



Dakwah Melalui Poster Media Sosial Instagram

Muhammad Awaludin^{1*}, Chatib Saefullah¹, Tata Sukayat¹

¹Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati, Bandung

*Email : m.awalludiin@gmail.com

ABSTRAK

Tulisan ini bertujuan untuk mengetahui analisis poster, makna pesan dakwah, daya tarik desain dakwah poster akun @jendelamuslim.id. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif yang bermaksud membuat pemaparan perihal kejadian yang terjadi. Penelitian deskriptif mempunyai tujuan untuk menciptakan pemaparan secara terstruktur, objektif serta cermat tentang fenomena dan sifat sebuah masyarakat atau kelompok tertentu. Penelitian menunjukkan bahwa @jendelamuslim.id hampir semuanya mengandung unsur desain grafis diantaranya: garis, bentuk, tekstur, gelap terang, ukuran, warna, tipografi, serta memiliki prinsip komunikasi visual : keseimbangan dan kesatuan. Pesan dakwah yang terkandung dalam akun Instagram @jendelamuslim.id adalah pesan yang mengandung pesan akidah, ibadah, dan akhlak.

Kata Kunci : Deskriptif; Desain Poster; Jendelamuslim.id

ABSTRACT

This paper aims to determine the presentation of da'wah messages through graphic design associated with its elements and the interpretation of da'wah messages distributed through the @jendelamuslim.id account poster. The method used in this study is a descriptive method which intends to make an explanation of the events that occurred. Descriptive research has the aim of creating a structured, objective and accurate explanation of the phenomena and characteristics of a particular society or group. Research shows that almost all of @jendelamuslim.id contains elements of graphic design including: line, shape, texture, dark and light, size, color, typography, and has the principle of visual communication: balance and unity. Da'wah messages contained in the @jendelamuslim.id Instagram account are messages that contain messages of faith, worship, and morals.

Keywords : Descriptive; Poster Design; Jendelamuslim.id

PENDAHULUAN

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. 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) (Pamungkas, 2012: 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 trobosan 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. 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 penjelasan yang detail dari setiap materinya yang disampaikannya yang bersumber dari berbagai kutipan dari Al-Qur'an, Hadist, ataupun para ulama.

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 seeperti audio atau pun video sehingga muncullah istilah video grafis seperti yang kita kenal sekarang (Kusrianto, 2007: 11).

Penelitian yang saling terkait membahas tentang Analisis Isi tentang penyajian pesan dakwah telah banyak dilakukan. Diantara penelitian tersebut adalah penelitian oleh Isabellita yang berjudul “Model Penyajian Pesan Dakwah Di Media Sosial Instagram Analisis Isi Pesan Dakwah pada Desain Grafis di Akun Official @Kartun.Muslimah”. Kedua, “Strategi Muslim Desainer Community (MDC) dalam Mengembangkan Komunikasi Visual sebagai Media Dakwah” penelitian ini dilakukan oleh Vanny Rosa Marini. Dan penelitiana oleh Andu Pranata dengan judul “Desain Grafis Akun Berdakwah sebagai Media Dakwah Studi Deskriptif Terhadap Media Sosial Line”.

Penelitian ini dengan penelitian yang sebelumnya memiliki persamaan dan juga perbedaannya. Diantara persamaannya adalah terdapat pada teori serta metode yang digunakan,. Sedangkan perbedaannya terdapat pada objek penelitian serta media yang digunakan.

Berdasarkan pemaparan di atas, maka pertanyaan penelitian meliputi : bagaimana analisis poster dakwah poster akun @jendelamuslim.id, bagaimana makna pesan dakwah, serta bagaimana daya tarik desain dakwah poster akun @jendelamuslim.id?

Pada proses penelitian ini metode yang digunakan ialah analisis isi yaitu metode yang dilakukan dengan cara menganalisis dengan teknik yang sistematis serta mengolah isi dari pesan atau data informasi baik dalam bentuk media cetak ataupun media elektronik yang memiliki kaitan dengan komunikasi atau isi dari komunikasi (Bungin, 2011: 163).

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik penelitian analisis isi. Penelitian analisis isi menekankan pada isi dari komunikasi tersebut secara kualitatif serta apa yang menjadi pertanyaan pada apa yang telah dirumuskan akan dijawab karena metode ini mengacu pada cara yang menganalisis langsung pada aspek isi teks dengan jelas dan langsung.

LANDASAN TEORITIS

Dalam sebuah penelitian pada suatu objek tentu akan berlandaskan kepada pokok bahasan yang menjadi variable penelitian. Pembahasan tentang variable ini menjadi teori dan azas penelitian itu sendiri. Begitu pula dengan penelitian tentang dakwah melalui poster media sosial Instagram, peneliti membekali diri dengan komponen bahasan yang terdiri analisis isi, poster, dan juga @jendelamuslim.id.

Berdasarkan konsep penelitian yang dilakukan, 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) (Mulyana, 2001: 16). Serta teori tentang komunikasi visual yang didalamnya meliputi garis (line), bentuk (shape), tekstur (texture), gelap terang (contrast), ukuran (size), dan warna (color) (Anggraini, 2014: 41).

