

**KARYA DESAIN GRAFIS SEBAGAI MEDIA DAKWAH DALAM  
AKUN “SANTRI DESIGN COMMUNITY”  
PADA INSTAGRAM**



Oleh:

**SUGENG NUR OKTAVIANTI**

**NIM: 211016015**

Dosen Pembimbing:

**IRMA RUMTIANING UH, M.SI**

**NIP. 197402171999032001**

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PONOROGO**

**2020**

## ABSTRAK

**OKTAVIANTI, SUGENG NUR.**2020. “Karya Desain Grafis Sebagai Media Dakwah dalam Akun “*Santri Design Community*” pada Instagram”. Skripsi. Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo. Pembimbing: Irma Runtianing UH, M.SI.

**Kata Kunci:** Desain Grafis, Konsep Dakwah, Seni Dakwah

Desain grafis merupakan suatu bentuk komunikasi visual yang menggunakan gambar untuk menyampaikan informasi atau pesan seefektif mungkin. Desain grafis adalah pekerjaan dalam bidang komunikasi visual yang berhubungan dengan grafika (cetakan) dan pada bidang dua dimensi, dan statis (tidak bergerak dan bukan *time based image*). Dalam desain grafis memiliki komponen-komponen penting antara lain yaitu titik, garis, bentuk, kurva, ruang, warna, tekstur. Prinsip dasar dalam desain grafis antara lain memiliki komposisi, keseimbangan, irama, perbandingan, dan kesatuan. Menurut Quraish Shihab, dakwah adalah seruan atau ajakan kepada keinsafan atau usaha mengubah situasi yang lebih baik dan sempurna, baik terhadap pribadi maupun masyarakat. Unsur-unsur dakwah antara lain subjek dakwah, objek dakwah, materi dakwah, metode dakwah, dan media yang digunakan dalam berdakwah. Keberagaman gaya seni dalam Islam dapat diterima apabila tidak bertentangan dengan syariat Islam.

Tujuan yang ingin dicapai dalam pembahasan skripsi ini adalah (1) untuk mendeskripsikan produk desain grafis yang ada dalam akun *Santri Design Community* (SDC), (2) untuk menganalisis pesan dakwah yang terkandung dalam akun *Santri Design Community* (SDC).

Untuk mencapai tujuan tersebut penulis menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dokumentasi. Untuk analisis data menggunakan analisis isi (*content analysis*) dalam menganalisa penelitian.

Dari hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa (1) produk dari *Santri Design Community* adalah poster yang memiliki pesan dakwah melalui media sosial. Dalam poster-poster tersebut digunakan untuk menyampaikan suatu informasi, saran, atau ide-ide tertentu, sehingga dapat merangsang keinginan yang melihat untuk melaksanakan isi tersebut, (2) pesan dakwah yang terkandung dalam akun *Santri Design Community* diteliti kandungan unsur desain grafis dan secara pandangan Islam.

**LEMBAR PERSETUJUAN**

Skripsi atas nama saudari

Nama : Sugeng Nur Oktavianti

NIM : 211016015

Jurusan : Komunikasi Penyiaran Islam


Judul : Karya Desain Grafis Sebagai Media Dakwah dalam Akun  
“*Santri Design Community*” pada Instagram


Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji dalam ujian munaqosah.

Ponorogo, 17 April 2020

**Mengetahui,  
Ketua Jurusan  
KPI**

**Menyetujui,  
Pembimbing**

  
**Dr. Iswahyudi, M.Ag**  
NIP. 197903072003121003

  
**Irma Rumtaning UH, M.S.I**  
NIP. 197402171999032001

**P O N O R O G O**



**KEMENTERIAN AGAMA RI  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
PONOROGO FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB  
DAN DAKWAH**

**PENGESAHAN**

Nama : Sugeng Nur Oktavianti  
NIM : 211016015  
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Judul : Karya Desain Grafis sebagai Media Dakwah dalam Akun  
"Santri Design Community" pada Instagram

Skripsi ini telah dipertahankan pada sidang Munaqasyah Fakultas Ushuluddin,  
Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo pada:

Hari : Kamis  
Tanggal : 03 September 2020

Dan telah diterima oleh tim penguji dan disahkan oleh Dekan Fakultas  
Ushuluddin, Adab dan Dakwah sebagai bagian dari persyaratan untuk  
memperoleh gelar sarjana dalam Komunikasi dan Penyiaran Islam (S.Sos) pada:

Hari : Kamis  
Tanggal : 17 September 2020

**Tim Penguji:**

1. Ketua Sidang : Dr. Iswahyudi, M. Ag.
2. Penguji : Syaiful Arif, M. Ag.
3. Sekretaris : Irma Runtianing UH, M.S.I

(*[Signature]*)  
(*[Signature]*)  
(*[Signature]*)

Ponorogo, 17 September 2020

Mengesahkan  
Dekan,

(*[Signature]*)  
**Dr. H. Ahmad Munir, M.Ag.**

**SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI**

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Sugeng Nur Oktavianti  
NIM : 21106015  
Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah  
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Judul skripsi : Karya Desain Grafis Sebagai Media Dakwah  
Dalam Akun "*Santri Design Community*"  
pada Instagram.

Menyatakan bahwa naskah skripsi/tesis telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di [etheses.iainponorogo.ac.id](http://etheses.iainponorogo.ac.id). adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 16 September 2020

Penulis,



**Sugeng Nur Oktavianti**

**PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN**

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Sugeng Nur Oktavianti  
NIM : 21106015  
Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah  
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Judul : Karya Desain Grafis Sebagai Media Dakwah  
Dalam Akun "*Santri Design Community*"  
pada Instagram.

Dengan ini, menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilan-pengambilan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Ponorogo, 15 September 2020

Yang Membuat Pernyataan

  
**Sugeng Nur Oktavianti**  
**211016015**

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Islam adalah agama yang berisi dengan petunjuk-petunjuk agar manusia secara individual menjadi manusia yang baik, beradab, dan berkualitas, selalu berbuat baik sehingga mampu membangun sebuah peradaban yang maju, sebuah tatanan kehidupan yang manusiawi dalam arti kehidupan yang adil, maju bebas dari segala ancaman, penindasan, dan berbagai kekhawatiran. Agar mencapai yang diinginkan tersebut diperlukan apa yang dinamakan sebagai dakwah. Karena dengan masuknya Islam dalam sejarah umat manusia, agama ini mencoba meyakinkan umat manusia tentang kebenarannya dan menyeru agar menjadi penganutnya.<sup>1</sup>

Dalam memahami makna dakwah, kegiatan dakwah sering di pahami sebagai upaya memberikan pemecah masalah dan penyelesaiannya. Masalah tersebut mencakup aspek ekonomi, sosial, budaya, hukum, politik, sains, teknologi. Untuk itu dakwah haruslah dikemas dengan cara dan metode yang tepat dan pas. Dakwah harus tampil secara aktual, faktual, dan kontekstual. Aktual dalam arti memecahkan masalah yang kekinian dan hangat di tengah masyarakat. Faktual dalam arti konkret dan nyata, serta kontekstual dalam arti relevan dan menyangkut problema yang sedang dihadapi.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup>Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2004), 1.

<sup>2</sup>Suparta, *Metode Dakwah* (Jakarta : Kencana, 2003), xiii.



Sebuah fenomena di mana saat ini kita memasuki suatu abad komunikasi canggih di mana modern dituntut untuk lebih kreatif dalam memanfaatkan ilmu teknologi bagi kehidupannya. Perkembangan teknologi komunikasi yang semakin canggih membawa kemajuan dalam berbagai bidang.

Dakwah dapat memainkan peran dalam menyebarkan informasi tentang Islam seluruh dunia dengan adanya perkembangan teknologi. Keluasan akses yang dimiliki yaitu tanpa adanya batasan wilayah, kultural, dan lainnya dengan mudah teknologi zaman sekarang bisa menyebar luas. Nurcholis Majid mengatakan bahwa, pemanfaatan internet memegang peranan amat penting, maka umat Islam tidak perlu menghindari internet, sebab bila internet tidak dimanfaatkan dengan baik, maka umat Islam sendiri yang akan rugi.<sup>3</sup>

Proses dakwah dalam komunikasi massa, publik terbentuk dimulai oleh adanya pesan dakwah yang aktual (baru, menyangkut kepentingan orang banyak, dan kontroversional) melalui media massa, diterima, dibahas oleh kelompok-kelompok di berbagai tempat yang memiliki perhatian dakwah, pengetahuan dakwah, pengambilan keputusan dakwah.

Awalnya komunikasi dalam media berjalan hanya searah, dalam arti penikmat media hanya bisa menikmati konten yang disajikan sumber media. Namun seiring perkembangan zaman, orang awam sebagai penikmat media

---

<sup>3</sup>Aziz, *Ilmu Dakwah*, 154-156.



tidak lagi hanya bisa menikmati konten dari media yang terpapar padanya, namun sudah bisa ikut serta mengisi konten di media tersebut.<sup>4</sup>

Sering kali anak-anak muda meluapkan apa yang di rasakan melalui sosial media terkhusus melalui Instagram. Semua ide-ide kreatif otak zaman milenial ini bisa tertuangkan dalam sosial media, seperti berpose foto dengan *caption* yang unik, membuat video yang beragam, karya seni menggambar, desain, tutorial dan lain sebagainya.

Dakwah merupakan salah satu *amar ma'ruf nahi munkar*. Media dakwah tak hanya dalam majlis, di era serba canggih kini dakwah bisa di akses melalui media sosial terkhusus di Instagram. Desain grafis salah satu penghubung dakwah melalui sosial media. Ide-ide imajinatif anak muda sekarang bisa tertuangkan dalam media sosial dengan adanya karya desain grafis, bahkan santri diajarkan desain grafis guna bisa berdakwah melalui media sosial dengan ide-ide bernuansa islami. Karya bisa dituangkan dalam format video ataupun foto. Aplikasi yang digunakan berupa *Corel Draw*, *Photoshop*, *Lightroom*, *Paint* dan lain sebagainya.

Dengan adanya kemajuan zaman dakwah bisa diakses melalui semua media terutama Instagram. Salah satunya akun Instagram *Santri Desain Community* (SDC). Keunikan akun *Santri Desain Community* berisi desain-desain anak bangsa serta bernuansa Islam dan mengajak kebajikan kepada pembaca. Akun yang berisi kreasi-kreasi anak muda terkhusus santri ini bernuansa dakwah digambarkan secara menarik dan memiliki sisi positif,

---

<sup>4</sup>Arifin Anwar, *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), 143.

terkhusus mengajak kedalam kebajikan, dan mencegah kemungkaran. Dalam akun ini memiliki madrasah khusus pembelajaran desain yang dinamai Madrasah Desain. Madrasah ini mengajarkan desain yang berbobot dan sudah menjalar ke seluruh Indonesia. Tim-tim kreatif diajak berkreasi desain, sakaligus berdakwah melalui Instagram. Akun *Santri Desain Community* memiliki *followers* kurang lebih 33.000. Santri Desain Community merupakan akun seni desain grafis. Pekerjaan desain grafis menuntut pemahaman terhadap esensi dunia visual dan seni (estetika) sebab desain grafis menerapkan elemen-elemen dan prinsip-prinsip desain (komposisi) dalam produk sebuah karya visual. Pesan dakwah yang ada dalam gambar atau karya desain grafis bisa diketahui dengan cara memahami setiap unsur yang ada dalam gambar atau poster tersebut.

Seni Islam adalah hasil kerja manusia yang memiliki unsur-unsur sesuai dengan syariat Islam. Seni yang ditujukan untuk Allah adalah seni yang mengandung nilai-nilai akhlak Islam. Keberagaman gaya seni dalam Islam dapat diterima apabila tidak bertentangan dengan syariat Islam. Seni Islam adalah dari kebudayaan Islam. Dalam karya Seni Islam mengandung konsep ketauhidan dan pengabdian kepada Allah. Dalam Islam, seni dibentuk dengan tujuan melahirkan umat yang baik dan beradab.<sup>5</sup>

Maka dari itu, peneliti mengambil kesimpulan untuk memunculkan ide pemikiran mengenai produk desain dan makna dakwah yang terkandung di Instagram dengan judul **“KARYA DESAIN GRAFIS SEBAGAI MEDIA**

---

<sup>5</sup><http://eprint.walisongo.ac.id/>, diakses pada tanggal 30 Desember 2019. Jam 12.00.

## **DAKWAH DALAM AKUN “*SANTRI DESIGN COMMUNITY*” PADA INSTAGRAM”.**

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk produk desain grafis yang ada dalam akun *Santri Design Community* (SDC)?
2. Bagaimana pesan dakwah yang terkandung dalam akun *Santri Design Community* (SDC)?

### **C. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah yang dikemukakan diatas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mendiskripsikan produk desain grafis yang ada dalam akun *Santri Design Community* (SDC).
2. Untuk menganalisis pesan dakwah yang terkandung dalam akun *Santri Design Community* (SDC).

### **D. Manfaat Penelitian**

Dari hasil penelitian ini, penulis mengharapkan dapat bermanfaat baik itu orang yang bergelut di bidang Ilmu Komunikasi, Dakwah, dan Desain Grafis baik desainer dakwah atau desainer grafis secara umum. Manfaat dari penelitian ini dapat penulis sebutkan sebagai berikut:

### 1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan terhadap perkembangan dan pendalaman studi komunikasi dakwah dan desain grafis pada umumnya.

### 2. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menambahkan informasi ilmiah dalam dakwah Islam. Serta desainer-desainer dapat lebih kreatif lagi dalam berkarya.

## **E. Telaah Pustaka**

Telah terdapat beberapa penelitian terdahulu yang membahas tentang penelitian serupa. Skripsi Nurma Zuafa mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dengan judul “Karya Desain Grafis Sebagai Materi Dakwah” (Studi Tentang Produk Desain Grafis dan Materi Dakwah Dalam Grup “*Muslim Designer Community*” di Facebook). Skripsi tersebut menggunakan metode kualitatif. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah analisis isi yang tidak hanya memfokuskan penelitian terhadap komunikasi yang tersurat, namun juga untuk mengetahui isi komunikasi yang tersirat. Penelitian penulis sebelumnya dengan penelitian yang dibahas memiliki perbedaan yang terletak pada judul, media aksesnya, dan objek

penelitian peneliti lebih fokus pada akun Instragam sedangkan peneliti penulis sebelumnya berfokus pada Facebook.<sup>6</sup>

Desain sebagai hasil dari perkembangan zaman telah memberikan perubahan yang signifikan bagi kehidupan manusia. Mulai dari persoalan politik, ekonomi, sosial, pendidikan, budaya, dan agama tak lepas dari dunia desain grafis. Aktifitas dakwah di era multimedia saat ini semakin kreatif dan inovatif, dengan memanfaatkan media sosial instagram sebagai sarana dakwah. Dengan mengkombinasi aktivitas dakwah melalui Instagram dan *flat design*, dakwah akan semakin menarik untuk ditampilkan kepada publik, kegiatan dakwah menjadi kreatif dan unik. Akun dakwah di Instagram @rumayshocom sangat memperhatikan kualitas hasil karya visualnya, dengan menyesuaikan perkembangan desain dari tahun 2017-2018 yaitu *flat design*. Penelitian ini membahas tentang konsep *flat design* yang diterapkan oleh akun instagram @rumayshocom. Jenis penelitian tersebut adalah kualitatif. Peneliti ini menganalisis elemen-elemen desain seperti ilustrasi, warna dan tipografi.<sup>7</sup>

Dakwah Islam harus fleksibel, mampu mengikuti perkembangan zaman, perkembangan umat dan teknologi. Dakwah di era modern ini memerlukan kreatifitas dan inovasi agar tetap menarik minat *mad'u* salah satunya yaitu desain grafis pada media dakwah mulai diterapkan untuk membuat tampilan yang memudahkan *mad'u* dalam memahami dan membaca. Desain grafis merupakan visualisasi/penggambaran dari seni yang digunakan

---

<sup>6</sup> Nurma Zuafa, "Karya Desain Grafis Sebagai Materi Dakwah" (Studi Tentang Produk Desain Grafis dan Materi Dakwah Dalam Grup "Muslim Designer Community" di Facebook)"(Skripsi, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2016).

<sup>7</sup>Syayaf, Achmad Mujahid "Konsep Flat Desain Pada Karya Visual Akun Instagram Rumayshocom"(Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2018).

majalah Hidayatullah untuk memberikan tampilan majalah yang memiliki nilai estetika, sebagai kemasan dari media dakwah. Penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan menggunakan objek penelitian lapangan.<sup>8</sup>

Penampilan dakwah yang dikemas dalam sebuah sistem informasi dakwah dengan berbagai macam tampilan karya multimedia dakwah perlu komponen perangkat keras untuk mengoperasikan aplikasi *software-software* yang memiliki kekayaan animasi dan daya publikasi yang menarik serta interaktif untuk memudahkan *mad'u* memahami pesan-pesan dakwah yang dikemas dengan bahasa elektronik. Untuk merangkai pesan dakwah yang profesional dalam lembaran elektronik membutuhkan *hardware* yang sesuai dengan spesifikasi teknologi komputer grafis. Komputer grafis yang memenuhi spesifikasi multimedia akan melahirkan kualitas pesan dakwah yang interaktif.<sup>9</sup>

Dalam hal ini bahwa persamaan antara beberapa sumber bahwa sama-sama membahas penelitian tentang desain grafis, akan tetapi berbeda dalam objek sasarannya.

## **F. Kerangka Teori**

### **1. Pengertian Desain Grafis**

Grafis dalam istilah bahasa Inggris disebut *graphic* diartikan sebagai goresan yang berupa titik-titik atau garis yang berhubungan

---

<sup>8</sup>Zulkarnain, Afrizal “Penggunaan Desain Grafis Pada Majalah Hidayatullah Sebagai Media Dakwah Dalam Menarik Minat Baca Mad’u di Bandar Lampung” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018).

<sup>9</sup>Syarifudin, *Paradigma Teori Desain Grafis* (Ambon: IAIN Ambon Press, 2011)43-44.

dengan kegiatan cetak mencetak. Desain menurut Atisah Sipahelut diartikan sebagai bentuk rumusan dan suatu proses pemikiran. Rumusan atau pemikiran dituangkan dalam wujud gambar tersebut merupakan pengalihan gagasan kongkrit perancang kepada orang lain.

Istilah grafis seringkali dikaitkan dengan gambar dan dikategorikan sebagai bahan komunikasi visual. Penggunaan bahan-bahan visual (gambar, foto, film, televisi, transparan, bagan, diagram, ilustrasi teks, animasi, dan sebagainya).<sup>10</sup>

Pengertian desain grafis adalah pekerjaan dalam bidang komunikasi visual yang berhubungan dengan grafika (cetakan) dan pada bidang dua dimensi, dan statis (tidak bergerak dan bukan *time based image*). Secara khusus, desain grafis adalah keahlian menyusun dan merancang unsur visual menjadi informasi yang dimengerti publik atau masyarakat.<sup>11</sup>

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 sebagai kata benda maupun kata kerja. Apabila sebagai kata kerja, istilah desain dapat diartikan sebagai proses dalam membuat atau menciptakan sebuah objek baru. Sedangkan dalam kata benda, istilah desain dapat digunakan sebagai hasil akhir dari sebuah

---

<sup>10</sup>Pujirianto, *Desain Grafis Komputer* (Yogyakarta: Andi Offset, 2005), 2-3.

