Pilihan Kata). Klaten : PT Macanan Jaya Cemerlang.