Secara esensial unsur says 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..

Dalam penelitian ini, yang menjadi subjek penelitiannya adalah Komunikasi. Secara bahasa kata Komunikasi berasal dari Bahasa Inggris yaitu communication atau communis yang berarti “sama”, dan communico, communication atau communicare yang berarti “membuat sama”, istilah pertama (communis). Menurut Everett M. Rogers, komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber lepas suatu penerima dengan niat atau lebih dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka Komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah) atau elektronik (radio, televisi dan internet), yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan dan ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar dibanyak tempat, anonim, dan heterogen. Pesan-pesannya bersifat umum, disampaikan secara cepat, serentak dan selintas (khususnya media

elektronik). Untuk menciptakan sebuah komunikasi yang efektif setidaknya harus mengandung 5 unsur komunikasi, yaitu Sumber (source), Pesan, Media, Penerima (receiver), Efek (effect) (Mulyana, 2001: 69).

Kemudian istilah Desain sendiri secara etimologi berasal dari beberapa serapan bahasa yang diambil dari bahasa itali yaitu "Designo" yang secara gramatikal berarti gambar. Kata desain tersebut dapat digunakan pada berbagai kalimat, baik kata benda maupun kata kerja. Apalagi sebagai kata kerja, istilah "desain" dapat diartikan sebagai proses dalam membuat atau menciptakan sebuah obyek baru. Sedangkan dalam kata benda, istilah "desain" dapat digunakan sebagai hasil akhir dari sebuah proses kreatif, baik itu berwujud sebuah rencana, proposal atau berbentuk karya nyata. (Anggraini, 2014: 14).

Desain grafis belakangan lebih sering disebut "Desain Komunikasi Visual" atau disingkat menjadi DKV sebab memiliki peran mengomunikasikan pesan atau informasi kepada pembaca dengan berbagai kekuatan visual, seperti tipografi, ilustrasi, warna, garis, layout, dan sebagainya dengan bantuan teknologi. Dalam beberapa kasus, istilah DKV dianggap lebih dapat menampung perkembangan desain grafis yang semakin luas, tidak terbatas pada penggunaan unsur-unsur grafis (visual).

Desain komunikasi visual adalah ilmu yang mempelajari konsep komunikasi dan ungkapan daya kreatif, yang diaplikasikan dalam berbagai media komunikasi visual dengan mengolah elemen desain grafis yang terdiri dari atas gambar (ilustrasi), huruf dan tipografi, warna, komposisi, dan lay-out. Semua itu dilakukan guna menyampaikan pesan secara audio, dan/atau audio visual kepada target sasaran yang dituju (Tinarbuko, 2003: 4).

Menurut definisinya, desain komunikasi visual adalah suatu disiplin ilmu yang bertujuan mempelajari konsep-konsep komunikasi serta ungkapan kreatif melalui berbagai media untuk menyampaikan pesan dan gagasan secara visual dengan mengelola elemen-elemen grafis. Dengan demikian, gagasan bisa diterima oleh orang atau kelompok yang menjadi sasaran pesan (Tinarbuko, 2003: 24).

Didasari oleh kebutuhan fungsional komunikasi dan desain komunikasi visual pada ranah dakwah Islam, maka kiranya dapat dikemukakan Komunikasi Visual adalah salah satu dari macam-macam komunikasi yang menggunakan bahasa visual, di mana unsur dasar bahasa visual yang menjadi kekuatan utama dalam penyampaian pesan untuk khalayak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Akun instagram@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 penjelasan yang detail dari setiap materinya yang disampaikannya yang bersumber dari berbagai kutipan dari Al-Qur'an, Hadist, ataupun para ulama. Pemilik akun Instagram @Jendelamuslim.id ini berasal dari Jakarta, berdasarkan pertanyaan penulis melalui dirrect messege pada akun sosial media instagramnya. Dalam mengelola akun tersebut dia melakukannya seorang diri.

Sampai sekarang terbukti melalui profil akun tersebut pengikutnya hingga saat ini telah mencapai 111 K atau 111 ribu pengikut atau followers serta sebanyak 107 postings Poster. Pada bio akun tersebut juga disertakan link atau alamat URL yang merujuk kepada grup telegram yang dimana berisi ayat-ayat Al-Qur'an ataupun Hadist yang dapat memotivasi para pembacanya. Dalam profil akun Instagram, Akun @Jendelamuslim.id juga mengikuti beberapa ustadz kondang yang ada di Indonesia diantaranya yaitu akun Ustadz Adi hidayat serta Ustadz Khalid basalamah dan Ustadz Dr. Firanda Andirja.

Analisis Poster Jendelamuslim.id sebagai Media Dakwah

Desain komunikasi visual atau biasa disingkat dengan DKV yang oleh sebagian kalangan juga disebut sebagai desain grafis ini dikenal di dunia pendidikan sebagai ilmu tentang merancang konsep yang matang dengan memberikan solusi terbaik melalui visual. DKV menduduki peran penting tentang bagaimana menyampaikan informasi. Inilah alasan terkuat Jendela Muslim menjadikan DKV sebagai andalannya, karena DKV merupakan media yang cukup kuat untuk mempengaruhi orang (Rustan, 2009: 28).