<sup>11</sup>Dharma, Leonardo Ade dan Andreas James, *Pengantar Desain Grafis* (Jakarta: Kemdibud), 5.



proses kreatif, baik itu berwujud sebuah rencana, proposal, atau berbentuk karya nyata.<sup>12</sup>

Desain grafis merupakan suatu bentuk komunikasi visual yang menggunakan gambar untuk menyampaikan informasi atau peran seefektif mungkin. Dalam desain grafis, teks juga dianggap gambar karena merupakan hasil abstraksi simbol-simbol yang bisa dibunyikan. Desain grafis diterapkan dalam desain komunikasi dan *fine art*. Seperti jenis desain lainnya, desain grafis dapat merujuk kepada proses pembuatan, metode perancangan, produk yang dihasilkan (rancangan), ataupun disiplin ilmu yang digunakan desain. Seni desain grafis mencakup kemampuan kognitif dan ketrampilan visual, termasuk di dalam tipografi, ilustrasi, fotografi, pengolahan gambar, dan tata letak.<sup>13</sup>

## 2. Dakwah

Tinjauan dari segi bahasa, dakwah berasal dari bahasa arab “*da’wah*”. *Da’wah* mempunyai tiga huruf asal, yaitu *dal*, *‘ain*, dan *wawu*.<sup>14</sup> Menurut hasil penelitian Al-Qur’an menyebutkan kata dakwah dan devariasinya sebanyak 298 kali, tersebar 55 surat dan bertempat dalam 176 ayat.<sup>15</sup> Secara bahasa, dakwah dari kata *da’a*, *yad’u*, *da’watan*. Merupakan isim masdar dari kata *da’a* yang mempunyai arti ajakan atau

<sup>12</sup>Anggraini Lia dan Nathalia Kirana, *Desain Komunikasi Visual Dasar-Dasar Panduan untuk Pemula* (Bandung: Nuansa Cendikia, 2014), 14-15.

<sup>13</sup>Leonardo, *Pengantar Desain*, 4.

<sup>14</sup>Sulthon Muhammad, *Desain Ilmu Dakwah* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003), 4.

<sup>15</sup>Rofiah Khusniati, *Dakwah Jama’ah Tabligh dan Eksistensi di Mata Masyarakat* (Ponorogo: STAIN Ponorogo Press, 2010), 22.

panggilan. Dakwah menurut bahasa Arab berarti, menyeru, memanggil, mengajak, mengundang, memohon dan meminta do'a.<sup>16</sup>

Menurut Quraish Shihab, dakwah adalah seruan atau ajakan kepada keinsafan atau usaha mengubah situasi yang lebih baik dan sempurna, baik terhadap pribadi maupun masyarakat.<sup>17</sup> Ada tiga metode dasar dakwah antara lain, *hikmah*, *mauidhah hasanah*, dan *mujadalah*.<sup>18</sup> Media dakwah yang dapat dimanfaatkan antara lain, secara lisan, tulisan, audio visual, lingkungan keluarga, *uswah*, *qudwah hasanah*, organisasi Islam.<sup>19</sup>

### 3. Seni Dakwah dalam Desain Grafis

Pekerjaan desain grafis menuntut pemahaman terhadap esensi dunia visual dan seni (estetika). Sebab desain grafis menerapkan elemen-elemen dan prinsip-prinsip desain (komposisi) dalam memproduksi sebuah karya visual. Desain grafis menerapkan beberapa prinsip, yakni kesederhanaan, keseimbangan, kesatuan, penekanan, dan repetisi.

Seni islam adalah hasil kerja manusia yang memiliki unsur-unsur sesuai syariat Islam. Namun terkadang orang Islam meminta terhadap orang non muslim untuk menghasilkan karya seni Islam. Seni yang

<sup>16</sup>Zuhdi Ahmad, *Dakwah Sebagai Ilmu dan Perspektif Masa Depan* (Bandung: Alfabeta, 2016), 16.

<sup>17</sup>Pahlawan Kahatib, *Manajemen Dakwah dari Dakwah Konfesional Menuju Dakwah Kontemporer* (Jakarta: Amzah, 2007), 24.

<sup>18</sup>Wahyu, *Komunikasi Dakwah*, 22.

<sup>19</sup>Bahri Fathul, *Meneliti Jalan Dakwah Bekal Perjuangan Para Da'i* (Jakarta: Sinar Grafika Offset, 2008), 235-237.

ditujukan untuk Allah adalah seni yang mengandung nilai-nilai akhlak Islam. Seni Islam adalah bagian dari kebudayaan Islam.<sup>20</sup>

## G. Metode Penelitian

### 1. Jenis penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif, metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan pada landasan filsafat *postpositivisme*, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, pengambilan sampel data dilakukan secara *purposive* dan *snowball*, teknik pengumpulan dengan *triangulasi* (gabungan), antara data bersifat induktif/kualitatif dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada *generalisasi*.<sup>21</sup>

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif yang hanya memaparkan situasi dan peristiwa tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak membuat hipotesis atau membuat prediksi. Metode deskriptif bertujuan untuk melukiskan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi bidang tertentu secara faktual dan cermat. Dimana data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar dan bukan angka-angka.<sup>22</sup>

---

<sup>20</sup> <http://eprint.walisongo.ac.id/>, diakses pada tanggal 30 Desember 2019, jam 12.00.

<sup>21</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: Alfabeta, 2015), 15.

<sup>22</sup> Rahmat Jalaludin, *Metode Penelitian Komunikasi Dilengkapi Contoh Analisis Statistik* (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2007), 34.

## 2. Pendekatan penelitian

Adapun metode pendekatan yang digunakan oleh penulis disini adalah metode penelitian kualitatif. Karena metode ini dapat digunakan untuk menemukan dan memahami apa yang tersembunyi dibalik fenomena yang kadang kala merupakan suatu yang sulit untuk difahami secara memuaskan.<sup>23</sup>

## 3. Objek penelitian

Objek penelitian adalah *variable* atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian, sedangkan subjek penelitian merupakan tempat dimana *variable* melekat.<sup>24</sup>

Objek penelitian ini adalah akun instagram @SantriDesign.

## 4. Data dan sumber data

### a. Data

Data adalah satu koleksi fakta-fakta atau sekumpulan nilai numerik. Data (kata tunggalnya datum) merupakan bahan keterangan tentang suatu objek penelitian yang diperoleh dilokasi penelitian.<sup>25</sup>

Dalam hal ini data yang saya butuhkan adalah dengan mengumpulkan karya produk poster desain grafis dalam akun *Santri Design Community* di Instagram. Memilih gambar desain yang

<sup>23</sup> Haris Herdiansyah, *Metode Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Salemba Humanika, 2010), 9.

<sup>24</sup> <https://id.scribd.com> Pengertian Objek Penelitian, diakses tanggal 19 Februari 2020. Jam 14.23.

<sup>25</sup> Ardial, *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi* (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), 394.

bernuansa dakwah guna membangun kepribadian karakter penikmat Instagram dengan melihat dan membaca desain yang ada dalam akun *Santri Design Community*. Mengambil produk poster yang memiliki teori dakwah.

#### **b. Sumber data**

Sumber data yang dimanfaatkan dalam penelitian kualitatif ini antara lain sebagai berikut:

##### **1) Sumber Data Primer**

Sumber data primer merupakan sumber data yang diperoleh langsung dari objek penelitian menggunakan alat pengukuran atau alat pengambilan data langsung sebagai sumber.

Dalam penelitian ini sumber data primer diperoleh dari *interview* admin dan desainer *Santri Design Community*. Dan menganalisis hasil karya desain dalam akun Instagram *@SantriDesign*.

##### **2) Sumber Data Sekunder**

Sumber data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang-orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada. Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui pihak lain, tidak langsung diperoleh melalui pihak lain, tidak langsung diperoleh peneliti dari subjek penelitiannya.<sup>26</sup>

---

<sup>26</sup>Azwar, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset, 2001), 91.

Sumber data sekunder diperoleh dari pendapat-pendapat yang tidak bersangkutan oleh data primer, seperti meminta pendapat oleh peminat Instagram dan desain grafis.

## 5. Teknik pengumpulan data

### a. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang memberikan pertanyaan dengan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan pertanyaan atas jawaban itu.<sup>27</sup>

Jenis wawancara yang digunakan peneliti adalah wawancara tidak terstruktur. Wawancara tidak terstruktur yaitu wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap. Pedoman yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan kepada para desainer yang bersangkutan dalam produk desain grafis di *Santri Design Community (SDC)*.

### b. Observasi

Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuesioner. Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila, penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses

---

<sup>27</sup>Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), 186.

kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.<sup>28</sup>

c. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah suatu penyelidikan terhadap benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah, dan dokumen.<sup>29</sup> Dokumen merupakan catatan peristiwa yang berlalu, dapat berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang<sup>30</sup>

## 6. Teknik pengumpulan data

Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian. Sebelum melakukan penelitian, seorang peneliti biasanya telah memiliki dugaan berdasarkan teori yang digunakan, dugaan tersebut disebut dengan hipotesis. Untuk membuktikan hipotesis secara empiris, seorang peneliti membutuhkan pengumpulan data untuk diteliti secara mendalam.

Proses pengumpulan data ditentukan oleh variabel-variabel yang ada dalam hipotesis. Pengumpulan data dilakukan terhadap sampel yang telah ditentukan sebelumnya. Data dalam penelitian ini berbagai wujud, mulai dari gambar, berita, suara, bahasa, simbol, bahkan keadaan. Semua dapat disebut dengan data asalkan dapat kita gunakan sebagai bahan untuk melihat lingkungan, objek, kejadian, atau suatu konsep.

---

<sup>28</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, 203.

<sup>29</sup>Arikunto Suharsimi, *Produser Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rieneka Cipta,1990), 145.

<sup>30</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, 82.



## 7. Teknik pengolahan data

Pengolahan merupakan kebutuhan analisis yang akan dikerjakan. Proses awal pengolahan data itu dimulai dengan melakukan *editing* setiap data yang masuk. Setelah melakukan proses *editing*, dilanjutkan dengan proses *coding*, yaitu mengklasifikasi jawaban responden menurut macamnya.

*Editing* adalah proses yang bertujuan agar data yang dikumpulkan dapat memberikan penjelasan, mudah dibaca, konsisten, dan lengkap. Pemeriksaan dan meneliti kembali data yang telah terkumpul adalah langkah pertama tahap pengolahan data. Langkah tersebut dilakukan untuk mengetahui apakah data yang telah terkumpul tersebut baik sehingga segera dapat dipersiapkan untuk tahap analisis.

*Coding* merupakan pemberian data, suatu cara untuk memberikan kode tertentu terhadap berbagai macam jawaban kuesioner. *Coding* dilakukan sebagai usaha untuk menyederhanakan data.<sup>31</sup>

## 8. Teknik analisis data

Analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data. Analisis data yang dimaksud pertama-tama mengorganisasikan data yang sudah kumpul dari catatan hasil observasi, *interview* dan lain-lain, yang dilakukan dengan suatu proses yakni

---

<sup>31</sup>Ardial, *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*, 394.

mengatur, mengurutkan, mengelompokkan memberi kode dan mengategorikannya.<sup>32</sup>

Penulis menggunakan analisis isi (*content analysis*) dalam menganalisa data penelitian. Analisis isi (*content analysis*) adalah teknik penelitian untuk membuat inferensi-inferensi yang dapat ditiru (*replicable*), dan sah data dengan memperhatikan konteksnya.<sup>33</sup>

#### H. Sistematika Pembahasan

Dalam sistematika pembahasan, peneliti akan menggambarkan alur bahasan yang relevan mengenai penelitian yang akan ditulis. Pembahasan dalam penelitian ini akan dibagi menjadi lima bab.

Pada bagian awal sebelum bab pertama, peneliti akan mencantumkan cover atau halaman judul, lembar persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, motto, abstrak, kata pengantar, dan daftar isi pada bagian akhirnya.

Dalam bab I Pendahuluan. Dalam bab ini penulis memamparkan tentang pendahuluan sebagai pengantar skripsi yang akan dibahas, mulai dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, telaah pustaka, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

Adapun bab II berisikan Kajian Teori. Dalam bab ini membahas mengenai desain grafis, konsep dakwah, dan desain grafis sebagai seni dakwah.

---

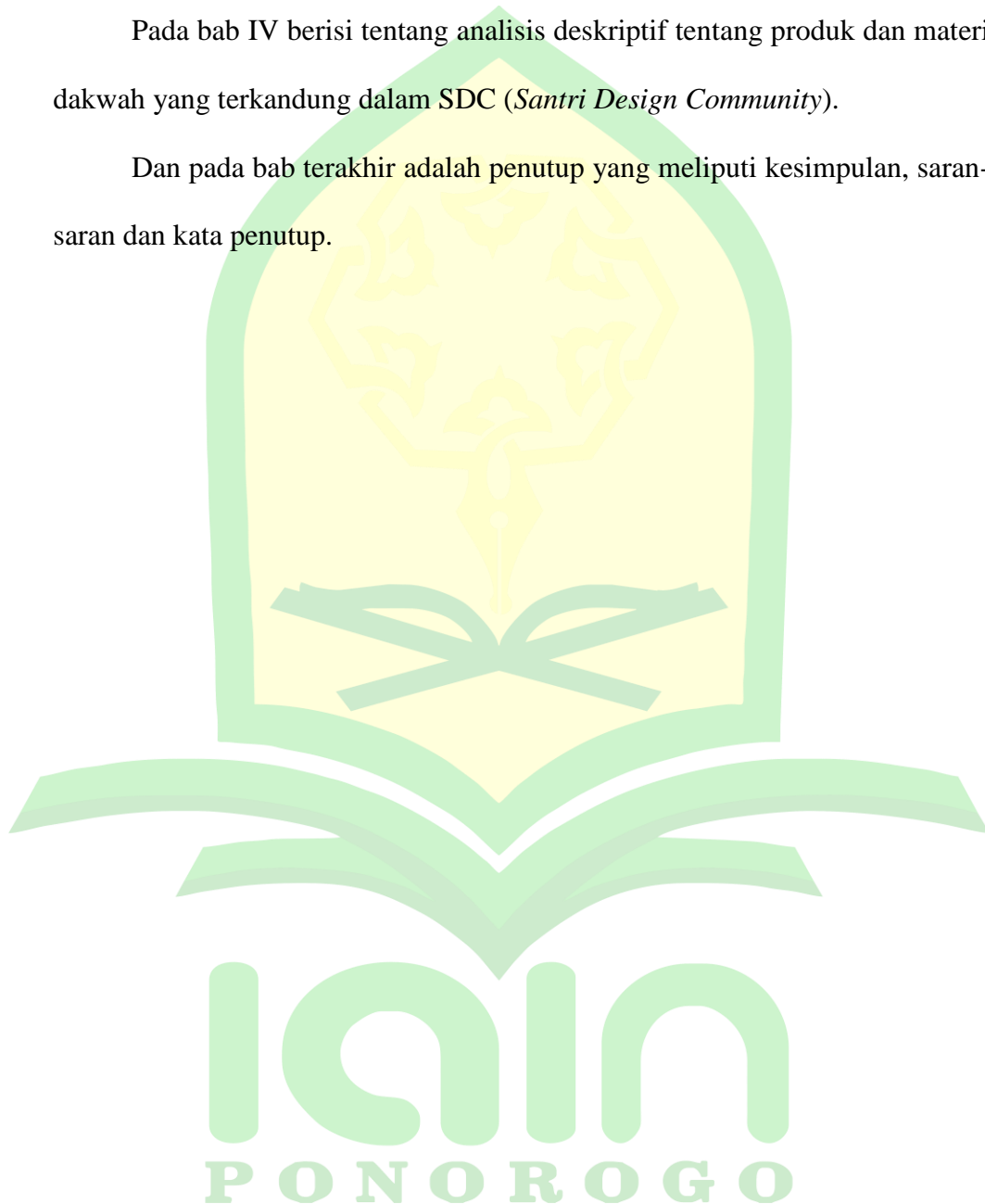
<sup>32</sup> Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, 280.

<sup>33</sup> Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kualitatif* (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2004), 102.

Sedangkan bab III berisi tentang gambaran umum mengenai SDC (*Santri Design Community*), meliputi letak geografis, sejarah, visi misi, dan kegiatan SDC (*Santri Design Community*).

Pada bab IV berisi tentang analisis deskriptif tentang produk dan materi dakwah yang terkandung dalam SDC (*Santri Design Community*).

Dan pada bab terakhir adalah penutup yang meliputi kesimpulan, saran-saran dan kata penutup.



## BAB II

### DESAIN GRAFIS SEBAGAI SARANA DAKWAH, KONSEP DAKWAH DAN DESAIN GRAFIS SEBAGAI SENI DAKWAH

#### A. Desain Grafis sebagai Sarana Dakwah Milenial

##### 1. Pengertian Desain Grafis

Grafis dalam istilah bahasa Inggris disebut *graphic* diartikan sebagai goresan yang berupa titik-titik atau garis yang berhubungan dengan kegiatan cetak mencetak. Desain menurut Atisah Sipahelut diartikan sebagai bentuk rumusan dan suatu proses pemikiran. Rumusan atau pemikiran dituangkan dalam wujud gambar tersebut merupakan pengalihan gagasan kongkrit perancang kepada orang lain. Desain grafis dapat diartikan sebagai proses pemikiran untuk mengalihkan gagasan dalam wujud gambar.

Istilah grafis seringkali dikaitkan dengan gambar dan dikategorikan sebagai bahan komunikasi visual. Penggunaan bahan-bahan visual (gambar, foto, film, televisi, transparan, bagan, diagram, ilustrasi teks, animasi, dan sebagainya).<sup>34</sup>

Pengertian desain grafis adalah pekerjaan dalam bidang komunikasi visual yang berhubungan dengan grafika (cetakan) dan pada bidang dua dimensi, dan statis (tidak bergerak dan bukan *time based image*). Secara khusus, desain grafis adalah keahlian menyusun dan

---

<sup>34</sup>Pujirianto, *Desain Grafis Komputer* (Yogyakarta: Andi Offset, 2005), 2-3.

merancang unsur visual menjadi informasi yang dimengerti publik atau masyarakat.