Menurut Surianto Rustan, seorang pakar dan praktisi desain komunikasi visual menyebutkan bahwa manusia berpikir secara visual (dengan gambar, bukan tulisan) dan dalam beberapa kasus, menyampaikan pesan dengan gambar bisa lebih efektif dibandingkan tulisan (Rustan, 2009: 28). Bagi orang-orang yang kesulitan menangkap pesan dakwah secara verbal maupun dengan tulisan, desain komunikasi visual akan menjadi sebuah media dakwah yang efektif.

Desain komunikasi visual yang baik dapat mempengaruhi orang (Rustan, 2009: 28), sebagaimana dakwah yang ditujukan untuk mempengaruhi, mendorong orang kepada jalan Allah subhanahu wa ta'ala. Sehingga jika dakwah dan DKV disatukan bisa menciptakan sebuah media dakwah yang baru dan menarik.

Sesuai dengan slogan yang dibawa oleh pembuat akun @Jendelamuslim.id yang berdasarkan Hadist Nabi yang diriwayatkan oleh Bukhari no: 3461 yaitu "Sampaikanlah dariku, Meskipun satu ayat" yang maksudnya bagaimana kita sebagai seorang muslim, yakni kita memiliki kewajiban untuk berdakwah. Maka sampaikanlah apa yang sudah kita ketahui saja, baik itu berupa ayat, hadits atau sebuah nasihat yang sudah kita dapat dari pada ulama dan shalihin. Itu sudah cukup mendatangkan banyak kebaikan. Jangan katakana "Saya bukan ulama".

Oleh karena itu @Jendelamuslim.id mencoba menyebarkan dakwah diranah desain komunikasi visual (DKV). Selama ini DKV hanya disentuh oleh kalangan yang berasal dari ranah non-dakwah, sehingga media dakwah yang ada terlihat standar dan kurang menarik jika dibandingkan dengan media-media informasi yang tidak bermuatan dakwah. Contohnya, poster-poster, spanduk, leaflet dari informasi acara olahraga, konser musik atau iklan rokok terlihat lebih menarik dan eye-catching dibandingkan poster pengajian dan majelis. Gerlach dan Ely dalam Arsyad, menyebut secara garis besar media meliputi manusia, materi, dan lingkungan yang membuat orang lain memperoleh pengetahuan, sikap dan keterampilan (Arsyad, 2006: 3).

Adapun Analisis desain grafis @Jendelamuslim.Id Sebagai Media dakwah terhadap poster yang dibagikan dalam penggunaan unsur-unsur desain grafis melalui akun Instagram tersebut serta untuk dapat menganalisis pesan dakwah pada materi dalam postingan akun instagram Jendela Muslim, penulis menggunakan teori desain grafis. Teori desain grafis yang digunakan untuk menganalisis poster pada postingan Jendela Muslim agar dapat mengetahui makna tersirat yang terdapat dalam poster tersebut secara pembahasan desain grafis disini hal yang diteliti adalah interpretasi dakwah dan unsur-unsur desain grafis seperti garis, bentuk, tekstur, gelap terang, ukuran, warna dan tipografi yang dilihat dari dua prinsip komunikasi visual yaitu keseimbangan (balance) dan kesatuan (unity). (Anggraini, 2014: 14).

Berikut ini adalah beberapa kategori pesan dakwah terhadap poster yang dibagikan Akun instagram @Jendelamuslim.id terhitung sejak awal tahun 2020 sebagai berikut

Pertama berdasarkan kategori pesan akidah, Akidah merupakan kepercayaan atau keyakinan yang berada dalam hati yang hanya dapat dirasakan. Tauhid sesuai esensinya dibagi menjadi dua bagian, yaitu: *Tauhid ulubiyah*, yakni meyakini bahwa Allah adalah Tuhan Yang Maha Esa yang harus diibadati tanpa

memperserikatkan-Nya. *Tauhid Rububiyah*, yakni meyakini bahwa Allah pencipta, pemilik, penguasa, pemimpin dan pemelihara alam semesta (Isabellita, 2018: 44)

Berikut adalah penggalan Poster dai Jendelamuslim.id yang termasuk kategori pesan Akidah:



Sumber: Instagram @jendelamuslim.id

Gambar 1. Ilustrasi seorang bapak sedang berjalan

Interpretasi dari poster sebagaimana nampak dalam gambar 1, lebih terletak pada tipografi dan objek pada pemuda tersebut. Objek pemuda pada gambar menerangkan tentang agar selalu mengingat kepada sang pencipta dan selalu bersyukur kepada Allah SWT walaupun ditimpa keletihan karena mengangkat dagangannya. Sedangkan tipografi menjelaskan tentang Iman kepada Allah SWT yang harus kita yakini sebagai pemilik hati dengan mengutip kata dari kitab Kitab merupakan kumpulan sabda-sabda Tuhan sebagai perwujudan ayat-ayat yang diwahyukan (Ridwan, 2009: 707). Secara visual poster ini didominasi dengan warna orange, karena warna orange memberikan kesan semangat (Ernawati, 2019: 30). Seberapa letih pun kita dalam beraktifitas tidak jadi penghalang buat selalu mengingat dan bersyukur kepada Allah SWT.

Tabel 1. Keterangan Gambar 1

Unsur-Unsur Desain Komunikasi Visual	Keterangan
Garis	Garis nampak terlihat berbentuk garis lurus dan melengkung di bagian objek dalam hal ini gambar terlihat lebih tenang, formal, namun tetap profesional.
Tipografi	Menggunakan jenis huruf MC Sans serif yang tegas dan lebih modern, nampak berwarna coklat tua dan dalam makna tipografinya juga dapat diketahui agar selalu mengingat kepada Allah SWT, dengan penekanan pada kalimat tersebut

diperbesar ukurannya dari kata yang lain didalam kalimat.

Warna	Warna oren tua pada dasar menerangkan bahwa ada kehangatan dan kegembiraan jika berharap hanya kepada Allah, dan didukung oleh teks.
Tekstur	Tekstur untuk fotografi adalah tekstur semu.
Gelap terang	Gambar ini menggunakan teknik gelap terang yang dimana terdapat perbedaan baik warna atau titik fokus.
Ukuran	Objek terlihat jelas seorang pemuda yang sedang berniaga sambal mengucap "Basmalah" menandakan ia hanya mengingat All SWT
Bentuk	Bentuk menggunakan bentuk geometrik dimana bentuknya dapat diukur.
Prinsip Desain Komunikasi Visual	Keterangan
Kesatuan	Keseluruhan tampak harmonis, terdapat kesatuan antara tema, tipografi, ilustrasi/foto dan warna
Keseimbangan	Keseimbangan asimetris/informal penyusunan elemen desain yang tidak sama antara sisi kanan dengan kiri atau atas dengan bawah, namun tetap terasa seimbang.

Sumber: Hasil penelitian

Media dakwah yang digunakan oleh Jendelamuslim.id sebagaimana dalam tabel 1 mengungkapkan bahwa poster tersebut sudah menggunakan unsur-unsur desain grafis yaitu garis, bentuk, tekstur, gelap terang, ukuran, warna, tipografi, serta mencakup prinsip komunikasi visual seperti keseimbangan dan kesatuan (Anggraini, 2014: 41).



Sumber: Instagram @jendelamuslim.id

Gambar 2. Ilustrasi seseorang kehilangan hartanya

Interpretasi dakwah pada poster sebagaimana nampak dalam gambar 2, bahwasanya apapun masalah atau musibah jangan pernah lupa Allah walau seberat apapun masalahnya kita harus tetap mengingat Allah SWT karena semua harta atau kekayaan yang dimiliki oleh kita sekarang hanyalah titipan dari sang Ilahi dan diberikannya musibah guna mengingatkan kita kepada Allah supaya lebih dekat. Oleh karena itu, untuk selalu ingat kepada Allah yaitu dengan menjalankan perintah-Nya.

Tabel 2. Keterangan Gambar 2

Unsur-Unsur Desain Komunikasi Visual	Keterangan
Garis	Garis nampak terlihat berbentuk garis lurus dan melengkung di bagian objek dalam hal ini gambar terlihat lebih panic dan sedih, namun tetap profesional.
Tipografi	Menggunakan jenis huruf MC Sans serif yang tegas dan lebih modern, nampak berwarna hitam soft dan memperlihatkan kejelasan dalam sebuah gambar
Warna	Menggunakan warna dasar abu-abu, kebanyakan orang menerangkan bahwa melambangkan kesedihan, namun warna abu-abu pada latar menunjukkan kesederhanaan namun tetap elegan pada gambar. Warna ungu pada pakaian yang digunakan objek yang menghadirkan spritualis dan warna warna pendukung seperti cokelat lebih

menunjukkan benda yang ada pada kehidupan nyata.

Tekstur	Tekstur untuk fotografi adalah tekstur semu.
Gelap terang	Gambar ini menggunakan teknik gelap terang yang dimana terdapat perbedaan baik warna atau titik fokus.
Ukuran	Objek terlihat jelas seorang pemuda yang sedang menenangkan temannya yang terkena musibah dengan sambil menyurun mengucapkan kalimat “istigfar”
Bentuk	Bentuk menggunakan bentuk geometrik dimana bentuknya dapat diukur.
Prinsip Desain Komunikasi Visual	Keterangan
Kesatuan	Keseluruhan tampak harmonis, terdapat kesatuan antara tema, tipografi, ilustrasi/foto dan warna
Keseimbangan	Keseimbangan asimetris/informal penyusunan elemen desain yang tidak sama antara sisi kanan dengan kiri atau atas dengan bawah, namun tetap terasa seimbang.

Sumber: Hasil penelitian

Media dakwah yang digunakan oleh Jendelamuslim.id sebagaimana dalam tabel 2, mengungkapkan bahwa poster tersebut sudah menggunakan unsur-unsur desain grafis yaitu garis, bentuk, tekstur, gelap terang, ukuran, warna, tipografi, serta mencakup prinsip komunikasi visual seperti keseimbangan dan kesatuan (Anggraini, 2014: 41).