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 sebagai kata benda maupun kata kerja. Apabila sebagai kata kerja, istilah desain dapat diartikan sebagai proses dalam membuat atau menciptakan sebuah objek 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.<sup>35</sup>

Desain grafis merupakan suatu bentuk komunikasi visual yang menggunakan gambar untuk menyampaikan informasi atau pesan seefektif mungkin. Dalam desain grafis, teks juga dianggap gambar karena merupakan hasil abstraksi simbol-simbol yang bisa dibunyikan. Desain grafis diterapkan dalam desain komunikasi dan *fine art*. Seperti jenis desain lainnya, desain grafis dapat merujuk kepada proses pembuatan, metode perancangan, produk yang dihasilkan (rancangan), ataupun disiplin ilmu yang digunakan desain. Seni desain grafis mencakup kemampuan kognitif dan ketrampilan visual, termasuk di dalam tipografi, ilustrasi, fotografi, pengolahan gambar, dan tata letak.<sup>36</sup>

---

<sup>35</sup>Anggraini, *Desain Komunikasi Visual Dasar-Dasar Panduan untuk*, 14-15.

<sup>36</sup>Leonardo, *Pengantar Desain Grafis*, 4-5.

Desain grafis sebagai seni dekat dengan apa yang kita sebut sebagai keindahan (estetika). Keindahan sebagai kebutuhan setiap orang, mengandung nilai-nilai subjektivisme. Oleh sebab itu kualitas rasa seni seseorang pasti berbeda. Dalam menghasilkan karya visual desain grafis yang menarik dan bernilai seni, pemahaman terhadap elemen-elemen atau unsur-unsur dasar desain grafis adalah wajib.<sup>37</sup>

## 2. Perkembangan Desain Grafis

Sejak abad ke-15, masyarakat telah meletakkan peranan seni dalam menambahkan nilai estetika dalam kehidupan mereka. Pada saat ini, profesi desain grafis belum berdiri sendiri, masih menjadi bagian dari dunia seni.

Pada abad ke-17, Henry Cole menjadi salah seorang yang paling berpengaruh dalam pendidikan desain di Inggris. Ia meyakinkan pemerintah tentang pentingnya desain dalam sebuah jurnal yang berjudul *Journal of Design and Manufactures*. Ia menyelenggarakan *The Great Exhibition* sebagai perayaan atas munculnya teknologi industri modern dan desain bergaya *Victoria*.<sup>38</sup>

Pada abad ke-18, tepatnya dari tahun 1891, percetakan William Morris Kelmscott mempublikasi buku karya desain grafis yang dibuat oleh grakan *Arts and Crafts* dan membuat buku dengan desain yang lebih bagus dan elegan untuk dijual kepada orang-orang kaya. Morris membuktikan

---

<sup>37</sup> <http://blog.unsri.ac.id/userfiles>, diakses pada tanggal 23 Januari 2020.

<sup>38</sup> Loenardo, *Pengantar Desain Grafis*, 12.

adanya potensi pasar untuk produk-produk desain grafis. Morris juga memelopori pemisahan desain grafis dari seni rupa.<sup>39</sup>

Abad 19 mengarah kepada pola baru automasi dan spesialisasi. Desainer tidak lagi berkonsentrasi penuh kepada seluruh rangkaian proses cetak, mulai dari gagasan sampai produk akhir. Spesialisasi seperti *type designer*, *type founders*, *type setter*, *paper makers*, *printer*, *binders*, dan *publisher* mulai dikerjakan oleh orang yang berbeda-beda. Teknologi mulai bergerak dari manual kepada automasi, dari *monochrom* kepada warna, dari skala kecil menjadi skala besar dengan pasar yang lebih luas.

### **Tahun 1880-1930**

Perkembangan seni grafis mengalami akselerasi pada decade ini. Art Nouveo memperkenalkan bahwa grafis dan desain buku sekedar media untuk mengomunikasikan ide-ide baru namun juga mengekspresikan sesuatu. Seniman seperti Toulouse Lautrec, pengusaha Peter Behrens, arsitek Frank Llyod Wright dan Charles Mackintosh membawa gaya baru dalam desain grafis dengan berbagai cara dan mulai menempatkan grafis sebagai media secara serius.<sup>40</sup>

### **Masa Bauhaus 1920-an**

Pada masa ini perkembangan, *lay out* dan jenis desain mulai dikenalkan oleh *the de stijl group*. Secara bersamaan di Rusia telah

---

<sup>39</sup> Leonardo, *Pengantar Desain Grafis*, 12.

<sup>40</sup> Pujirianto, *Desain Grafis Komputer*, 4.



diintegrasikan struktur formal dalam pengajaran grafis. Grafis mulai dipelajari dalam bentuk disiplin ilmu baru, khususnya di Bauhaus, Rusia. Sekolah-sekolah desain didirikan oleh arsitek Walter Gropius pada tahun 1919. Bauhaus merupakan sumber inspirasi penting perkembangan gaya desain grafis pada Abad 20. Pada periode yang sama 1900-1930 pertumbuhan periklanan merupakan pasar baru bagi desainer. Tipografi secara eksklusif berperan dalam publikasi buku. Kompetisi untuk memperlihatkan diri sebagai iklan modern mendorong penggunaan teknik dan cara baru seperti teknologi *halftone* dan *line block full color* dalam proses cetak, termasuk variasi berbagai jenis *display*. Gaya modern masuk menjadi arus utama (*main stream*). Contohnya semangat Mondrian tervisualisasikan di dalam kemasan makanan coklat (*Black Magic*) dan pembungkus rokok du Maurier pada tahun 1930-an. Pada akhir Perang Dunia II desain grafis menjadi gaya dan selera internasional.<sup>41</sup>

Pada abad ke-20, peran komunikasi yang diemban makin beragam, antara lain informasi umum (*information graphics, signage*), pendidikan, dan pemantapan identitas (logo, *corporate identity, branding*). Munculnya istilah komunikasi visual sebenarnya juga merupakan akibat makin meluasnya media yang dicakup dalam bidang komunikasi lewat bahasa rupa ini, yaitu percetakan/grafik/film/video/televisi/ *web design*, dan lain-lain.<sup>42</sup>

---

<sup>41</sup> Pujirianto, *Desain Grafis Komputer*, 5.

<sup>42</sup> Loenardo, *Pengantar Desain Grafis*, 12.

Pada abad 21, peranan desain grafis menjadi sangat individual. Hal ini terjadi karena adanya pengaruh tren media sosial dalam dunia teknologi komunikasi, yang menjadikan media komunikasi lebih berbasis personal, testimonial, dan komunitas. Perkembangan desain grafis merupakan suatu episode dari sejarah dimana karya desain grafis memainkan peran penting pada dunia. Masa lalu dan sekarang telah memberi beragam reverensi gaya dan visual dalam jumlah yang tak terhitung. Semua merupakan pengungkapan dari zaman dan orang pada masanya. Desain grafis itu hidup dan akan terus berkembang teknologi dan zaman.<sup>43</sup>

### 3. Teori Desain Grafis

Dalam teori Desain Grafis memiliki beberapa Komponen penting, antara lain:

#### a. Titik

Titik sebagai salah satu komponen desain grafis yang paling mendasar, baik berdiri sebagai individual maupun sebagai kelompok, komponen titik memberikan nuansa komunikasi yang berarti dalam sebuah desain.<sup>44</sup> Potensi titik, antara lain sebagai berikut:

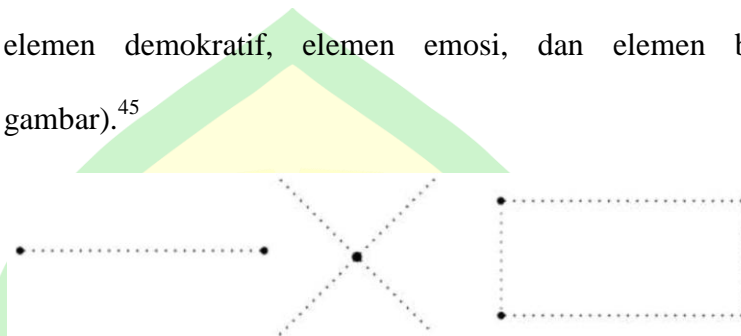
- 1) Membentuk sebuah makna: titik tunggal bermakna selesai, titik berkelompok bermakna persatuan dan kebersamaan.

---

<sup>43</sup> Leonardo, *Pengantar Desain Grafis*, 15.

<sup>44</sup> *Ibid*, 25.

- 2) Mengekspresikan nilai statis dan emosi: kemantapan atau bernilai absolut serta berdiri sebagai penekanan selesai.
- 3) Dalam desain, bisa berperan sebagai pemberian aksen (sebagai elemen demokratis, elemen emosi, dan elemen bahasa gambar).<sup>45</sup>



Gambar 1.1 Contoh Titik



Gambar 1.2 Contoh Poster yang mengandung unsur titik dalam karya *Santri Desain Community*

Pada contoh diatas menunjukkan contoh kumpulan titik yang membentuk sebuah lingkaran panjang titik-titik di atas berfungsi sebagai keindahan tipografi, yang mengelilingi teks.

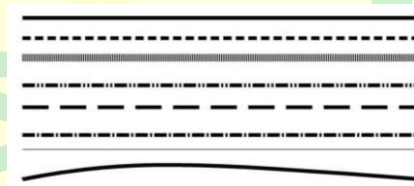
#### b. Garis

Garis-garis adalah sebuah komponen desain grafis yang merupakan perataan dari sekelompok titik yang berturut dan berurut, baik berdiri sebagai elemen utama ataupun bagian dari

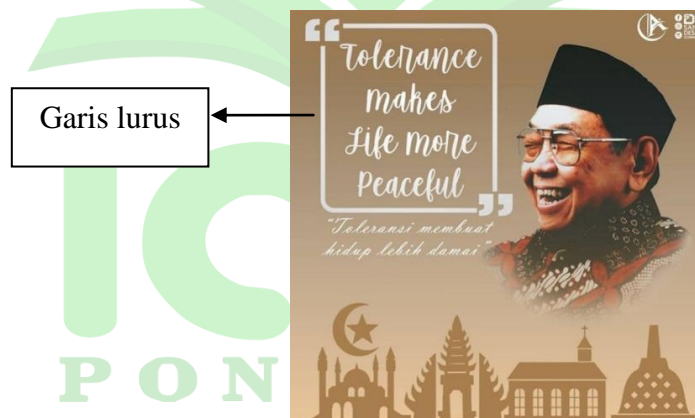
<sup>45</sup> Loenardo, *Pengantar Desain Grafis*, 25.

(aksen) komunikasi. Komponen garis memberikan nuansa komunikasi yang berarti dalam sebuah desain.<sup>46</sup> Potensi garis antara lain sebagai berikut:

- 1) Membentuk garis tepi kontur sebuah benda.
- 2) Mengekspresikan gerak dan emosi. Garis-garis horizontal: tenang, mati. Garis diagonal: labil (tidak stabil). Garis zigzag: kehancuran, retak, tidak tenang. Garis bergelombang: hidup kelembutan.
- 3) Dalam desain, bisa berperan sebagai pemberian aksan (sebagai pembatas, kolom, dan dekoratif desain).



Gambar (1.3) Contoh Garis



Gambar (1.4) Contoh Poster dalam *Santri Design Community* yang mengandung unsur garis

<sup>46</sup> Loenardo, *Pengantar Desain Grafis*, 26.

### c. Bentuk/Kurva

Bentuk/raut/kurva adalah sebuah komponen desain grafis yang merupakan bertemunya titik awal garis dengan titik akhir garis. Tentunya, hasil dari garis yang bertemu ini membentuk sebuah bidang/bidang tersebut baik berdiri sebagai elemen utama maupun bagian dari (aksen) komunikasi, sangat berperan dalam memberikan nuansa komunikasi yang berarti dalam sebuah desain.

Potensi bentuk antara lain sebagai berikut:

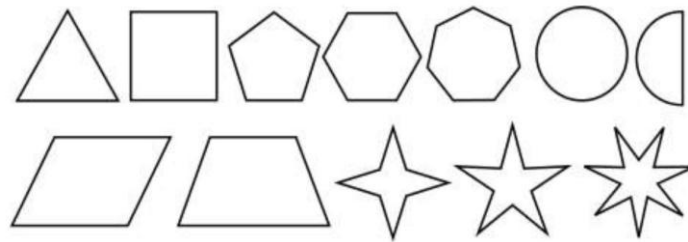
- 1) Istilah bentuk digunakan untuk menyatakan suatu bangun/*shape* yang tampak dari suatu benda.
- 2) Bentuk merupakan rupa keliling dari sebuah rancang.
- 3) Bentuk mempunyai garis luar (*outline*) atau pembatas disekitarnya.
- 4) Bentuk memaksimalkan karakter/kesan yang ingin dicapai.<sup>47</sup>

Ada 2 bentuk dasar dalam desain grafis, yaitu Geometris dan Organik.

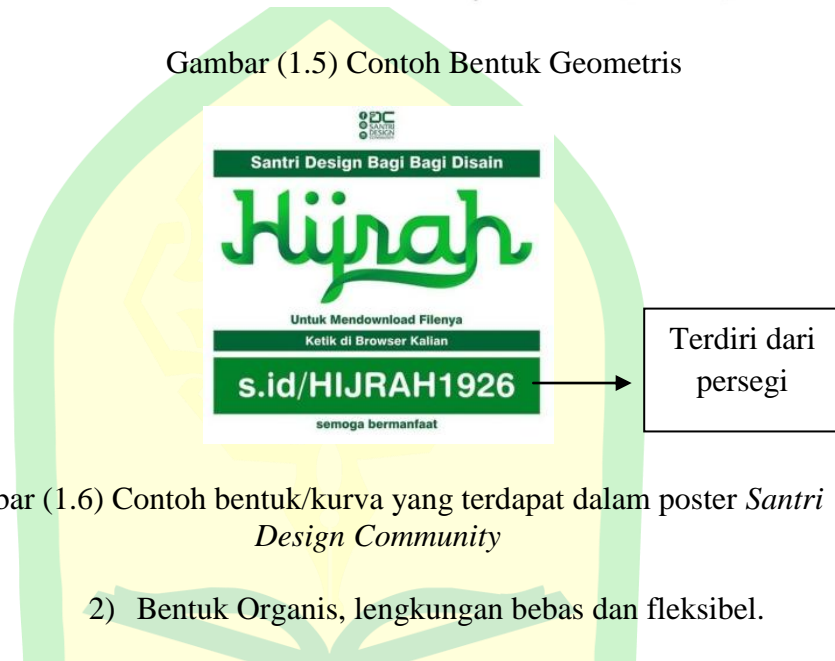
- 1) Bentuk Geometris (segitiga, segiempat, segilima, lingkaran, trapesium, dan seterusnya). Bentuk geometris ini, merupakan sebagian dari bentuk dasar yang dipergunakan sebagai acuan dasar desainer dalam merancang.<sup>48</sup>

<sup>47</sup> Loenardo, *Pengantar Desain Grafis*, 26.

<sup>48</sup> *Ibid*, 27.

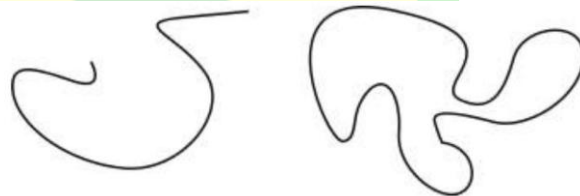


Gambar (1.5) Contoh Bentuk Geometris



Gambar (1.6) Contoh bentuk/kurva yang terdapat dalam poster *Santri Design Community*

2) Bentuk Organis, lengkungan bebas dan fleksibel.



Gambar (1.7) Bentuk Organis

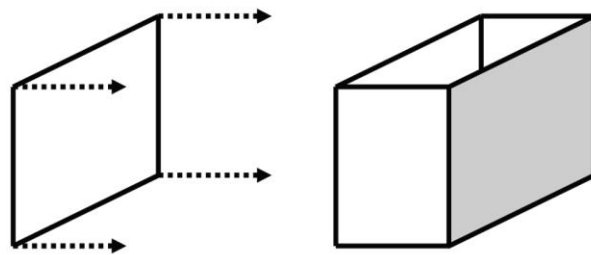
#### d. Ruang

Ruang adalah sebuah komponen desain grafis yang merupakan kelanjutan dari bentuk yang dikembangkan dapat membentuk ruang imajiner yang terkait persepsi pengamatnya.<sup>49</sup> Hasil dari pengembang bidang yang menjadi ruang ini lebih banyak berperan sebagai elemen utama (berdasarkan tingkat

<sup>49</sup> Loenardo, *Pengantar Desain Grafis*, 28.

kerumitannya), tetapi tidak menutup kemungkinan pula dapat berdiri sebagai bagian dari komunikasi. Ruang sangat berperan dalam memberikan nuansa 3 dimensi dalam unsur komunikasi visual. Potensi ruang, antara lain sebagai berikut:

- 1) Ruang menjadi pengembangan bidang yang menjadi bidang lain, tetapi tidak hanya sekedar bidang baru. Ruang harus memiliki dimensi sehingga melahirkan berat/massa pada bidang baru yang disebut ruang.
- 2) Sebuah bentuk 3 dimensi dapat digambarkan pada permukaan papir yang terdiri atas beberapa bentuk 2 dimensi.
- 3) Selain membentuk nuansa 3 dimensi, ruang juga dapat memperlihatkan penggabungan bentuk dari sisi/cara pandang yang berbeda (*gestalt*).

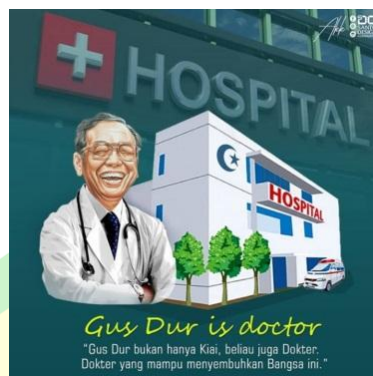


Gambar (1.8) Ruang

- 4) Ruang kosong dimanfaatkan agar rancangan tidak terlalu penuh.
- 5) Ruang kosong dimanfaatkan sebagai pemisah.<sup>50</sup>
- 6) penglihatan.

<sup>50</sup> Loenardo, *Pengantar Desain Grafis*, 29.