Makna Pesan Dakwah dalam Poster Akun Jendelamuslim.id

Salah satu unsur yang paling penting dalam proses dakwah adalah materi yang akan disampaikan. Cara menyampaikan materi dakwah bisa lewat berbagai macam. Dalam penelitian ini, maudhu (pesan dakwah) yang akan disampaikan kepada mad'u (Sasaran dakwah) berupa poster. Materi dakwah yang berupa poster tersebut Sebuah desain grafis yang bagus memberikan sebuah nilai tambah terhadap penyajian pesan dakwah. Menurut penelitian, dari seluruh kegiatan penginderaan manusia, 80 % adalah penginderaan melalui penglihatan atau

kasatmata (visual) (Cenadi, 2000: 92). Karena itulah, unsur-unsur grafis dari kemasan antara lain: warna, bentuk, gelap terang, ilustrasi, huruf dan tata letak merupakan unsur visual yang mempunyai peran terbesar dalam proses penyampaian pesan secara kasat mata (visual communication) (Cenadi, 2000: 92).

Pada akun instagram @Jendelamuslim.id materi atau pesan dakwah yang sering dibahas yaitu tentang permasalahan-permasalahan umat Muslim saat ini dengan memberikan motivasi serta menambahkan rujukan ayat Al-Quran atau Hadist pada setiap topik yang dibahas pada poster akun Jendela Muslim, disampaikan dengan konsep yang menarik, bertujuan agar pesan yang ingin disampaikan bisa dengan mudah diterima oleh pengikut (followers) dan memberikan motivasi serta petunjuk tentang masalah masalah yang sering terjadi dikehidupan ini. Dalam memilih materi pesan dakwah pilihan ini, dibutuhkan riset yang mendalam agar informasi yang disampaikan sesuai dengan ajaran Islam dalam Al-Qur'an dan Hadits, sehingga ketika poster itu diunggah tidak terjadi perdebatan.

Terkadang kebanyakan masyarakat muda terprovokasi oleh isu-isu yang belum tentu benar. Oleh karena itu @jendelamuslim.id memilih materi dakwah pilihan dengan tujuan agar sama-sama mengkaji isu-isu yang sedang ramai dibicarakan agar tidak salah tanggap dan memperkaya ilmu bagi para mad'u. Oleh karena itu, penulis memilih beberapa materi pesan dakwah pilihan dari akun Instagram @Jendelamuslim.id yang akan dibahas dengan makna bagi para Mad'u atau followersnya. Berikut ini beberapa makna pesan dakwah yang akan saya dikategorikan berdasarkan Akidah, Akhlak dan Syariah.



Sumber: Instagram @jendelamuslim.id

Gambar 3. Pesan dakwah tentang Khusnudzan

Pesan dakwah yang terkandung merupakan pesan tentang Khusnudzan Sebagaimana nampak dalam gambar 3, ada gambar 2 ilustrasi orang dalam poster ini yang mendominasi, Dominance yang berarti keunggulan. Sifat unggul dan istimewa ini akan menjadikan suatu unsur sebagai penarik dan pusat perhatian.

Dalam dunia desain, dominasi sering juga disebut Center of Interest, Focal Point dan Eye Catcher (Yulius, 2016: 44). sedang mengingatkan salah satunya dengan penamahan sebuah ayat suci Al-Quran supaya memperjelas maksud daripada poster tersebut.

Allah akan menggantikannya dengan yang lebih baik. Karena Allah itu maha Adil, karena dibalik musibah ada hikmah, menghapus dosa dan meninggikan derajat. Jangan lupa bersyukur bagaimanapun kondisinya. Ketika bersyukur merupakan bagian dari keimanan kepada Allah. Untuk selalu merasa berprasangka baik kepada Allah, walaupun terkena musibah. Ketika yakin kepada Allah. Bahwa sesungguhnya Allah itu maha Adil, maka sebagian akhlak kepada Allah untuk selalu yakin keagungan dan kebesaran kuasa Allah SWT, dalam hal ini agar disuruh khusnudzan kepada Allah.

Sikap **h**usnudzon akan melahirkan keyakinan bahwa segala kenikmatan dan kebaikan yang diterima manusia berasal dari Allah, Sedangkan keburukan yang menimpa manusia disebabkan dosa dan kemaksiatannya. Tidak seorang pun bisa lari dari takdir yang telah ditetapkan Allah. Tidak ada yang terjadi di alam semesta ini melainkan apa yang Dia kehendaki dan Allah SWT tidak meridhai kekufuran untuk hambaNya, Allah SWT telah menganugerahkan kepada manusia kemampuan untuk memilih dan berikhtiar. Segala perbuatannya terjadi atas pilihan dan kemampuannya yang harus dipertanggungjawabkan di hadapan Allah SWT



(Rohman, 2009: 86).

Analisis isi diketahui lambang/symbol berupa gambar pada objek dan teksnya, kemudian klarifikasi data berupa objek dan teks pada gambar dan data berupa pesan dakwah yang mengandung pesan Akidah.

Sumber: Instagram @jendelamuslim.id

Gambar 4. Pesan dakwah tentang Bersyukur.

Pesan dakwah yang menerangkan tentang “jika kamu tidak bersyukur dengan apa yang kamu dapatkan sekarang, bagaimana Allah akan menambahnya?” Sebagaimana nampak dalam gambar 4, kalimat tersebut merupakan pengingat

sekaligus sindiran bagi orang-orang yang kurang bersyukur atas apa yang telah mereka dapatkan. Manusia yang senantiasa bersyukur kepada Allah memiliki kemuliaan dan keistimewaan dibandingkan yang lain. Ia akan selalu merasakan nikmat Allah dalam hidupnya. Rasa syukur dan merasakan kehadiran nikmat itu selalu bersama. Semakin banyak seseorang bersyukur, semakin banyak nikmat Allah yang dirasakannya. Semakin banyak nikmat yang ia rasakan, semakin dalam rasa syukurnya pada Allah. Keberadaan orang-orang yang seperti ini akan selalu disertai oleh anugerah Allah. Di mana pun ia berada dan kondisi apa pun yang ia alami, Allah selalu melimpahkan keberkahan padanya. Seperti yang tercantum



dalam Q.S Ibrahim: 7

“Dan (ingatlah juga), tatkala Tuhanmu memaklumkan; "Sesungguhnya jika kamu bersyukur, pasti Kami akan menambah (nikmat) kepadamu, dan jika kamu mengingkari (nikmat-Ku), maka sesungguhnya azab-Ku sangat pedih". (Depag, 2012: 51).

Sumber: Instagram @jendelamuslim.id

Gambar 5. Pesan dakwah tentang Infaq.

Interpretasi dari poster sebagaimana nampak dalam gambar 5, tipografi dan objek pada pemuda tersebut menerangkan tentang agar selalu mengingat untuk jangan lupa menyisihkan sebagian harta yang dimilikinya dengan penambahan sebuah ayat suci Al-Quran supaya memperjelas maksud daripada poster tersebut dan juga memperkuat pondasi dari pesan yang disampaikan. Ada empat buah prinsip pokok tipografi yang sangat mempengaruhi keberhasilan suatu desain tipografi yaitu legibility, clarity, visibility, dan readability. Legibility adalah kualitas pada huruf yang membuat huruf tersebut dapat terbaca dalam suatu karya desain (Wijaya, 1999: 51).

Manusia memang diciptakan dengan kecenderungan mencintai harta benda. Semua manusia memiliki kecenderungan ini. Tidak ada manusia yang tidak mencintai hartanya. Orang-orang beriman yang rajin bersedekah pun, bukan orang-orang yang tidak mencintai hartanya. Tetapi mereka mampu menekan

kecintaan itu sehingga tidak melebihi cintanya pada Allah, Rasul-Nya dan jihad fi sabilillah. Infaq menjadi salah satu cara Agama Islam untuk mengajarkan umatnya selalu berlomba-lomba melakukan kebaikan. Dalam ajaran Islam, hukum infaq tertuang secara jelas dalam Al Quran dan hadits, yakni tidak lain merupakan salah satu bentuk ibadah. Seorang muslim memang secara bebas boleh berinfaq kepada kaum dhuafa, miskin, ataupun anak yatim. Namun, sebelum melakukan infaq kepada orang-orang tersebut, ada baiknya untuk lebih mendahulukan keluarga dekat, keluarga jauh, tetangga, ataupun teman sejawat yang tengah dalam kondisi membutuhkan bantuan secara ekonomi.

Analisis isi diketahui lambang/symbol berupa gambar pada objek dan teksnya, kemudian klarifikasi data berupa objek dan teks pada poster tersebut dan data berupa pesan dakwah yang mengandung pesan ibadah.

Mutu lain dari sebuah penyajian pesan dinilai dari kemampuannya dalam memenuhi fungsi, di mana penyajian pesan dituntut untuk memiliki daya tarik yang lebih besar daripada makna pesan di dalamnya. Keberhasilan daya tarik kemasan ditentukan oleh estetika yang menjadi bahan pertimbangan sejak awal perencanaan penyajian pesan karena pada dasarnya nilai estetika harus terkandung dalam keserasian antara bentuk dan penataan desain grafis tanpa melupakan kesan dan makna pada pesan dakwah itu sendiri. Kemudian setelah penulis melakukan analisa diketahui jenis poster sesuai dengan makna pesannya, adapun jenis poster tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Daya Tarik Desain Dakwah Akun Jendela Muslim

Bahasa desain grafis adalah bahasa visual, bahasa simbol yang diungkapkan melalui gambar, warna tipografi dan lainnya. Grafis harus dapat mengantarkan penyajian pesan yang ingin disampaikan oleh Da'i (pendakwah) lewat kemasan yang diciptakan, baik informasi mengenai isi maupun penjelasan makna mengenai materi pesan tersebut. Pemilihan tipe huruf yang berkarakter sesuai dengan pesan, dipadu saling menunjang dengan gambar ilustrasi yang tepat, akan membawakan pesan yang langsung ataupun yang tidak langsung dari pesan dakwah tersebut terhadap kualitas dan nilainya. Gambar dan tulisan (teks), tidak saja penting sebagai daya tarik tetapi terutama cerdas untuk berkomunikasi dengan pemilihan bahasa dan kata kata yang menarik melalui keterangkanketerangan yang diinginkan. Teks haruslah jelas, singkat, benar, mudah terbaca dan menyatu dengan desain keseluruhan.