Gambar (1.9) Contoh ruang yang terdapat dalam poster dakwah

*Santri Design Community*

e. Warna

Warna merupakan unsur penting dalam obyek desain. Dengan warna dapat menampilkan identitas atau citra yang ingin disampaikan. Baik dalam menyampaikan pesan atau membedakan sifat secara jelas. Warna merupakan salah satu elemen yang dapat menarik perhatian, meningkatkan *mood*, menggambarkan citra perusahaan, dan lainnya.<sup>51</sup>

Ahli grafis dari Jerman Le Blond menyederhanakan temuan Newton menjadi 3 pokok, yaitu merah, kuning, dan biru yang dinamakan warna primer. Pencampuran dua warna pokok disebut warna sekunder, yaitu merah dan biru menjadi ungu, merah dan kuning menjadi oranye, hijau dan ungu menjadi hijau ungu. Pencampuran warna sekunder disebut dengan warna tersier, yaitu

<sup>51</sup> Anggraini, *Desain Komunikasi Visual*, 37.

orange dan ungu menjadi *orange ungu*, *orange* dan hijau menjadi *orange hijau*, hijau dan ungu menjadi *hijau ungu*.<sup>52</sup>

#### 1) Warna pokok (primer)

Warna primer adalah warna yang menjadi pedoman setiap orang untuk menggunakannya. Dalam penggunaannya warna pokok ada dua macam. Untuk grafis, yang dipakai adalah pigmen yang terdiri dari biru (*cyan*), merah (*magenta*), dan kuning (*yellow*). Pada foto dan grafis komputer, warna pokok cahaya terdiri dari *red*, *green*, dan *blue* (RGB). Dalam komputer, warna-warna yang pertama *cyan magenta*, dan *yellow* masih ditambahkan warna *key* (hitam) sehingga dikenal istilah CMYK.

#### 2) Warna sekunder

Warna sekunder merupakan pencampuran warna primer.

- a) Merah + biru = ungu/ violet
- b) Merah + kuning = *orange/jingga*
- c) Kuning + biru = hijau

#### 3) Warna tersier

Warna tersier merupakan pencampuran antara warna sekunder dengan primer.

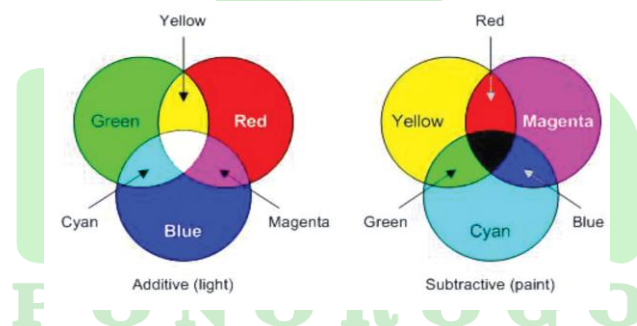
- 1) Merah + ungu = merah ungu
- 2) Ungu + biru = ungu biru

<sup>52</sup> Pujirianto, *Desain Grafis Komputer*, 45.

- 3) Biru + hijau = hijau biru
- 4) Hijau + kuning = kuning hijau
- 5) Kuning + orange = orange kuning<sup>53</sup>

Dimensi warna merupakan sifat-sifat dasar dari warna itu sendiri. Menurut *The Prang System*, warna dapat dibagi menjadi 3 dimensi yaitu:

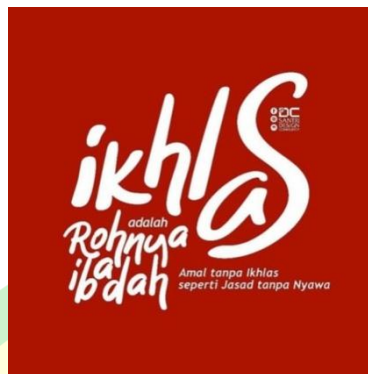
- 1) *Hue*, berkait dengan panas-dinginnya warna, termasuk dalamnya warna primer, sekunder, dan tersier.
- 2) *Value*, berkait dengan terang-gelapnya warna, menunjukkan kualitas sinar yang direfleksikan oleh sebuah warna atau menunjukkan gelap terangnya warna, dilakukan
- 3) *Intensity*, berkait dengan cerah suramnya warna, menunjukkan kuat lemahnya warna. Pengurangan intensitas dicapai dengan mencampur atau menambah warna murni dengan warna-warna netral seperti putih, hitam, abu-abu, atau dengan warna-warna komponen.<sup>54</sup>



Gambar (2.0) Standar Warna

<sup>53</sup>Pujirianto, *Desain Grafis Komputer*, 46.

<sup>54</sup>*Ibid*, 43-46.



Gambar (2.1) Contoh warna yang terdapat dalam poster dakwah

*Santri Design Community*

f. Tekstur

Tekstur adalah tampilan permukaan atau corak dari suatu benda yang dapat dinilai dengan cara dilihat atau diraba. Pada kenyataannya, tekstur sering dikategorikan sebagai tekstur dari permukaan benda.<sup>55</sup> Tekstur merupakan salah satu unsur seni yang unik karena ia dapat mengaktifkan 2 proses pengindraan sekaligus (visual dan raba). Tekstur dapat berukuran kecil, menekankan pada 2 dimensi permukaan sebagai hiasan, atau berukuran besar yang menekankan pada kesan raba pada 3D.<sup>56</sup> Potensi tekstur antara lain sebagai berikut:

- 1) Memperkaya kenikmatan visual,
- 2) Dipakai dalam memvisualkan objek,
- 3) Membangkitkan peran untuk meraba,
- 4) Memperjelas kesan adanya ruang,

<sup>55</sup> Anggraini, *Desain Komunikasi Visual*, 34.

<sup>56</sup> Leonardo, *Pengantar Desain Grafis*, 33.

- 5) Tekstur dan kesan ruang: tekstur detail/halus (jarak dekat) dan tekstur blur/kurang jelas (jarak jauh).

Untuk meningkatkan sensasi rabaan lewat tekstur, kita bisa lakukan dengan teknik cetak, misalnya *matte* (dilapisi dengan bahan kimia sehingga hasil cetakan terasa kesat/doff), *uv gloss* (dilapisi dengan bahan kimia sehingga tampil lebih mengkilap dan tahan air).

Selain dari teknik cetak, kita juga dapat meningkatkan kekuatan desain lewat material/media cetaknya yaitu kertas. Pada masa sekarang sudah sangat banyak pabrik dan distributor kertas dengan beragam ketebalan, warna, dan tekstur untuk meningkatkan tampilan fisik desain grafis. Dengan pilihan tekstur kertas, kita dapat menyesuaikan karakter desain yang ingin dicapai.<sup>57</sup>



Gambar (2.2) Tekstur

---

<sup>57</sup> Loenardo, *Pengantar Desain Grafis*, 33.



Gambar (2.3) Contoh teksur yang terdapat dalam poster dakwah *Santri Design Community*

#### 4. Prinsip Dasar Desain Grafis

##### a. Komposisi

Merancang/mendesain pada dasarnya adalah hasil penyusunan pengalaman visual dan emosional dengan memperhatikan elemen-elemen dan prinsip-prinsip desain yang dituangkan dalam satu kesatuan komposisi yang mantap. Komposisi = *composition* = *componere* (asal kata dari bahasa latin), yang artinya menggabungkan. Pada dasarnya, suatu komposisi merupakan penggabungan dari banyak bagian menjadi suatu bentuk yang serasi.

Komposisi sebagai pedoman dasar/rahan umum/wacana berfikir awal ini mampu mencapai rancangan bentuk abstrak alamiah non objektif ornamental ataupun struktural.<sup>58</sup>

Dalam menyusun unsur-unsur untuk membuat suatu karya rancangan harus mengetahui/memperhatikan 4 dasar pokok prinsip seni dan desain berikut ini. Prinsip-prinsip ini patut dipahami untuk

<sup>58</sup> Loenardo, *Pengantar Desain Grafis*, 37.

mendapatkan satu pandangan yang efektif (tepat guna) terhadap suatu karya seni atau desain.

b. Keseimbangan

Keseimbangan merupakan pembagian berat yang sama, baik secara visual maupun optik. Desain dikatakan seimbang apabila obyek bagian kiri atau kanan, bagian atas atau bawah terkesan sama berat. Desain harus memiliki keseimbangan agar nyaman dipandang dan tidak membuat gelisah.<sup>59</sup>

Dalam ilmu dasar desain bentuk keseimbangan terbagi menjadi dua macam yaitu simetris (*symmetric*) dan asimetris (*asymetric*).

Prinsip dasar Bagaimana pada dua sisi terdapat benda dengan berat dan jarak yang sama terhadap sumbu khayal/maya, pada ke 2 belah sisi dari sumbu khayal tersebut tampak seolah-olah berbobot sama.<sup>60</sup>

1) Simetris (berkesan statis)

Pada umumnya yang terjadi bersifat *formal balance*, tetapi bisa juga *informal balance*. Keseimbangan simetris terbagi dalam dua macam yaitu *axial balance* (berdasarkan garis sumbu), bentuk yang sama (posisi, letak, ukuran, warna, dan lain-lain) dalam 2 ruang (kiri-kanan, atas bawah sebagai garis sumbu), dan *radial balance* (berdasarkan titik sumbu). Keseimbangan bisa terjadi, baik secara fisik maupun secara optis. Untuk menghayatinya hanya

<sup>59</sup> Anggraini, *Desain Komunikasi Visual*, 41.

<sup>60</sup> Leonardo, *Pengantar Desain Grafis*, 39.

diperlukan satu titik atau sumbu khayal, guna menentukan letak objek yang akan disusun menurut prinsip keseimbangan.

2) Asimetris (berkesan dinamis)

Memiliki sifat *informal balance*, karena bagian-bagiannya (entah itu posisinya, letaknya, ukurannya, warnanya, atau lainnya) dirancang variatif untuk mencapai kedinamisan namun memiliki kesan sama relatif atau seimbang. Hal ini merupakan upaya penciptaan penekanan dalam sebuah tampilan visual. Penekanan ini dilakukan untuk mengurangi unsur kejenuhan visual yang tampil dari sudut visual yang simetris. Pola asimetris ini pada hakikatnya juga menyentuh upaya aplikasi *golden ratio* dalam meningkatkan unsur estetika.<sup>61</sup>

c. Irama

Merupakan upaya memvisualisasikan unsur gerak pada media grafis yang statis. Penampilan gerak ini dilakukan untuk mendapatkan unsur dinamis dalam menambahkan nuansa penekanan yang informatif. Untuk itu unsur gerak tidak selalu ditampilkan dalam visual yang ikonik tetapi juga permainan psikolog visual yang dapat mengarahkan mata pengamat. Secara psikologi, mata manusia akan mengarah dari unsur warna yang gelap ke terang dan dari area yang kompleks ke area yang sederhana.<sup>62</sup>

---

<sup>61</sup> Loenardo, *Pengantar Desain Grafis*, 39.

<sup>62</sup> *Ibid*, 40.



#### d. Perbandingan

Suatu perbandingan antara suatu unsur materi yang satu dengan yang lain, berhubungan dengan ukuran dan bentuk bidang yang akan disusun untuk menunjukkan ukuran perbandingan bagian-bagian atau keseluruhan antara serangkaian unsur yang dikomposisikan. Perbandingan merupakan salah satu prinsip yang menentukan baik-tidaknya suatu komposisi/struktur/susunan, dan seterusnya dalam mewujudkan bentuk, bisa merupakan perbandingan ukuran, perbandingan posisi, ataupun perbandingan ruang (*space*), yang berelasi dengan satuan ukuran panjang, lebar, dan tinggi.<sup>63</sup>

#### e. Kesatuan

Kesatuan/keserasian adalah prinsip desain yang diartikan sebagai keteraturan diantara unsur-unsur desain lainnya. Penggabungan elemen-elemen desain dengan memperhatikan keseimbangan irama perbandingan dan semuanya dalam suatu komposisi yang utuh agar nikmat untuk dipandang. Semua hal yang membentuk suatu rancangan harus ada hubungannya satu sama lain dengan seluruh rancangan sehingga memberi kesan menjadi satu (hubungan/ikatan antara unsur-unsur yang satu dengan yang lainnya sebagai suatu bentuk yang tak dapat dipisahkan).<sup>64</sup>

### 5. Teori Tipografi

#### a. Jenis huruf

<sup>63</sup> Loenardo, *Pengantar Desain Grafis*, 42.

<sup>64</sup> *Ibid*, 43.

Tampilan dalam bentuk teks atau lebih dikenal istilah tipografi merupakan elemen yang cukup penting dalam pembuatan multimedia. Sebagian besar multimedia menggunakan teks karena sangat efektif untuk menyampaikan ide dan panduan kepada pengguna. Teks merupakan bentuk data multimedia yang paling mudah disimpan dan dikenali, sarta *file* teks mempunyai stuktur yang sederhana. Teks biasanya mengacu pada kata, kalimat, alenia, segala sesuatu yang tertulis atau dibayangkan.<sup>65</sup>

Tipografi merupakan sebuah disiplin khusus dalam desain grafis yang mempelajari mengenai seluk beluk huruf (*font*). Huruf-huruf tersebut dikelompokkan menurut beberapa kategori tertentu. Hal ini menunjukkan demikian banyaknya jenis dan karakter huruf yang bisa digunakan dalam desain publikasi. Sebab beberapa jenis huruf bisa menciptakan kesan tertentu sesuai dengan tema publikasi. Pemilihan jenis huruf disesuaikan dengan citra yang ingin diungkapkan.

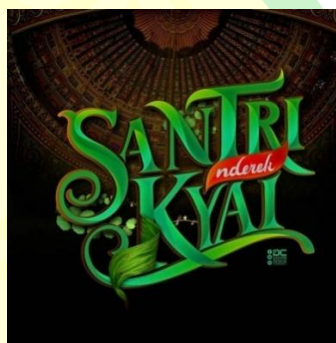
#### 1) Huruf *serif*

Huruf *serif* jenis huruf ini memiliki garis-garis kecil yang disebut *counterstroke* pada ujung-ujung badan huruf. Garis-garis tersebut berdiri horizontal terhadap badan huruf. Huruf *serif* dikenal lebih mudah dibaca karena kaitannya tersebut menuntut pandangan pembaca membaca garis teks yang sedang dibaca.

---

<sup>65</sup> Rahayu, Sri Nanik, *Desain Multimedia* (Jakarta: Kemdibud, 2013), 8.

Jenis huruf *serif* mempunyai kaki/sirip yang berbentuk lancip pada ujungnya. Huruf memiliki ketebalan dan ketipisan yang kontras pada garis-garis hurufnya. Contoh *Times New Roman Garamond Book Antiqua, Bitstream Vera Serif, Palatino Linotype, Bookman Old Style, Calisto MT, Dutch, Euro Roman, Georgia, Pan Roman, Romantic, Souvernir, Super French*, dan lain-lain.



Gambar (2.4) Contoh huruf tipe tranmisi

a) *Old style*

Huruf ini memiliki kaki dengan bentuk kurva yang menghubungkan dengan garis utama (*stroke*) huruf. Sehingga huruf ini lebih terlihat kuno dari pada huruf *serif* lainnya.<sup>66</sup>



Gambar (2.5) Goudy Old Style

<sup>66</sup> Anggraini, *Desain Komunikasi Visual*, 58.

b) *Transitional*

Kaitan antara garis utama huruf yang dihubungkan dengan kurva atau lengkungan dan memiliki sudut pada kaki hurufnya.

c) *Modern*

Kaki huruf dan garis utama dibentuk dengan sudut-sudut. Huruf *serif* jenis ini akan tampak lebih baru/modern dari pada huruf *serif* lainnya.

d) *Egyptian*

*Egyptian* atau *slab serif* memiliki kaki yang lebih tebal. Hal ini mengingatkan kita akan bentuk tiang-tiang yang kokoh pada bangunan mesir kuno.<sup>67</sup>

2) *Sans serif*

*Sans serif* diartikan tanpa sirip/*serif*, jadi huruf jenis ini tidak memiliki sirip pada ujung hurufnya dan memiliki ketebalan huruf yang sama atau hampir sama. *Sans serif* melambangkan kesederhanaan, lugas, masa kini, dan futuristic. Huruf jenis ini cocok bila didampingi dengan grafis yang berkesan modern.<sup>68</sup>



**Sans Serif**

Gambar (2.6) Arial

<sup>67</sup> Anggraini, *Desain Komunikasi Visual* 59.

<sup>68</sup> *Ibid*, 60.



Gambar (2.7) Contoh huruf *sans serif* dalam SDC

### 3) *Script*

Huruf *script* menyerupai goresan tangan yang dikerjakan dengan pena, kuas, atau pensil tajam dan bisa miring kekanan. Ada 2 jenis yaitu *formal script* dan *casual script*. *Formal script* menyerupai tulisan tangan yang menggunakan pena klasik. Jenis huruf ini banyak digunakan untuk undangan dan media cetak yang sifatnya formal. Sementara itu *casual script* lebih digunakan pada media yang bersifat santai atau kurang formal. *Casual script* lebih menyerupai tulisan tangan dengan goresan kuas atau pensil. Kesannya yang ditimbulkan oleh jenis huruf ini adalah sifat pribadi dan akrab.<sup>69</sup>



Gambar (2.8) Contoh model huruf *script* dalam poster SDC

<sup>69</sup> Anggraini, *Desain Komunikasi Visual*, 62.

#### 4) Dekoratif

Huruf jenis ini merupakan pengembangan dari bentuk-bentuk huruf yang sudah ada ditambah hiasan dan ornament, atau garis-garis dekoratif. Kesan yang dimiliki oleh jenis huruf ini adalah dekoratif dan ornamental. Biasanya huruf dekoratif hanya digunakan pada judul/*heading*. Huruf ini sangat tidak dianjurkan penggunaannya pada *body text* karena daya keterbacaan sangat kurang.<sup>70</sup>



Gambar (2.9) Contoh huruf hiasan/dekoratif dalam SDC

#### b. *Legibility* keterbacaan

*Legibility* adalah tingkat kemudahan mata mengenali suatu karakter/huruf tanpa harus bersusah payah. Misalnya bentuk huruf yang terlalu abstrak bisa membuat huruf tersebut tidak dikenali atau tidak terbaca. Untuk menghindari hal ini, maka seorang desainer harus mengenal dan mengerti karakter dari pada bentuk suatu huruf dengan baik.<sup>71</sup> Hal ini bisa ditentukan oleh

<sup>70</sup> Anggraini, *Desain Komunikasi Visual*, 63.

<sup>71</sup> *Ibid*, 64.

- 1) Kerumitan desain huruf, seperti penggunaan *serif*, *kontras stroke* dan lain-lain.
- 2) Penggunaan warna.
- 3) Frekuensi pengamat penemu huruf tersebut dalam kehidupan sehari-hari.

Keterbacaan adalah tingkat kenyamanan suatu susunan huruf saat dibaca, yang dipengaruhi oleh:

- 1) Jenis huruf
- 2) Ukuran
- 3) Pengaturan, termasuk di dalam alur, spasi, perataan, dan lain-lain.
- 4) Kontras warna terhadap latar belakang.<sup>72</sup>

## B. Konsep Dakwah

### 1. Pengertian Dakwah

Tinjauan dari segi bahasa, dakwah berasal dari bahasa arab “*da’wah*”. *Da’wah* mempunyai tiga huruf asal, yaitu *dal*, *‘ain*, dan *wawu*.<sup>73</sup> Menurut hasil penelitian Al-Qur’an menyebutkan kata dakwah dan devariasinya sebanyak 298 kali, tersebar 55 surat dan bertempat dalam 176 ayat.<sup>74</sup> Secara bahasa, dakwah dari kata *da’a*, *yad’u*, *da’watan*. Merupakan isim masdar dari kata *da’a* yang mempunyai arti ajakan atau panggilan. Dakwah menurut bahasa Arab berarti, menyeru, memanggil, mengajak, mengundang, memohon dan meminta do’a.<sup>75</sup>

<sup>72</sup>Anggraini, *Desain Komunikasi Visual*, 64.

<sup>73</sup>Sulthon, *Desain Ilmu Dakwah*, 4.

<sup>74</sup>Rofiah, *Dakwah Jama’ah Tabligh dan Eksistensi di Mata Masyarakat*, 22.

<sup>75</sup>Zuhdi, *Dakwah Sebagai Ilmu dan Perspektif Masa Depan*, 16.

Menurut Quraish Shihab, dakwah adalah seruan atau ajakan kepada keinsafan atau usaha mengubah situasi yang lebih baik dan sempurna, baik terhadap pribadi maupun masyarakat. Sedangkan menurut Prof. Thoah Yahya Oemar, M.A adalah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan akhirat.<sup>76</sup>

Diantara pendapat para ahli ilmu dakwah tentang pengertian dakwah adalah sebagai berikut:

- a. Pendapat Bakhial Khauli, dakwah adalah suatu proses menghidupkan peraturan-peraturan Islan dengan maksud memindahkan umat dari satu keadaan kepada keadaan yang lain.
- b. Pendapat Syaikh Ali Mahfudz, dakwah adalah mengajak manusia untuk mengerjakan kebaikan dan mengikuti petunjuk, menyeru mereka berbuat baik dan melarang mereka dari perbuatan jelek agar mereka mendapat kebahagiaan di dunia dan akhirat.
- c. Menurut Hamzah Ya'kub dalam bukunya *Publistik Islam* memberikan pengertian dakwah dalam Islam ialah “mengajak umat manusia dengan hikmah kebijaksanaan untuk mengikuti petunjuk Allah dan Rasulnya.”<sup>77</sup>

Ada tiga metode dasar dakwah antara lain, *hikmah*, *mauidhah hasanah*, dan *mujadalah*. *Hikmah*, yaitu berdakwah dengan memperhatikan situasi pada kondisi sasaran dakwah dengan menitik beratkan pada kemampuan mereka, sehingga di dalam menjalankan ajaran-

---

24. <sup>76</sup>Kahatib, *Manajemen Dakwah dari Dakwah Konfesional Menuju Dakwah Kontemporer*,

<sup>77</sup>Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Dakwah* (Surabaya: Al-Ikhlash, 1983), 17.



ajaran Islam selanjutnya mereka tidak lagi merasa terpaksa. *Mauidhah hasanah*, adalah berdakwah dengan memberikan nasehat-nasehat atau menyampaikan ajaran Islam dengan rasa kasih sayang, sehingga nasehat dan ajaran Islam yang disampaikan itu dapat menyentuh hati mereka. *Mujadalah*, yaitu berdakwah dengan cara bertukar pikiran dan membantah dengan sebaik-baiknya dengan tidak memberikan tekanan-tekanan dan tidak pula dengan menjelekkkan yang menjadi mitra dakwah.<sup>78</sup> Unsur-unsur dakwah adalah komponen-komponen yang terdapat dalam setiap kegiatan dakwah. Unsur-unsur tersebut adalah:

a) Subjek Dakwah (*Da'i*)

*Da'i* adalah orang yang melaksanakan dakwah baik lisan, tulisan, maupun perbuatan yang dilakukan baik secara individu, kelompok, atau lewat organisasi/lembaga. Secara umum dari juga disebut dengan sebutan *mubaligh* (orang yang menyampaikan ajaran Islam). Namun, sebutan ini memiliki konotasi sempit, karena masyarakat cenderung mengartikannya sebagai orang yang menyampaikan ajaran Islam melalui lisan saja. Seperti penceramah agama, khatib, dan sebagainya.

b) Objek Dakwah (*Mad'u*)

*Mad'u* yaitu manusia yang menjadi sasaran dakwah, atau manusia menerima dakwah baik sebagai individu maupun kelompok,

---

<sup>78</sup> Wahyu, *Komunikasi Dakwah*, 22.

baik manusia yang beragama Islam, maupun tidak, atau dengan kata lain, manusia secara keseluruhan.

c) Materi Dakwah (*Maddah*)

*Maddah* dakwah adalah isi pesannya atau materi yang disampaikan *da'i* kepada *mad'u* dalam hal ini sudah jelas bahwa yang menjadi *maddah* dakwah adalah ajaran Islam itu sendiri.<sup>79</sup> Adapun sumber dalam berdakwah yaitu:

1) Al-Qur'an

Di dalam Al-Qur'an banyak sekali ayat yang membahas tentang masalah dakwah. Di antara ayat-ayat tersebut ada yang berhubungan dengan kisah para Rasul dalam menghadapi umatnya. Selain itu ada ayat-ayat yang ditujukan kepada Nabi Muhammad Saw ketika beliau melancarkan dakwahnya. Semua ayat-ayat tersebut menunjukkan metode yang harus dipahami dan dipelajari oleh setiap muslim. Karena Allah tidak akan menceritakan melainkan agar dijadikan suri tauladan dan dapat membantu dalam rangka menjalankan dakwah berdasarkan metode-metode yang tersurat dan tersirat dalam Al-Quran, Allah SWT berfirman:

وَكُلًّا نَقُصُّ عَلَيْكَ مِنْ أَنْبَاءِ الرُّسُلِ مَا نُثَبِّتُ بِهِ فُؤَادَكَ وَجَاءَكَ فِي هَذِهِ الْحَقُّ وَمَوْعِظَةٌ وَذِكْرَى لِلْمُؤْمِنِينَ (١٢٠)

*“Dan semua kisah-kisah dari rasul-rasul yang kami ceritakan kepadamu ialah kisah-kisah yang dengannya dapat kamu teguhkan hatimu, dan dalam surat ini datang kepadamu kebenaran serta*

<sup>79</sup>Saputra Wahidin, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2011), 288-299.

*pengajaran dan peringatan bagi orang-orang yang beriman.” (QS. Hud:120)*

## 2) Sunnah Rasul

Di dalam sunnah Rasul banyak kita temui hadits-hadits yang berkaitan dengan dakwah. Begitu juga dalam sejarah hidup dan perjuangannya dan cara-cara yang dipakai beliau dalam menyebarkan dakwahnya baik ketika beliau berjuang di Mekah maupun di Madinah. Semua ini memberikan contoh dalam metode dakwahnya. Karena setidaknya kondisi yang dihadapi Rasulullah ketika itu dialami juga oleh juru dakwah sekarang ini.

## 3) Sejarah hidup para sahabat

Dalam sejarah hidup para sahabat-sahabat besar dan para *fuqoha* cukuplah memberikan contoh baik yang sangat berguna bagi juru dakwah. Karena mereka adalah orang yang *expert* dalam bidang agama. Muadz Bin Jabal dan para sahabat lainnya merupakan figur yang patut dicontoh bagi kerangka acuan dalam mengembangkan misi dakwah.<sup>80</sup>

## 4) Pengalaman

*Experimence is the best teacher*, itu adalah motto yang punya pengaruh besar bagi orang-orang yang suka bergaul dengan orang banyak. Pengalaman juru dakwah merupakan hasil

---

<sup>80</sup> Munir, *Metode Dakwah*, 20.

pergaulannya dengan orang banyak yang kadang kala dijadikan referensi dalam berbakwah.<sup>81</sup>

d) Metode Dakwah

*Thariqah al da'wah* yaitu cara atau strategi yang harus dimiliki oleh *da'i* dalam melaksanakan dakwahnya. Metode dakwah ini secara umum ada berdasarkan Al-Qur'an surat An-Nahl ayat 125, yaitu metode *bil hikmah, mau'idzoh hasanah, dan mujadalah*.<sup>82</sup>

e) Media Dakwah

*Wasilah* (media) dakwah adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran Islam) kepada *mad'u*. Untuk menyampaikan ajaran Islam kepada umat, dakwah dapat menggunakan berbagai *wasilah*. Hamzah Ya'qub membagi *wasilah* dakwah menjadi 5 macam yaitu: lisan, tulisan, audiovisual, lukisan, dan akhlak. Sedangkan menurut hemat penulis media dakwah itu terdiri dari: media elektronik seperti, TV, radio, internet, telepon genggam, telepon, dan seterusnya. Media cetak seperti majalah, surat kabar, buku, jurnal, buletin, tabloid, dan seterusnya.<sup>83</sup>

2. Dasar Hukum Dakwah

Dakwah (seruan), seruan apa saja adalah bagaikan benih hidup yang mengandung unsur pengembangbiakkan dan penambahan jumlah. Dakwah mempunyai sejarah yang panjang, demi menegakkan kalimat

<sup>81</sup>Munir, *Metode Dakwah*, 21.

<sup>82</sup>Wahidin, *Pengantar Ilmu Dakwah*, 9.

<sup>83</sup>*Ibid*, 288-299.

tauhid di bumi Allah SWT. Sebagaimana pesan agama yang pernah disampaikan oleh Ibrahim dan *Ya'kub* As, dalam Al-Quran:

وَوَصَّىٰ بِهَا إِبْرَاهِيمُ بَنِيهِ وَيَعْقُوبُ يَا بَنِيَّ إِنَّ اللَّهَ اصْطَفَىٰ لَكُمُ الدِّينَ فَلَا تَمُوتُنَّ إِلَّا وَأَنتُمْ مُسْلِمُونَ (١٣٢)

*“Dan Ibrahim telah mewasiatkan ucapan itu kepada anak-anaknya, demikian pula Ya'kub (Ibrahim berkata): “Hai anak-anakku! Sesungguhnya Allah telah memilih agama ini bagimu, maka janganlah kamu mati kecuali dalam memeluk agama Islam”. (Al-Baqarah: 132)<sup>84</sup>*

Secara universal kedudukan dan kewajiban berdakwah menjadi tanggung jawab seluruh kaum muslimin dan muslimat dimana pun mereka berada. Akan tetapi agar lebih dapat mencapai sasaran secara maksimal peranan organisasi atau lembaga yang memikirkan bagaimana sistem dan metode dakwah yang lebih baik sangat diutamakan. Sebagaimana firman Allah Swt:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ (١٠٤)

*“Dan hendaknya ada diantarakamu segolongan umat yang menyeru kepada kebijakan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang mungkar, merekalah orang-orang yang beuntung”. (Ali Imran, 3:104)<sup>85</sup>*

### 3. Materi Dakwah (*Maddah*)

Materi dakwah (*maddah*) adalah isi pesan atau materi yang disampaikan kepada *mad'u* dalam hal ini sudah jelas bahwa yang menjadi *maddah* dakwah adalah ajaran Islam itu sendiri secara umum materi dakwah dapat diklasifikasikan menjadi 3 yaitu:

<sup>84</sup>Zuhdi, *Dakwah Sebagai Ilmu dan Perspektif Masa Depan*, 1.

<sup>85</sup>*Ibid*, 23.

a. Akidah (keimanan)

Akidah yang meliputi iman kepada Allah, iman kepada malaikat-malaikat Allah, iman kepada kitab-kitab Allah, iman kepada Rasul-rasul Allah, dan iman kepada *qadla* dan *qadar*.

Akidah mengikat kalbu manusia dan menguasai batinnya. Dari akidah inilah membentuk moral (*akhlak*) manusia. Oleh karena itu yang pertama kali dijadikan materi dakwah Islam adalah akidah kaimana. Dengan iman akan lahir keteguhan dan pengorbanan yang selalu menyertai setiap langkah dakwah.

Akidah yaitu segala aspek ajaran Islam yang berhubungan dengan keyakinan, meliputi rukun iman, atau segala sesuatu yang harus diimani atau diyakini menurut ajaran Islam.

b. Syariah

Syariah meliputi ibadah dalam arti khas (*thariqah, shalat, as-shaum, zakat, haji*) dan muamalah dalam arti luas (*al-qanun al-khas/hukum perdata* dan *al-qanun al-'am/hukum publik*)

Hukum atau syariah sering disebut dengan cermin peradaban dalam pengertian bahwa ketika ia tumbuh matang dan sempurna, maka peradaban mencerminkan dirinya dalam hukum-hukumnya.<sup>86</sup>

c. Akhlak

Kata akhlak secara etimologi berasal dari bahasa Arab jamak dari *khuluqun* yang berarti busi pekerti, perangai dan tingkah laku atau

---

<sup>86</sup> Aziz, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*, 248.

*tabi'at*. Secara terminologi akhlak yaitu sesuatu ilmu yang menjelaskan arti baik dan buruk, menerangkan apa yang seharusnya dilakukan oleh manusia kepada lainnya. Akhlak yang meliputi akhlak kepada *al-khalik* dan makhluk (manusia dan non manusia).<sup>87</sup>

### C. Desain Grafis Sebagai Seni Dakwah

#### 1. Desain Grafis sebagai Seni Dakwah

Pekerjaan desain grafis menurut pemahaman terhadap esensi dunia visual dan seni (estetika). Sebab desain grafis menerapkan elemen-elemen dan prinsip-prinsip desain (komposisi) dalam memproduksi sebuah karya visual. Desain grafis menerapkan beberapa prinsip yakni kesederhanaan keseimbangan kesatuan penekanan dan repetisi. Sedangkan elemen-elemen yang diusungnya meliputi garis bentuk ruang tekstur dan warna. Dan pada akhirnya sang penikmat karya visual akan memberikan penilaian seperti apa yang dikatakan Kant: nilai estetis dan nilai ekstra. Nilai estetis diperoleh melalui penggunaan elemen-elemen dan prinsip-prinsip. Sedangkan nilai ekstra muncul gerakan (animasi) percepatan lambaian suasana panas atmosfer tenang dan lain-lain.

Seni Islam adalah hasil kerja manusia yang memiliki unsur-unsur sesuai dengan syariat Islam. Namun terkadang orang Islam meminta bantuan kepada orang non muslim untuk menghasilkan karya seni Islam. Meskipun demikian karya seni tersebut masih dianggap sebagai seni Islam. karena karya tersebut dikonsumsi oleh orang Islam. keberagaman

---

<sup>87</sup> Aziz, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*, 248.

Gaya seni dalam Islam dapat diterima apabila tidak bertentangan dengan syariat Islam. Seni yang ditujukan untuk Allah adalah seni yang mengandung nilai-nilai akhlak Islam. Seni Islam adalah bagian dari kebudayaan Islam. Seni Islam dan seni bukan Islam memiliki perbedaan dari sisi niat dan nilai-nilai yang terkandung dalam karya seni tersebut.

Seni Islam mengandung ketauhidan dan pengabdian kepada Allah. Dalam Islam seni dibentuk dengan tujuan melahirkan umat yang baik dan beradab. Dengan demikian jelas bahwa seni Islam memiliki sifat-sifat yang baik halal dan berakhlak.<sup>88</sup>

Berdakwah adalah kewajiban bagi setiap manusia harus dilakukan dengan cara ramah dan berdakwah juga tidak harus dilakukan oleh para *ustad* atau *ustadzah*. Karena sejatinya berdakwah adalah melakukan *amar ma'ruf nahi munkar* yaitu mengajak dalam kebaikan dan mencegah kemungkaran. Media dakwah untuk menyampaikan pesan bisa dari apa saja salah satunya adalah media gambar ataupun media visual. Kebanyakan orang lebih menyukai gambar visual dari pada teks maupun bacaan bahkan lisan.

Pesan-pesan dakwah digital sampai sekarang ini masih mengalami kendala dalam berbagai aspek akibat keterbatasan sumber daya *da'i* dan *mubaligh* dalam bidang desain grafis sebagai media produksi kemasan informasi. Keterbatasan ini memperlambat penyebaran pesan-pesan dakwah dalam memudahkan para *da'i* dan *mubaligh* dalam mengakses

---

<sup>88</sup><http://eprint.walisongo.ac.id/>, diakses pada tanggal 30 Desember 2019, jam 12.00.



Hadis Alquran pandangan para ulama dalam berbagai literatur disiplin ilmu demi kebutuhan dakwah sangat masih minim keterbatasan ini memperlambat penyebaran pesan pesan dakwah dalam memudahkan para *da'i* dan *mubaligh* dalam mengakses hadits dan Al-quran, pandangan para ulama dalam berbagai literatur disiplin ilmu demi kebutuhan dakwah masih sangat minim. Hemat penulis untuk mengembangkan dakwah ke depan kemasam dakwah turut memberikan akselerasi pesan-pesan dakwah kepada *mad'u*.

Pesan dakwah tidak boleh monoton lagi tetapi ia laksana supermarket *da'i* dan *mubaligh* perlu menyediakan berbagai macam pilihan kebenaran bagi *mad'u* sesuai karakter budaya tingkat pendidikan yang dimiliki *mad'u*. Kemasam yang lebih menarik untuk memberikan ketertarikan kepada orang untuk mengikuti ajaran tersebut.<sup>89</sup> Memberikan ketertarikan pada sebuah elemen pesan dakwah secara umum ada enam unsur yang harus saling terintegrasi yang digunakan dalam aplikasi program desain grafis diantaranya sebagai berikut:

- a. Teks atau simbol adalah dasar dari semua aplikasi sebagai tampilan makna di layar *style font* yang ditampilkan dipilih yang nyaman dipandang mata sehingga dapat menarik perhatian panca indra. Teks adalah bagian dari desain grafis yang mempelajari bentuk bentuk huruf yang sesuai dengan pesan yang akan disampaikan.