Penyajian pesan melalui desain grafis yang baik tersebut harus simple (sederhana), fungsional dan menciptakan respons emosional positif yang secara tidak langsung "berkata", "ingatlah!" "marilah!". Atau kata seruan seruan yang lainnya. Penyajian pesan harus dapat menarik perhatian secara visual, emosional dan

rasional, agar berhasil, maka penyajian sebuah pesan harus mempunyai daya tarik. Daya tarik pada penyajian pesan dapat digolongkan menjadi dua, yaitu *Daya Tarik visual (estetika)*, ialah Sebuah desain grafis yang bagus memberikan sebuah nilai tambah terhadap penyajian pesan dakwah. Menurut penelitian, dari seluruh kegiatan penginderaan manusia, 80 % adalah penginderaan melalui penglihatan atau kasatmata (visual). Karena itulah, unsur-unsur grafis dari kemasan antara lain: warna, bentuk, merek, ilustrasi, huruf dan tata letak merupakan unsur visual yang mempunyai peran terbesar dalam proses penyampaian pesan secara kasat mata (visual communication) (Cenadi, 2000: 92). Dan *Daya Tarik Praktis (fungsional)*, ialah Daya tarik praktis merupakan efektivitas dan efisiensi suatu penyajian pesan yang ditujukan kepada followers (Mad'u/sasaran dakwah). Misalnya, untuk kemudahan untuk meshare atau membagikan kepada yang lainnya, karena resolusi gambar pada desain grafis di media sosial ini tidaklah besar seperti halnya dakwah melalui media sosial menggunakan video dan lainnya. Beberapa daya tarik praktis lainnya yang perlu dipertimbangkan antara lain: Meningkatkan daya ingat, dapat menghilangkan kejenuhan, Membuat pikiran nyaman/fresh, dan Sumber inspirasi.

Diketahui bahwa interpretasi pesan dakwah terhadap poster yang dikaitkan dengan unsur komunikasi visual seperti: garis, bentuk, tekstur, gelap terang, ukuran, warna, tipografi, serta mencakup prinsip komunikasi visual seperti keseimbangan dan kesatuan.

Terhitung mulai dari tanggal 3 Januari sampai tanggal 7 September 2020 dengan total semua postingan mencapai 64 postingan poster tetapi hanya sebagian poster yang diambil untuk kebutuhan penelitian ini, hampir seluruh poster yang diposting oleh akun @jendelamuslim.id seluruhnya memenuhi unsur-unsur komunikasi visual/desain grafis seperti: garis, bentuk, tekstur, gelap terang, ukuran, warna, tipografi, serta mencakup prinsip komunikasi visual seperti keseimbangan dan kesatuan (Anggraini, 2014: 41). Hal ini terjadi karena poster yang diposting oleh akun @jendelamuslim.id, dalam pembuatannya selalu memasukan objek/ilustrasi yang sangat menarik dengan memasukan unsur-unsur desain komunikasi visual serta teks yang dapat membantu dalam memahami isi pesan yang diangkat dalam poster tersebut. Sehingga kemasan atau penyajian pesan dakwah yang dilakukan akun @jendelamuslim.id terlihat sangat menarik dan eye catching bagi para mad'u (sasaran dakwah) atau followers dari akun tersebut ataupun orang lain.

PENUTUP

Setelah melakukan pengamatan dan analisis pada bab sebelumnya, kesimpulan hasil pada penelitian ini mengacu pada fokus masalah yang sudah ditetapkan berdasarkan pada teori dan penerapannya pada objek penelitian. Pada penelitian ditemukan tiga kesimpulan utama.

Pertama, Akun instagram @jendelamuslim.id merupakan akun yang menyebarkan dakwah melalui media sosial yang tidak hanya media sosial Instagram. Kemudian poster pada akun @jendelamuslim.id hampir semuanya mengandung unsur desain grafis yaitu poster yang memenuhi diantaranya: garis, bentuk, tekstur, gelap terang, ukuran, warna, tipografi, serta memiliki prinsip komunikasi visual yaitu keseimbangan dan kesatuan yang dapat mendukung dalam dakwah bil qalam dalam terjadinya proses penyebaran pesan dakwah dalam desain grafis.