- b. *Image* gambar atau vektor bitmap kekuatan gambar lebih kuat memengaruhi *mad'u* dibanding dengan sebuah teks.
- c. *Movie* gerakan sebuah pesan akan lebih menarik jika terlihat *motion* gerakan dalam mendesain pesan dakwah.
- d. *Animation* begitu pula *animation* merupakan unsur yang harus ada dalam sebuah pesan dakwah. Unsur *animation* yang bergerak dapat menjelaskan lebih akurat jika dibanding dengan *movie*, kelebihan animasi gambar dapat diulang-ulang sesuai keinginan *mad'u*.
- e. *Sound* suara yang disertakan memiliki kekuatan tersendiri yang dapat mendramatisir pesan dakwah lebih menarik. Suara juga punya kelebihan jika gambar bersuara sehingga memiliki karakter.
- f. *User control* kelengkapan fasilitas pesan dakwah yang digunakan *da'i* dan *mubaligh* untuk mengendalikan program. Misalnya perpindahan dari halaman ke halaman lainnya. Inilah hemah penulis yang harus terintegrasi dalam sebuah pesan dakwah yang akan dikemas dalam *software* desain grafis dakwah.<sup>90</sup>

Desain grafis dakwah yang profesional perlu mengetahui komposisi. Komposisi berarti mengorganisasi unsur-unsur rupa yang disusun dalam karya desain grafis dakwah untuk memanjakan mata *mad'u* jika mengakses data. Atau dapat dimaknai juga komposisi menurut Syarifudin, komposisi adalah menempatkan suatu objek berdasarkan fungsi/karakter yang tepat sehingga dapat memudahkan panca indra

---

<sup>90</sup>Sarifudin, *Paradigma Teori Desain Grafis*, 190.

manusia dalam menyerap pesan-pesan dakwah.<sup>91</sup> Hal ini diperkuat oleh teori Mc Luhan bahwa media adalah merupakan perpanjangan panca indra manusia maka unsur-unsur yang perlu diperhatikan dalam kemasan dakwah adalah prinsip-prinsip komposisi pesan dakwah antara lain:

- a. Kesatuan satu ide yang tersusun dari unsur-unsur warna garis *text* cita rasa yang saling mendukung dan membentuk satu kekuatan karakter yang indah dan menarik perhatian panca indra manusia.
- b. Menentukan dominasi dalam sebuah titik fokus sehingga pesan yang disampaikan bisa tepat sasaran. Misalnya dalam sebuah karya desain grafik seni budaya Islam. Terdapat brosur tentang sejarah masuk Islam di Maluku. Dalam tulisan itu ditonjolkan tokoh pembawa Islam dengan menggunakan bahasa khas sehingga orang dengan mudah inti pesan yang disampaikan. Begitu pula dalam dunia fotografi ada titik fokus yang perlu ditonjolkan dalam komposisi *image* foto sehingga mata dapat mendeteksi bahwa yang dimaksudkan dalam foto ini adalah yang ditonjolkan atau pesan yang ingin disampaikan.
- c. Dominasi ukuran sebuah karya desain grafis ukuran memiliki daya tarik tersendiri. untuk semua bidang perlu diberi sentuhan garis sehingga semua bidang saling menunjang dan mengokohkan.
- d. Dominasi warna setiap karya ada warna yang mendominasi sesuai visi dan misi dari semangat yang melatarbelakangi pembuatan sebuah karya. Gunakan warna yang saling mendukung tidak kontra produktif

---

<sup>91</sup>Syarifudin, *Paradigma Teori Desain Grafis*, 191.

antara warna yang satu dengan warna yang lain. Setiap sentuhan garis dan warna memiliki makna filosofi yang memiliki nilai estetika.

- e. Dominan pada letak penempatan faktor penunjang sebuah karya seni desain grafis digital adalah tempat lingkungan dimana diletakkan atau dipajang yang mudah dilihat oleh orang. Menyatukan arah setiap karya harus memiliki *point of view*. sebagai daya tarik awal dari *mad'u*.
  - f. Menyatukan bentuk-bentuk yang tidak boleh terlalu rumit sehingga responden sulit mencerna respon yang ingin disampaikan. Dengan demikian Pesan yang disampaikan harus jelas dan memiliki, satu kesatuan bentuk yang dapat memacu adrenalin responden sehingga mudah dicerna.
  - g. Keseimbangan atau *balance* yang dimaksudkan disini adalah sebuah bidang ruang titik fokus objek yang di desain memiliki simetris memusat dan menyebar. Ketiga model keseimbangan ini memiliki karakter dan kekuatan tersendiri sebagai seorang desainer grafis hanya perlu memperhatikan kondisi budaya dan naluri (psikolog) responden setempat<sup>92</sup>
2. Instagram sebagai Metode Dakwah

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto atau video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan *filter* digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Instagram didirikan pada tahun 2010,

---

<sup>92</sup>Syarifudin, *Paradigma Teori Desain Grafis*, 192.

yang didirikan oleh Mike Krieger, mahasiswa lulusan Stanford University jurusan Management Science and Engeneering.<sup>93</sup>

Banyak fitur dalam Instagram memberikan keluasaan bagi penggunanya. Instagram bisa di manfaatkan untuk memasang iklan, melakukan jual beli secara *on-line*, melihat *timeline* teman, mengirim gambar, mengirim pesan, dan masih banyak lagi manfaat dari Instagram. Selain itu dalam Instagram harus memiliki akun yang dimiliki oleh individu maupun komunitas. Dalam komunitas memiliki kepekaan kepedulian kepada yang lainnya, contohnya *Santri Design Community* (SDC) yang mengirimkan gambar yang mengandung nilai-nilai Islam didalamnya.

Pengguna media sosial Instagram dapat diterima oleh berbagai usia dan juga memasuk berbagai aspek, seperti hiburan, pendidikan, periklanan, termasuk juga berdakwah. Teknik dakwah di Instagram seperti meng-*upload* konten pada umumnya yaitu berupa foto/gambar, video, keterangan (*caption*).

a. Foto

Pengguna dapat mengunggah materi berupa gambar/desain dengan format JPEG (*join photographic expert group*) atau PNG (*protocol network graphic*), materi dakwah yang dijadikan sebuah gambar juga beragam dan sesuai dengan kreativitas pengunggah materi

---

<sup>93</sup><https://id.mm.wikipedia.org/wiki/Instagram>, diakses tanggal 31 Januari 2020 jam 16.45.

dakwah, dapat berupa tulisan berisikan nasehat, cerita gambar, realitas sosial, cerita gambar/komik dan realita sosial.

b. Video

Pengunggah dapat mengunggah video berisikan materi dakwah dengan format MP4 dan dengan durasi maksimal 1 menit, materi dakwah dapat berupa ceramah disebuah majlis, realitas sosial, puisi yang musikalisasikan dan lagu.

c. Keterangan (*caption*)

Pengunggahan dapat menuliskan keterangan di bawah unggahan foto maupun video, instagram membatasi panjang tulisan maksimal 2200 karakter dan dapat menggunakan berbagai *font* sesuai keinginan pengunggah. *Caption* dapat di isi materi dakwah sebagai pengalaman pengunggah maupun menjelaskan foto atau video yang di unggah.<sup>94</sup>

Dakwah melalui Instagram dapat dinilai sangat efektif dan potensial dalam berbagai alasan, diantaranya adalah:

- a. Mampu menembus ruang dan waktu sekejap dengan biaya dan waktu yang relatif terjangkau,
- b. Pengguna jasa internet setiap tahunnya meningkat drastis, ini berarti berpengaruh pula pada jumlah sasaran dakwah,

---

<sup>94</sup> Syarifudin, *Paradigma Teori Desain Grafis*, 64.

- c. Dakwah melalui internet menjadi salah satu pilihan masyarakat berbagi situs, mereka bebas memilih materi dakwah yang mereka sukai, dengan demikian pemaksaan kehendak tidak dapat dihindari.<sup>95</sup>



---

<sup>95</sup><http://eprints.walisongo.ac.id>, diakses tanggal 31 Januari 2020 jam 16.40.

**BAB III**  
**GAMBARAN UMUM**  
**SANTRI DESIGN COMMUNITY**

**A. Gambaran Umum *Santri Design Community* (SDC)**

1. Letak Geografis

Untuk lebih mendekat permasalahan yang akan diuraikan dalam skripsi ini, perlu diketahui kondisi objektif dari komunitas *Santri Design Community* (SDC), baik itu dari segi geografis, historis maupun susunan kepengurusannya.

Secara geografis, lokasi *Santri Design Community* (SDC) terletak di Jl. Masjid Al-Akbar Timur No 9, Surabaya, Indonesia 60111, berdekatan dengan Masjid Nasional Al-Akbar Surabaya sebelah timur, tepat pada kantor PWNU Jawa Timur. Akan tetapi *Santri Design Community* (SDC) berdiri di Pondok Pesantren An-Nur As-salafi yang bertempat di Pasuruan, Jawa Timur.

2. Visi misi *Santri Design Community* (SDC)

Dalam komunitas *Santri Design Community* (SDC), memiliki Visi Misi yaitu, Menebar Pesona dengan Karya.

3. Sejarah *Santri Design Community* (SDC)

Lahirnya *Santri Design Community* (SDC) berawal dari inisiatif Dodik Nurcahyo, Abdoelah Hamid, Muhammad Afifi, Syukron Dossy, Ainul, Gus Helmi, dan Gus Anwar. Dari hanya beberapa perintis *Santri Design Community* (SDC) mereka bersedia meluangkan waktunya untuk



mendesain kegiatan NU (*Nahdlatul Ulama*). Mereka bersedia untuk *silaturrohiim* dengan tujuan yang mulia yaitu dengan berbagi ilmu dan inspirasi. Mereka berdiskusi dengan melakukan dialog tentang keinginan memanfaatkan karya desain grafis dalam media yang semakin marak. Akhirnya muncul ide membuat komunitas *Santri Design Community* (SDC).

*Santri Design Community* (SDC) merupakan wadah generasi pemersatu desainer muslim pemuda-pemudi NU yang lebih aktif dalam kontribusi keshalihan sosial, saling berbagai ilmu dan memberikan kemanfaatan nyata bagi penerus bangsa di era milenial. *Santri Design Community* (SDC) lahir untuk dapat meneruskan perjalanan dakwah para Ulama, Kyai, Ustadz, dan lain yang telah memberikan ilmu pengetahuan agama, melalui media visual grafis yang kreatif serta bermuatan dakwah.

Sebuah ide visual untuk mengemas informasi, pengetahuan ke dalam media baik dalam bentuk cetak maupun melalui media sosial dan *gadget* melalui dari poster, stiker, *banner* dan lain-lainnya.

*Santri Design Community* (SDC) terlahir pada Selasa, 20 Desember 2016 di Tumpang, Rt 001 / Rw 010 Pacarkeling, Kejayan, Klompang, Tunngulangun, Kejayan, Pasuruan, Jawa Timur.

Langkah awal dilakukan oleh *Santri Design Community* (SDC) adalah berupa memberikan edukasi bernuansa dakwah melalui visual dengan poster dibagikan diseluruh media sosial termasuk Instagram. Melalui Instagram, SDC bisa dikenal banyak kalangan termasuk kalangan

anak muda Indonesia. Semakin maraknya anggota SDC berbagai wilayah akhirnya ketua SDC membuat *chapter* diseluruh pelosok-pelosok Indonesia.

Seiring berjalannya waktu *chapter-chapter* di berbagai daerah terbentuk. Menurut data yang didapat peneliti dari lahirnya *Santri Design Community* (SDC) sampai tahun 2020 sudah ada 19 wilayah yang sudah membentuk *chapter*, seperti *chapter* Jakarta, Banyuwangi, Sampang, Pasuruan, Malang, Surabaya, Mojokerto, Tuban, Probolinggo, Jombang, Nganjuk, Madiun, Sragen Jawa Tengah, Jepara, Tasikmalaya, Garut, Lamongan, Lumajang, dan Gresik.

#### 4. Stuktur kepengurusan *Santri Design Community* (SDC)

Dewan penasehat : Hakim Jayli di TV9  
 : Fauzi Priambodo Prof Branding  
 : Syukron Dossy (Kyai Muda PWNU Jatim)  
 : Abdullah Hamid (Dosen UINSA Surabaya)

Ketua : Dodik Nurcahyo

Sekretaris : Zidni N Akbar

Bendahara : Muhammad Yordaris

Anggota : Hanan, Burhan, Ahya

Setelah lahirnya *Santri Design Community* (SDC) dan membuat komunitas serta mengadakan pertemuan-pertemuan, terbentuklah *chapter-chapter* regional *Santri Design Community* (SDC) antara lain.

- |                |                   |
|----------------|-------------------|
| 1. Banyuwangi  | 11. Madiun        |
| 2. Sampang     | 12. Sragen Jateng |
| 3. Pasuruan    | 13. Tasikmalaya   |
| 4. Malang      | 14. Garut         |
| 5. Surabaya    | 15. Jakarta       |
| 6. Mojokerto   | 16. Lamongan      |
| 7. Tuban       | 17. Lumajang      |
| 8. Probolinggo | 18. Gresik        |
| 9. Jombang     | 19. Jepara        |
| 10. Nganjuk    |                   |

#### **B. Kegiatan Santri Design Community (SDC)**

*Santri Design Community (SDC)* memiliki kegiatan tersendiri di setiap devisi. Devisi dipimpin oleh ahli yang berkompeten. Dibawah ini merupakan kegiatan *Santri Design Community (SDC)* di setiap media dan wilayah:

Kegiatan *Santri Design Community (SDC)* aktif di media sosial, *website*, dan lainnya.

##### 1. Sosial media

###### a. Facebook

Akun facebook *Santri Design Community (SDC)* tercatat ada 2,1 Ribu yang menyukai halaman ini, ada 2.251 yang mengikuti, dengan koleksi foto liminasi 148 foto, Instagram *Photos* 14 foto, unggah seluler 164 foto, madrasah desain 41 foto, masih tentang qurban 2 foto, pilkada 3 foto, sedekah 7 foto, ramadhan 3 foto,

dengan TV9 7 foto, jomblo 7 foto, caligraphy 11 foto, logo 1, dan foto sampul 2, total keseluruhan 410 foto yang terdapat di akun *Santri Design Community (SDC)* dalam facebook.



Gambar (3.0) AkunSDC di Facebook

#### b. Twitter

Selain facebook ada juga twitter followers di twitter lebih banyak dibandingkan di facebook yaitu, 2.364 *followers*. Alamat dari twitter *Santri Design Community (SDC)* adalah @SantriDesign.



Gambar (3.1) AkunSDC di Twitter

### c. Instagram

Media sosial lainnya adalah Instagram, *followers* dari Instagram yang sudah terdaftar sebanyak 34,1 Ribu *followers*, dengan postingan foto 1.107 foto yang diposting di Instagram. Dengan nama akun instagramnya @SantriDesign.



Gambar (3.2) AkunSDC di Instagram

### 2. Website

Kegiatan *Santri Design Community* (SDC) liris dalam *website* NU yaitu <https://www.nu.or.id> selain tentang kegiatan-kegiatan terdapat juga artikel-artikel Islam.



Gambar (3.3) Kegiatan SDC di *Website* NU Selain itu juga terdapat di <https://www.picuki.com> dengan nama @santridesign ada 34K *followers* dan 1K postingan.

### C. Kegiatan-kegiatan *Santri Design Community* (SDC)

#### 1. Pesantren design dan jurnalis di Jakarta, lokasi di Pondok Pesantren Darul Uchwah

Dalam acara ini SDC mengadakan madrasah desain yang keberapa kalinya. Kali ini madrasah desain dilaksanakan di Jakarta dengan HTM 100.000. Dalam madrasah desain ini secara 20% teori desain sedangkan 80% praktek desain. Fasilitas yang ada cukup memumpuni peserta terdiri dari kaos, sertifikikat, stiker, materi, ID *card*, *block note*. Acara ini dilaksanakan di Pondok Pesantren Ekonomi Darul Uchwah Jakarta Barat. Tanggal pelaksanaannya pada tanggal 14-15 Maret 2020.



Gambar (3.4) Kegiatan Design dan Jurnalis SDC di Jakarta

#### 2. NU CONNECT

Menyambut puncak harlah ke-94 NU pada Rabu, 31 Januari 2020, pengurus besar Nahdlatul Ulama mengadakan kegiatan *social media NU gathering*. Kegiatan ini dibagi dalam dua sesi yang sama pentingnya yang dikemas dalam ekosistem *NU Connect*. *NU Connect*

memiliki gagasan untuk melakukan sinergi dan kolaborasi sekaligus pemberdayaan potensi-potensi organisasi melalui sarana digital.



Gambar (3.5) NU *CONNECT*

### 3. CDC III (*Design Capability Development*)

Madrasah desain hadir di Lumajang guna untuk memupuk kemampuan desain pemuda-pemudi Lumajang. Tempat pelaksanaannya di PCNU Lumajang, tanggal 25 Januari 2020, pukul 13.00 WIB. Kelas dibagi menjadi dua, dengan tingkat dasar dan juga bagi desainer tingkat kelas lanjut.



Gambar (3.6) Kegiatan di Lumajang DCD Memupuk Kemampuan

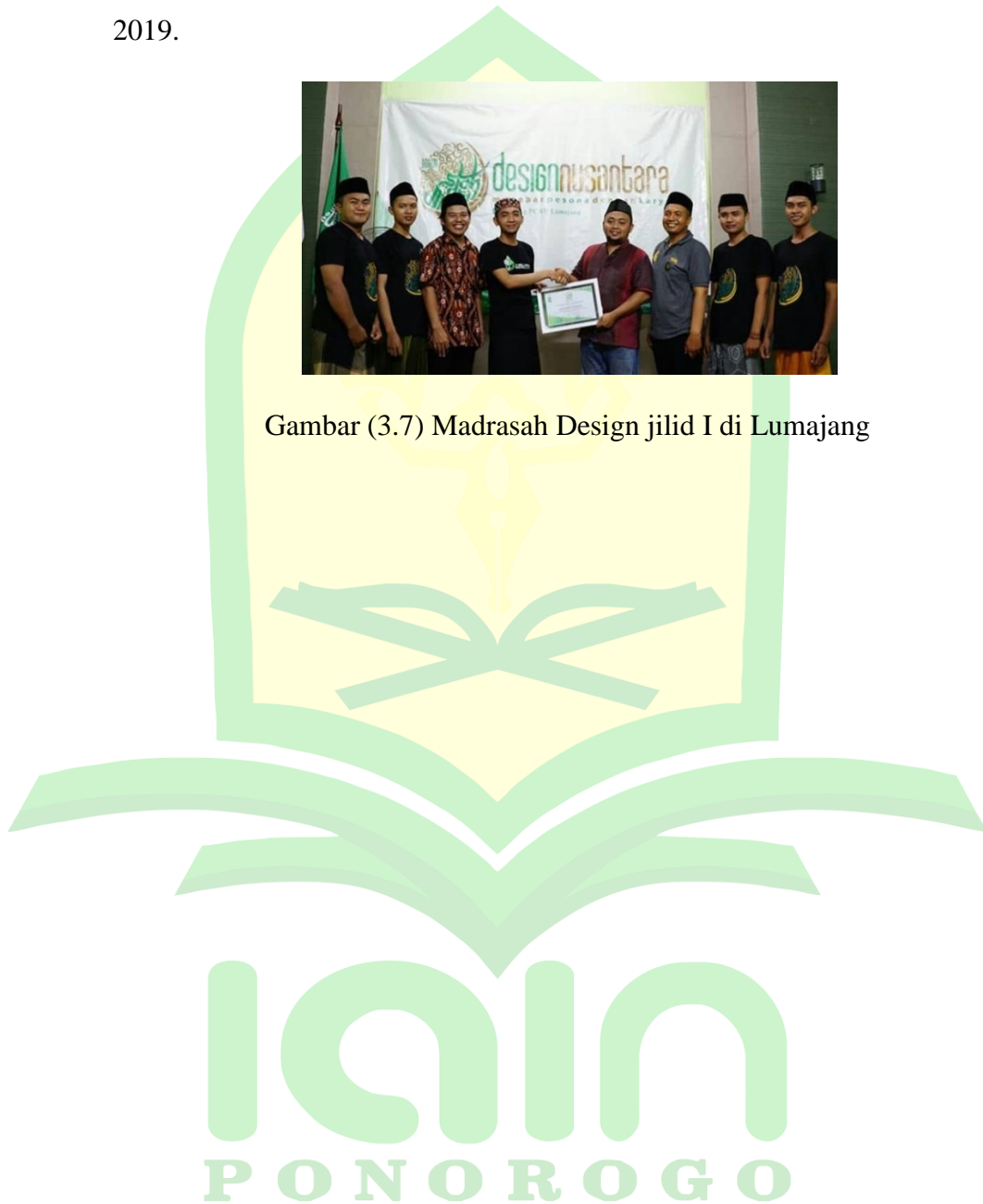
Desain

#### 4. Madrasah Design jilid I di Lumajang

Madrasah Design Nusantara di Lumajang bersama *Santri Design Community* di kantor PCNU Lumajang pada tanggal 27-28 Desember 2019.



Gambar (3.7) Madrasah Design jilid I di Lumajang





**BAB IV**

**ANALISIS BENTUK PRODUK DESAIN GRAFIS**

**DAN PESAN DAKWAH DALAM SANTRI DESIGN COMMUNITY**

**A. Bentuk Produk Desain Grafis Santri Design Community**

Produk yang dihasilkan oleh Santri Design Community adalah poster. Poster adalah media yang digunakan untuk menyampaikan suatu informasi, saran, atau ide-ide tertentu, sehingga dapat merangsang keinginan yang melihat untuk melaksanakan isi tersebut. Poster merupakan gabungan antara gambar dan tulisan dalam satu bidang yang memberikan informasi tentang satu atau dua ide pokok, poster hendaknya dibuat dengan gambar dekoratif dan huruf yang jelas.<sup>96</sup>

Poster merupakan salah satu media grafis yang paling tampak kekuatannya sebagai media penyampai pesan. Media ini berfungsi menyalurkan pesan dari sumber pesan ke penerima pesan, menarik perhatian, memperjelas sajian ide, mengilustrasikan fakta yang cepat dilakukan sehingga mudah diingat jika dilestarikan secara grafis atau melalui proses visualisasi, sederhana serta mudah pembuatannya. media grafis mengutamakan indra penglihatan dengan menuangkan pesan simbol komunikasi visual dan simbol pesan yang perlu dipahami.<sup>97</sup>

---

<sup>96</sup><http://eprints.walisongo.ac.id/8263>, diakses tanggal 31 Januari 2020 Jam 07.56

<sup>97</sup> Megawati, jurnal *Pengaruh Media Poster Terhadap Hasil Belajar Kosakata Bahasa Inggris*, 112. <http://media.neliti.com/media/publication/217637>, diakses tanggal 31 Januari 2020 Jam 07.56

Poster dakwah memiliki tujuan yang lebih spesifik, yaitu untuk kepentingan syiar atau dakwah Islam. Sebagaimana poster layanan masyarakat, poster ini bisa berisi himbauan, ajakan, atau peringatan, namun pesan-pesannya Islami. Tema-tema keislaman yang luas bisa menjadi pesan di dalam poster dakwah, misalnya tema peringatan penanggalan hari besar Islam (Ramadhan, Idul Fitri, Idul Adha, tahun baru Islam), ibadah *mahdloh* (sholat, puasa, zakat), akhlak (bersikap sopan, penyayang, lemah lembut, sabar, tawadlu'), ajakan berhijab, ajakan berinfaq, *amar ma'ruf nahi munkar* (anti miras, narkoba, korupsi, dan lain-lainnya). Poster-poster ini ditujukan kepada masyarakat, bisa secara luas, atau secara khusus, bisa bagi sesama muslim, atau non muslim. Poster dakwah juga bersifat nonprofit (bukan untuk kepentingan komersial).

#### Kumpulan poster yang ada dalam *Santri Design Community*



Gambar (3.8)



Gambar (3.9)



## B. Analisis Pesan Dakwah Yang Terkandung dalam Akun *Santri Design Community*

Salah satu unsur penting menyampaikan materi dakwah bisa lewat berbagai macam. Dalam penelitian ini *maddah* (pesan) dakwah yang akan disampaikan kepada *mad'u* berupa gambar. Materi dakwah yang berupa gambar tersebut merupakan hasil dari desain grafis yang tergabung dalam Instagram *Santri Design Community*. Dalam ilmu komunikasi materi dakwah

juga dapat disebut pesan dakwah *message*, yaitu dapat berupa simbol-simbol. Isi pesan dakwah berupa kata gambar lukisan dan sebagainya yang diharapkan dapat memberikan pemahaman bahkan perubahan sikap dari perilaku mitra dakwah.<sup>98</sup>

## 1. Poster yang berkaitan dengan akidah

### a. *Iqro'*



Gambar (4.4) Poster *Iqro'*

#### 1) Analisis poster (4.4) berdasarkan teori desain grafis

Dalam poster (4.4) memiliki jenis *font* bertipe *script* dalam desain poster ini ada nuansa arab yang tertulis anjuran untuk membaca Al-Qur'an. Sesuai dengan perintahnya dalam desain poster ini terdapat gambar Al-Qur'an. *Background* berwarna putih memiliki arti suci, bersih. Bahwa membaca Al-Qur'an dapat mensucikan hati pembaca.

#### 2) Analisis makna dakwah poster (4.4) tentang *iqro'*

Pengertian iman kepada kitab-kitab Allah adalah mempercayai dan meyakini sepenuh hati bahwa Allah SWT telah menurunkan kitab-kitab Nya kepada para Nabi atau Rasul yang

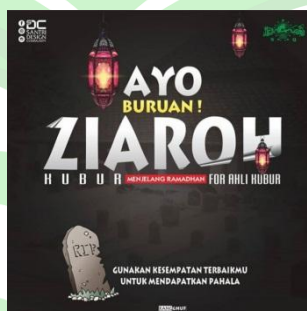
<sup>98</sup>Ali aziz, 2009, 318

berisi wahyu Allah untuk disampaikan kepada seluruh umat manusia.

Al-Qur'an merupakan wahyu Allah SWT yang disampaikan kepada Nabi Muhammad sebagai pedoman hidup umat manusia. Secara bahasa Al-Qur'an artinya bacaan bagi orang-orang yang beriman. Bagi umat Islam membaca Al-Qur'an merupakan ibadah. Dalam hukum Islam Al-Qur'an merupakan sumber hukum yang utama dan pertama, tidak boleh ada satu aturan pun yang bertentangan dengan Al-Qur'an.<sup>99</sup>

Orang yang gemar membaca Al-Qur'an dan sudah lihai dalam membacanya kelak akan bersama golongan mereka yang mulia lagi berbakti. Adapun orang yang gemar membaca Al-Qur'an, namun dalam membacanya masih berbata-bata maka mendapatkan dua pahala.

#### b. Ziarah kubur



Gambar (4.5) Poster Ziaroh

#### 1) Analisis poster (4.5) berdasarkan teori desain grafis

<sup>99</sup>Ilmy Baachrul, *Pendidikan Agama Islam* (Bandung: Grafindo Media Pratama, 2008), 58.

Dalam poster (4.5) terdapat ada batu nisan yang tertulis *rip*, dengan *background* hitam menandakan warna yang seram. Dalam desain poster (4.5) *font* desain mengajak untuk ziarah kubur menjelang ramadhan, mengajak mengirim do'a. Dalam *font* ini memiliki model *fontdecorative*.

## 2) Analisis makna poster (4.5) tentang ziarah kubur

Ziarah adalah satu praktik sebagian besar umat beragama yang memiliki makna moral yang penting. Kadang-kadang ziarah dilakukan ke suatu tempat yang suci dan penting bagi keyakinan dan iman yang bersangkutan. Tujuannya adalah meningat kembali meneguhkan iman dan mensucikan diri. Orang yang melakukan ziarah adalah peziarah. Ziarah kubur dapat dilakukan kapan saja. Hukum ziarah adalah bukanlah ibadah wajib, dan tidak berdosa jika tidak dilakukan, akan tetapi Rasulullah menganjurkannya.

Muslim meriwayatkan dari Buraidah R.A, ia berkata: “ Rasulullah saw bersabda: ‘Dulu aku pernah melarang kalian untuk berziarah kubur, namun sekarang silakan kalian berziarah kubur’”. Dalam riwayat lain disebutkan: “Barang siapa yang ingin berziarah kubur, silakan ia berziarah kubur, sebab hal itu bisa mengingatkan kepada akhirat.”<sup>100</sup>

Dalam hadist diatas bahwa anjuran umat muslim untuk ziarah kubur diperbolehkan oleh Rasulullah. Ziarah kubur dilaksanakan guna untuk mengingat kematian yang abadi dan akhirat.

<sup>100</sup>Nawawi Imam, *Ringkasan Riyadhush Shalihin*, (Bandung: Irsyad Baitus Salam, 2012), 145.

Ziarah kubur menurut Islam hanyalah salah satu sarana agar seorang muslim selalu beriman dan mengingat kematian. Ziarah kubur merupakan amalan sunah yang sangat dianjurkan dalam Islam, apalagi makam orangtua sendiri. Ziarah kubur merupakan ibadah yang mulia disisi Allah. Islam juga masih menghormati orang-orang yang sudah meninggal.

c. Fadhilah tarawih



Gambar (4.6) Poster Keutamaan Shalat Tarawih

1) Analisis poster (4.6) berdasarkan teori desain grafis

Dalam poster (4.6) *background* yang digunakan berwarna biru polos tanpa ada tekstur yang menempel. Terdapat gambar *ka'bah* sesuai dengan pesan yang disampaikan didalam *fadhilah* shalat tarawih. Tipe *font* yang digunakan menggunakan jenis *script* dan *sans serif* pada bagian bawah.

2) Analisis makna dakwah poster (4.6) tentang shalat tarawih

Selain ibadah puasa, salah satu yang spesial di bulan Ramadhan adalah shalat tarawih. Ritual yang dilakukan setelah *isya'* ini memiliki keutamaan dan pahala yang besar. Syekh



Taqiyuddin Al-Hishni dalam karyanya *Kifayatul Akhyar* menegaskan bahwa kesunahan shalat tarawih merupakan kesepakatan seluruh ulama dari berbagai *madzhab*, tidak dianggap pendapat-pendapat yang menyelisihi konsensus tersebut.

Terdapat beberapa hadits yang menjelaskan tentang keutamaan tarawih. Di antaranya hadits Nabi riwayat Imam Al-Bukhari, Muslim dan lainnya:

مَنْ قَامَ رَمَضَانَ إِيمَانًا وَحَسَابًا غُفِرَ لَهُ مَا تَقَدَّمَ مِنْ ذَنْبِهِ

Artinya : “Barang siapa ibadah (tarawih) di bulan ramadhan seraya beriman dan ikhlas, maka diampuni baginya dosa yang telah lampau”(HR. Bukhari Muslim).

Dalam shalat tarawih Imam Baihaqi dan lainnya meriwayatkan yang shahih bahwa umat Islam shalat tarawih di bulan Ramadhan pada masa pemerintahan khalifah Umar Bin Khatab sebanyak 20 rakaat. Di dalam riwayat lain dari Imam Malik di kitab *Mawattha'* jumlah rakaatnya yang dilakukan pada masa Umar 23 rakaat. Imam Baihaqi kemudian mengompromikan dua dalil tersebut bahwa riwayat yang menyatakan 20 rakaat konteksnya adalah tanpa menghitung 3 rakaat shalat witir, sedangkan riwayat yang menyebutkan 23 rakaat setelah menghitung witir.<sup>101</sup>

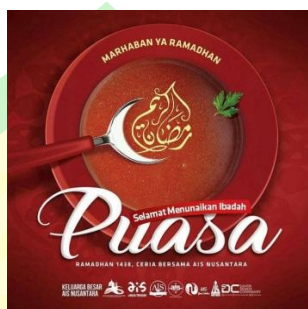
Jadi dalam poster (4.6) menganjurkan umat muslim mengerjakan shalat tarawih di bulan ramadhan, terkhusus pada

<sup>101</sup> Sarawat Ahmad, *Seri Fiqih Kehidupan Pengantar Fiqih* (DU Publishing: Jakarta, 2011), 47



malam 29, karena keutamaannya adalah Allah swt berikan padanya pahala seribu haji yang diterima, bagi yang melaksanakannya.

#### d. Puasa



Gambar (4.7) Poster Puasa

##### 1) Analisis poster (4.7) berdasarkan teori desain grafis

Dalam poster (4.7) memiliki 3 bidang yang berbentuk lingkaran yang membentuk piring, melingkari tulisan Ramadhan Karim. Terdapat sendok dalam bidang yang membentuk piring tersebut. Pada bagian bawah terdapat bidang persegi panjang yang dilengkungkan, dan dalamnya ada tulisan yang memiliki jenis *font sans serif*. Jenis *font* yang terdapat dalam poster (4.7) memiliki jenis *script* yang tertuliskan puasa. Dalam *background* poster (4.7) terdapat tekstur yang menghiasi warna merah poster.

##### 2) Analisis makna poster puasa

Ibadah puasa Ramadhan memiliki banyak keutamaan dalam hadits-hadits yang shahih. Diantaranya puasa Ramadhan merupakan sarana untuk mendapatkan ampunan dosa yang telah lalu, pengangkat derajat dan memperbanyak pahala kebaikan. Puasa

Ramadhan diwajibkan seperti firman Allah dalam surat Al-Baqarah ayat 183:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُتِبَ عَلَيْكُمُ الصِّيَامُ كَمَا كُتِبَ عَلَى الَّذِينَ مِن قَبْلِكُمْ لَعَلَّكُمْ تَتَّقُونَ (١٨٣)

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, diwajibkan atas kamu berpuasa sebagaimana diwajibkan atas orang-orang sebelum kamu agar kamu bertakwa, (QS. Al-Baqarah:183)*<sup>102</sup>

Ayat 183 menegaskan diwajibkannya satu bentuk ibadah yang disebut puasa kepada orang beriman, seperti telah diwajibkan kepada orang-orang sebelum mereka. Puasa dimaksud, sebagaimana yang dijelaskan dalam fiqih, berbentuk menahan diri untuk tidak makan, tidak minum, tidak berhubungan suami istri dan tidak melakukan hal-hal yang membatalkan puasa seperti merokok.<sup>103</sup>

## 2. Pesan gambar yang berkaitan dengan syariah

### a. Sedekah



Gambar (4.8) Poster Sedekah

<sup>102</sup> QS. Al Baqarah (2): 183.

<sup>103</sup> Khasanah, "Puasa Ramadhan dalam Perspektif Kesehatan" (Jurnal Studi Islam dan Humaniora, 2017 ) 23. Dalam <https://jurnal.uin-antasari.ac.id>, diakses pada tanggal 10 September 2020, jam 12.55 WIB.

1) Analisis poster (4.8) berdasarkan teori desain

Dalam poster (4.8) *background* berwarna biru, ditengah tergambaran simbol mata uang, dalam desain poster (4.8) tertulis tabungan dengan jenis font *sans serif* dengan artian menekankan untuk umat Islam menabung akhirat dengan cara bersedekah. Selain itu tergambaran iuran tangan dengan sesama lainnya. Dan mengajak untuk bersedekah. Gambaran awan menggambarkan menunjukkan bahwa sedekah mendekatkan terhadap akhirat.

2) Analisis makna poster (4.8)

Sedekah berasal dari kata shodaqoh yang berarti suatu pemberian yang diberikan oleh seorang muslim kepada orang lain secara spontan dan suka rela tanpa dibatasi waktu dan jumlah tertentu. Allah SWT telah menurunkan banyak sekali ayat mengenai anjuran bersedekah bagi umat Islam. Selain itu, Allah juga menggambarkan balasan bagi orang yang gemar bersedekah.

<sup>104</sup> Dalam firman Allah dalam surat An-Nisa ayat 114:

لَا خَيْرَ فِي كَثِيرٍ مِنْ جَوَاهِرٍ إِلَّا مَنْ أَمَرَ بِصَدَقَةٍ أَوْ مَعْرُوفٍ أَوْ إِصْلَاحٍ بَيْنَ  
النَّاسِ وَمَنْ يَفْعَلْ ذَلِكَ ابْتِغَاءَ مَرْضَاةِ اللَّهِ فَسَوْفَ نُؤْتِيهِ أَجْرًا عَظِيمًا  
(١١٤)

Artinya : *tidak ada kebaikan pada kebanyakan bisikan-bisikan mereka, kecuali bisikan-bisikan dari orang yang menyuruh (manusia) memberi sedekah, atau berbuat*

<sup>104</sup> Nofiaturohmah, "Penanaman Karakter Dermawan melalui Sedekah" (Jurnal Zakat dan Wakaf, 2017 ), 322. Dalam <https://journal.iainkudus.ac.id> diakses pada tanggal 10 September 2020, jam 13.11 WIB.

*ma'ruf, atau Mengadakan perdamaian di antara manusia. dan Barangsiapa yang berbuat demikian karena mencari keredhaan Allah, Maka kelak Kami memberi kepadanya pahala yang besar. (QS. An-Nisa: 114)*<sup>105</sup>

Sedekah merupakan amalan yang sangat dianjurkan dalam Islam. Dalam firman Allah Surat Al-Baqarah ayat 195:

وَأَنْفِقُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَلَا تُلْقُوا بِأَيْدِيكُمْ إِلَى التَّهْلُكَةِ وَأَحْسِنُوا إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ  
الْمُحْسِنِينَ (١٩٥)

Artinya : *dan belanjakanlah (harta bendamu) di jalan Allah, dan janganlah kamu menjatuhkan dirimu sendiri ke dalam kebinasaan, dan berbuat baiklah, karena Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik. (QS. Al-Baqarah:195)*<sup>106</sup>

Ayat ini memerintahkan umat Islam untuk selalu berbuat baik dan menginfakkan harta yang dimiliki di jalan Allah atau untuk kebaikan.

Sedekah adalah salah satu cara untuk berbuat baik. Selain mendapatkan pahala, sedekah sangat membantu orang-orang yang sedang kesulitan dan butuh pertolongan.

b. *Tholabul halal*



<sup>105</sup> QS. An Nisa (4): 173.

<sup>106</sup> QS. Al Baqarah (2):195.

Gambar (4.9) Poster *Tholabul Halal*

## 1) Analisis poster (4.9) berdasarkan teori desain

Pada poster (4.9) memiliki tekstur dibagian *background*. Dalam poster tersebut teks memiliki 3 tipe, yaitu jenis *Serif*, *Sans Serif*, dan *Script*. Dalam poster ini teks terkandung menuntun kita dalam arah *tholabul halal*. Dengan bergaya tipografi berisikan hadits dan pesannya.