Kedua, Pesan-pesan dakwah yang terkandung dalam akun Instagram @jendelamuslim.id adalah pesan yang mengandung pesan akidah, pesan ibadah, dan pesan akhlak. Pesan yang mengandung pesan akidah adalah pesan yang mengandung keyakinan dalam hati yang hanya dapat dirasakan. Jumlah poster yang mengandung pesan akidah adalah sebanyak 14 poster. Kemudian pesan ibadah adalah pesan yang dianjurkan melakukan apa yang diperintahkan-Nya dan menjauhi apa yang dilarang-Nya, jumlah poster yang mengandung pesan ibadah yaitu sebanyak 23 gambar. Pesan akhlak adalah pesan yang mengandung salah satu sifat yang tertanam dalam jiwa yang mendorong melakukan perbuatan tanpa ada unsur paksaan, jumlah poster yang mengandung pesan akhlak adalah sebanyak 17 poster. Kemudian adapun jumlah poster yang mengandung 2 pesan sekaligus baik itu akidah, akhlak ibadah/syariah adalah sebanyak 8 poster dan jumlah gambar yang mengandung ketiga pesan tersebut seperti akidah, ibadah, dan akhlak yaitu sebanyak 2 poster. Setiap poster yang dibagikan juga berbentuk motivasi untuk diri untuk melakukan kebaikan serta introspeksi diri guna menuju pribadi yang di ridhoi oleh Allah SWT.

Ketiga, Setelah melakukan penelitian tentang dakwah melalui media desain grafis ini, disini penulis mencoba memberikan beberapa saran sebagai implikasi dari sebuah penelitian untuk dapat diketahui dan diperhatikan yaitu sebagai berikut.

Kepada para peneliti selanjutnya yang ingin lebih menggali tentang desain komunikasi visual sebagai media dakwah. Penelitian seperti ini bisa dilakukan dengan objek apapun baik menggunakan media sosial, buku, gambar, artikel, jurnal, dan sebagainya. Banyak objek yang bisa diteliti, perlunya para peneliti selanjutnya untuk mengetahui perkembangan masa kini terhadap isu-isu yang bisa dilakukan penelitian dengan konsep penggunaan media. Karena penggunaan media sangat cepat perkembangannya. Jika tidak cepat tanggap maka akan tertinggal dengan munculnya hal baru di media yang lebih menarik untuk diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, L., & Kirana, N. (2013). *Desain komunikasi visual: Dasar-dasar panduan untuk pemula*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- AS Enjang, & Aliyudin. (2009). *Dasar-dasar ilmu dakwah*. Bandung: Widya Padjajaran.
- Bungin, B. (2011). *Penelitian kualitatif*. Jakarta: Kencana Predana Media Group.
- Cenadi, C. S. (2000). Peranan desain kemasan dalam dunia pemasaran. *Nirmana*, 2(1), 92–103.
- Ernawat. (2019). Analisis tanda pada karya desain komunikasi visual. *Art and Design Journal*, 2(1), 27–34.
- Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati Bandung. (2019). *Panduan karya tulis ilmiah (penulisan skripsi dan makalah jurnal ilmiah)*. Bandung.
- Hendratman, H. (2010). *Tips and tricks computer graphic design*. Bandung: Informatika.
- Imampuro, R. (1989). *Mengungkap dakwah K.H. Ahmad Dahlan dan K.H. MT's Hasyim Asy'ari Kalipucang Wetan Welahan Jepara*. Semarang: Badan Penerbitan Fakultas Dakwah IAIN Walisongo.
- Isabellita. (2018). *Model penyajian pesan dakwah melalui media sosial Instagram: Analisis isi pesan dakwah pada desain grafis akun official @kartun.muslimah (Skripsi)*. Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.
- Kusrianto, A. (2007). *Pengantar desain komunikasi visual*. Yogyakarta: Andi.
- Mulyana, D. (2008). *Ilmu komunikasi: Suatu pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Moeloeng, L. J. (2007). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: Rosdakarya.
- Morissan. (2013). *Teori komunikasi: Individu hingga massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Pamungkas, M. I. (2012). *Akhlaq Muslim modern membangun karakter generasi muda*. Bandung: Marja.
- Pujiriyanto. (2005). *Desain grafis komputer teori grafis komputer*. Yogyakarta: Andi.
- Ridwan, A. (2009). Monologika: Retorika untuk tabligh Islam. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 4(14).

- Rohman, R. A. (2009). Menjaga akidah dan akhlak. Solo: PT Tiga Serangkai Pustaka Mandiri.
- Rustan, S. (2009). Mendesain logo. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Shihab, M. Q. (1997). Membumikan Al-Qur'an: Peran dan fungsi Al-Qur'an dalam kehidupan masyarakat. Bandung: Mizan.
- Suryabrata, S. (2012). Metodologi penelitian. Jakarta: Rajawali Pers.
- Tinarbuko, S. (2003). Semiotika: Analisis tanda pada karya desain komunikasi visual. *Nirmana*, 5(1).
- Wijaya, P. Y. (1999). Tipografi dalam desain komunikasi visual. *Nirmana*, 1(1).
- Ya'qub, H. (1981). Publisistik: Teknik berdakwah dan leadership. Bandung: CV Diponegoro.
- Yulius, Y. (2016). Peranan desain komunikasi visual sebagai pendukung media promosi kesehatan. *Jurnal Seni Desain Dan Budaya*, 1(2).
- Zaidan, A. K. (1983). Dasar-dasar ilmu dakwah. Jakarta: Media Dakwah.