2) Analisis makna poster (4.9) *tholabul halal*

Sejak dahulu kala manusia berbeda-beda dalam menilai masalah makanan dan minuman mereka, ada yang boleh dan ada yang tidak boleh. Lebih-lebih dalam masalah makanan yang berupa binatang. Adapun masalah makanan dan minuman yang berupa tumbuh-tumbuhan tidak diperselisihkan. Dan Islam sendiri tidak mengharamkan tersebut.<sup>107</sup> Kecuali setelah menjadi arak, baik berupa anggur, korma, gandum ataupun bahan yang lainnya, selama benda-benda tersebut sudah mencapai kadar memabukkan. Begitu juga Islam mengharamkan semua benda yang dapat menghilangkan kesadaran dan melemahkan urat serta yang membahayakan tubuh. Islam datang, sedang manusia masih dalam memandang masalah makanan berupa binatang. Islam berada di antara suatu faham kebebasan soal makanan dan ekstrimis dalam soal larangan. Oleh

---

<sup>107</sup> Yusuf Qardhawi, *Halal dan Haram dalam Islam* (Surabaya: Bina Ilmu, 1993) 34.

karena itu Islam memandang kepada segenap umat manusia untuk mengonsumsi yang halal.

Disinilah Islam memanggil manusia supaya suka makan hidangan besar yang baik, yang telah disediakan oleh Allah kepada mereka, yaitu bumi lengkap dengan isinya, dan kiranya manusia tidak mengikuti kerajaan dan jejak syetan yang selalu menggoda manusia supaya mau mengharamkan sesuatu yang telah dihalalkan Allah, dan mengharamkan kebaikan-kebaikan yang dihalalkan Allah, dan syaitan juga menghendaki manusia supaya terjerumus dalam lembah kesesatan.<sup>108</sup>

إِنَّمَا حَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالدَّمَ وَحُمَّ الْخِنْزِيرِ وَمَا أُهِلَّ بِهِ لِغَيْرِ اللَّهِ فَمَنْ اضْطُرَّ  
غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَلَا إِثْمَ عَلَيْهِ إِنَّ اللَّهَ عَفُورٌ رَحِيمٌ (١٧٣)

Artinya: “*Sesungguhnya Allah hanya mengharamkan bagimu bangkai, darah, daging babi, dan binatang yang (ketika disembelih) disebut (nama) selain Allah, tetapi Barangsiapa dalam keadaan terpaksa (memakannya) sedang Dia tidak menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, Maka tidak ada dosa baginya. Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.*” (QS. Al-Baqarah:173)<sup>109</sup>

Haram juga menurut ayat ini daging yang berasal dari sembelihan yang menyebut nama Allah tetapi disebut pula nama selain Allah. Dalam seruannya secara khusus kepada orang-orang mukmin ini, Allah memerintahkan mereka supaya suka makan yang baik dan supaya mereka suka menunaikan hak nikmat itu, yaitu

<sup>108</sup> Yusuf, *Halal dan Haram dalam Islam*, 34.

<sup>109</sup> QS. Al Baqarah (2): 173.

dengan bersyukur kepada Zat yang memberi nikmat. Pada ayat-ayat di atas adalah kewajiban umat muslim untuk mencari yang halal.<sup>110</sup>

c. Shalat *jama'ah*



Gambar (5.0) Poster Sholat Jama'ah

1) Analisis poster (5.0) berdasarkan teori desain

Dalam poster (5.0) ada desain yang menggambarkan orang sholat berjama'ah dengan *icon* imam berwarna berbeda dengan makmumnya. Font yang digunakan jenis *islamic*. Dibelakang gambar berjama'ah diberi pencahayaan warna putih, melambangkan bahwa sholat jama'ah lebih baik dari pada sholat sendirian.

2) Analisis makna poster (5.0) shalat *jama'ah*

Shalat menurut bahasa artinya "do'a". Sedangkan menurut syariat adalah ibadah khusus yang telah dijelaskan batas-batas waktunya dalam syariat. Sebagia ulama mendefinisikan bahwa shalat adalah 'idah yang terdiri dari perkataan-perkataan dan

<sup>110</sup>Yusuf, *Halal dan Haram dalam Islam*,45.



perbuatan khusus yang dibuka dengan takbir Allah dan ditutup dengan salam.

Rasulullah bersabda: “Shalat berjama’ah lebih utama daripada shalat sendirian dengan selisih pahala 27 derajat.” (HR. Bukhari Muslim)

Shalat seseorang yang dikerjakan secara berjama’ah, pahalanya melebihi shalatnya yang dikerjakan secara sendirian dirumah atau manapun dengan selisih pahala 27 derajat. Yang demikian itu bisa diraih jika dia berwudhu secara sempurna, lalu keluar menuju masjid yang tujuannya tiada lain adalah shalat.<sup>111</sup>

### 3. Pesan gambar yang berkaitan dengan akhlak

#### a. Hijab



Gambar (5.1) Poster Hijab

#### 1) Analisis poster (5.1) berdasarkan teori desain grafis

Latar belakang poster ini polos (hanya sebagian kepala yang berkehijab) dengan warna coklat muda, dengan *tone* yang cukup rendah. Dibawahnya terdapat tulisan tipografi dengan warna coklat

<sup>111</sup> Fauzi Rahman, *Sholat Khusyuk* (Jakarta:Gema Insani, 2008), 3.



yang gelap, bagian tengah diberikan warna yang terang sehingga berkesan bercahaya.

Ilustrasi poster menggunakan sebagian kepala perempuan yang berhijab, dengan *outline* coklat gelap sehingga memiliki kesan jelas, dan terlihat dengan jelas. Di bagian mulut perempuan terdapat tangan yang menutupi mulutnya. Figur berpose arah depan menunjukkan sebagian raut wajahnya.

*Headline* menempati porsi yang cukup besar di bidang poster yaitu sekitar 60%. Warnanya coklat tua, menggunakan tipe *font script*. Ada penambahan bentuk (*shape*) yang berbentuk pita bertuliskan “jangan dan sebagai”, pada bagian tulisan “gunakan dan gaya” menggunakan tipe *font sans serif* dan ada garis dibawahnya.

## 2) Analisis makna poster (5.1) tentang hijab

Felix Y Siauw dalam Yuk Berhijab, menyebutkan bahwa menutup aurat bagi perempuan berbeda dengan memakai pakaian *syar'i* (yang dibenarkan Allah) yang menutup aurat. Di dalam shalat contohnya, salah satu syarat sahnya adalah menutup aurat, sehingga apapun yang dipakai seorang muslimah agar auratnya tidak terbuka itu sudah cukup menjadikan shalatnya sah. Akan tetapi belum tentu pakaian menutup aurat (saja) boleh dikenakan wanita muslimah saat ia pergi keluar rumah. Hal ini karena untuk keluar rumah, Allah SWT tidak hanya mengharuskan mereka

menutup auratnya. Pakaian *syar'i* inilah yang disebut dengan hijab.<sup>112</sup>

Kewajiban mengenakan jilbab *syar'i* sesuai dengan ketentuan yang ada di dalam Al-Qur'an, sah satunya dalam surat An-Nur ayat 31:

وَقُلْ لِلْمُؤْمِنَاتِ يَغْضُضْنَ مِنْ أَبْصَارِهِنَّ وَيَحْفَظْنَ فُرُوجَهُنَّ وَلَا يُبْدِينَ زِينَتَهُنَّ إِلَّا مَا ظَهَرَ مِنْهَا وَلْيَضْرِبْنَ بِخُمُرِهِنَّ عَلَىٰ جُيُوبِهِنَّ وَلَا يُبْدِينَ زِينَتَهُنَّ إِلَّا لِبُعُولَتِهِنَّ أَوْ آبَائِهِنَّ أَوْ آبَائِ بُعُولَتِهِنَّ أَوْ أَبْنَائِهِنَّ أَوْ أَبْنَاءِ بُعُولَتِهِنَّ أَوْ إِخْوَانِهِنَّ أَوْ بَنِي إِخْوَانِهِنَّ أَوْ نِسَائِهِنَّ أَوْ مَا مَلَكَتْ أَيْمَانُهُنَّ أَوِ التَّابِعِينَ غَيْرِ أُولِي الْإِرْبَةِ مِنَ الرِّجَالِ أَوِ الطِّفْلِ الَّذِينَ لَمْ يَظْهَرُوا عَلَىٰ عَوْرَاتِ النِّسَاءِ وَلَا يَضْرِبْنَ بِأَرْجُلِهِنَّ لِيُعْلَمَ مَا يُخْفِينَ مِنْ زِينَتِهِنَّ وَتُوبُوا إِلَى اللَّهِ جَمِيعًا أَيُّهَا الْمُؤْمِنُونَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ (٣١)

Artinya: “Katakanlah kepada wanita yang beriman: “Hendaklah mereka menahan pandangannya, dan kemaluannya, dan janganlah mereka menampakkan perhiasannya, kecuali yang (biasa) nampak dari padanya. Dan hendaknya mereka menutupkan kain kudung kedadanya, dan janganlah menampakkan perhiasan kecuali kepada suami mereka, atau ayah suami mereka, atau putra-putra mereka, atau putra-putra suami mereka, atau saudara-saudara laki-laki mereka, atau putra-putra saudara lelaki mereka, atau putra-putra saudara perempuan mereka, atau wanita-wanita Islam, atau budak-budak yang mereka miliki, atau pelayan-pelayan laki-laki yang tidak mempunyai keinginan (terhadap wanita) atau anak-anak yang belum mengerti tentang aurat wanita. Dan janganlah mereka memukulkan kakinya agar diketahui perhiasan yang mereka sembunyikan. Dan bertaubatlah kamu sekalian kepada Allah, hai orang-orang beriman supaya kamu beruntung” (Q.S An-Nur:31)<sup>113</sup>

<sup>112</sup> Felix Siauw Y, *Yuk Berhijab* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2013), 64.

<sup>113</sup> QS An-Nur (24): 31.

b. Manusia diciptakan berpasangan



Gambar (5.2) Poster Berpasang-pasangan

1) Analisis poster (5.2) berdasarkan teori desain grafis

Dalam poster (5.2) poster dibuat secara tipografi, dengan *background* berwarna *orange* polos, dan tipografi memiliki paduan *outline* berwarna coklat tua, dalam *font* tersebut memiliki sifat huruf *script*. Dalam poster (5.2) terdapat bidang persegi panjang yang didesain cekung, berwarna merah yang memiliki arti berani. Dalam artian pemuda-pemudi tidak boleh takut dengan jomblo karena Allah menciptakan semua orang berpasang-pasangan.

2) Analisis makna poster (5.2)

Al-Qur'an menerangkan bahwa manusia diciptakan secara berpasang-pasangan. Allah menciptakan manusia secara berpasang-pasangan agar dapat berkembang biak.

وَمِنْ آيَاتِهِ أَنْ خَلَقَ لَكُمْ مِنْ أَنْفُسِكُمْ أَزْوَاجًا لِتَسْكُنُوا إِلَيْهَا وَجَعَلَ بَيْنَكُمْ مَوَدَّةً  
وَرَحْمَةً إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ لِقَوْمٍ يَتَفَكَّرُونَ (٢١)

Artinya: “Dan di antara tanda-tanda kekuasaan-Nya ialah Dia menciptakan untukmu isteri-isteri dari jenismu sendiri, supaya kamu cenderung dan merasa tenteram kepadanya, dan dijadikan-Nya diantaramu rasa kasih dan sayang. Sesungguhnya pada yang demikian itu

*benar-benar terdapat tanda-tanda bagi kaum yang berfikir”.*(Q.S. Ar-Rum ayat 21)<sup>114</sup>

Melalui makhluk yang berpasangan itu Allah memperlihatkan bagaimana kebesaran-Nya mengembangbiakkan keturunan hingga makhluk hiduppun bertambah banyak dan bertebaran di segala penjuru bumi. Melalui berpasangan itulah sampai sekarang manusia terutama berkembang menjadi banyak.

Pada mulanya, Allah menciptakan Adam. Tetapi, naluri adam yang menginginkan pasangan hidup membuat Allah kemudian menciptakan Hawa yang lalu menjadi istrinya. Selanjutnya, dari mereka berdua lahirlah anak-anak yang lain.

Jadi Allah Maha Besar dengan menciptakan Hawa, seorang perempuan, sebagai pasangan Adam yang laki-laki.

#### c. Dakwah kok maki-maki



Gambar (5.3) Poster Dakwah Maki-maki

#### 1) Analisis poster (5.3) berdasarkan teori desain grafis

Dalam poster (5.3) gambaran larangan dakwah secara maki-maki. Jenis font yang digunakan *sans serif*, gambar anak kecil yang

<sup>114</sup> QS. Ar Rum (30): 21

terlihat teriak-teriak memberikan simbol seperti maki-maki, ditambah efek dalam tulisan maki-maki, sehingga memiliki kesan ekstrem atau yang dimaksud benar-bener terlarang dalam berdakwah secara maki-maki.

## 2) Analisis makna poster tentang dakwah

Dakwah merupakan suatu perbuatan mengajak manusia kepada jalan Allah SWT dengan cara baik dan penuh kesan (*bil hikmah wal mauidzatil hasanah*). Kata kasar bernada sombong serta merasa diri paling benar, akan berdampak tidak baik untuk misi dakwah.<sup>115</sup>

Dalam poster (5.3) bahwa dalam berdakwah dilarang dengan cara maki-maki atau bertutur kata yang kasar di depan audien. Berdakwah dengan kata yang kasar akan menjadi senjata bagi lawan untuk menjelekkkan Islam.

Setiap muslim adalah *da'i* yang bertugas menyampaikan kebenaran ajaran Islam kepada sesama/lainnya. Cara paling efektif adalah, tunjukkan akhlak dan perilaku Islam sehari-hari dari diri seorang muslim. Kita umat Islam harus menjadi iklan teladan dalam agama kita. Inilah yang menjadi kunci sukses dakwah, dengan akhlak yang baik.

---

<sup>115</sup> Zuhdi, *Dakwah Sebagai Ilmu dan Perspektif Masa Depan*, 16.

d. *Ghibah*Gambar (5.4) Poster *Ghibah*

## 1) Analisis poster (5.4) berdasarkan teori desain grafis

Dalam poster (5.4) terdapat garis yang mengelilingi tulisan *ghibah*. Font yang digunakan memiliki jenis *sans serif* karena tidak memiliki *serifs* sedikitpun yang terdapat disemua tulisan.

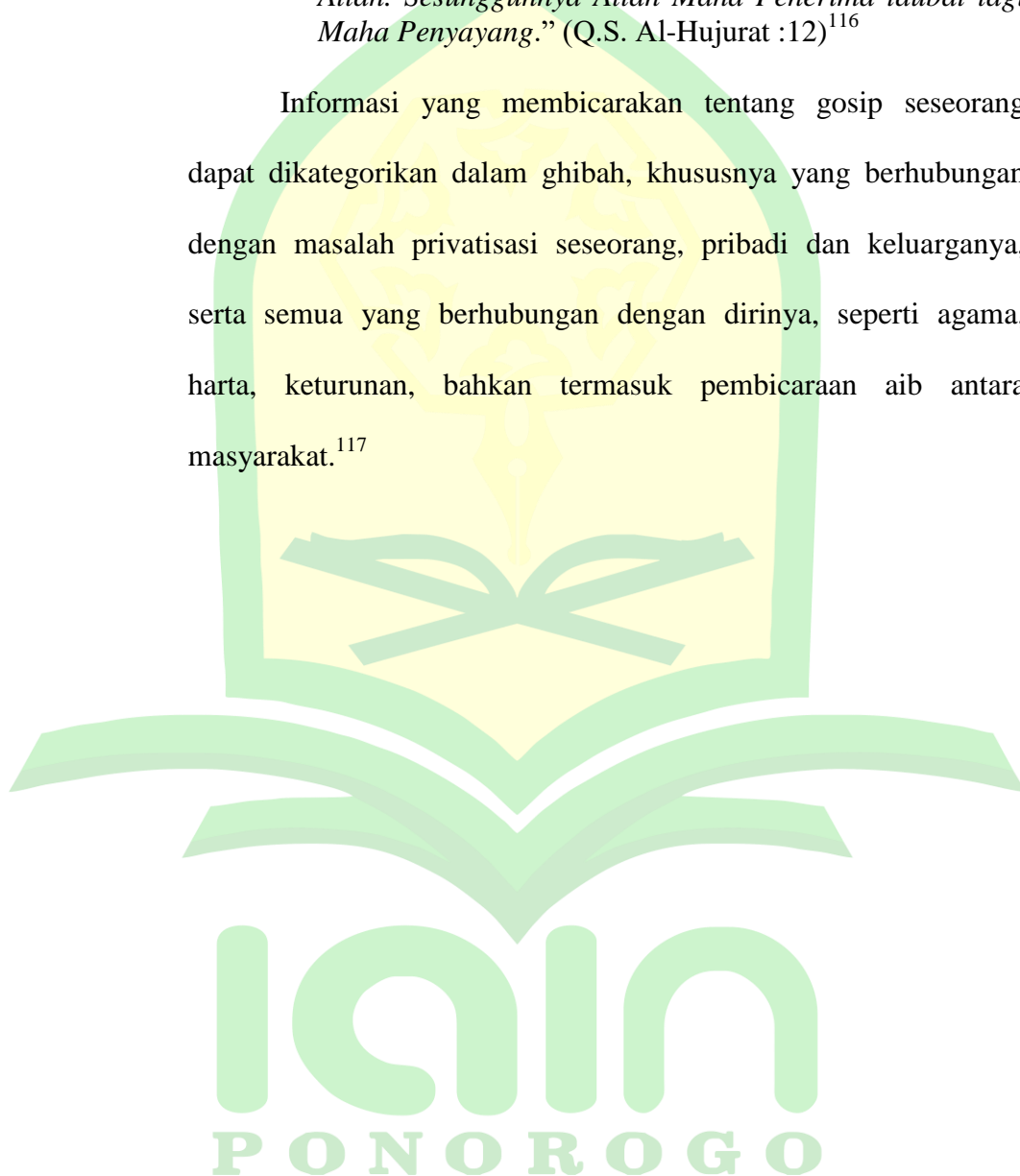
2) Analisis makna poster tentang *ghibah*

*Ghibah* adalah membicarakan mengenai hal negatif tentang orang lain yang tidak ada kehadirannya diantara yang berbicara. *Ghibah* adalah perkara yang diharamkan sebagaimana firman-Nya Allah telah melarangnya sebagaimana dalam kaidah *ushul fiqh* bahwa larangan asalnya adalah haram. Diantara dalil larangan *ghibah* adalah firman Allah *ta'ala*:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ وَلَا تَجَسَّسُوا  
وَلَا يَعْتَبْ بَعْضُكُم بَعْضًا أَيُّبُّ أَحَدُكُمْ أَنْ يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا  
فَكَرِهْتُمُوهُ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ تَوَّابٌ رَّحِيمٌ (١٢)

Artinya : *“Hai orang-orang yang beriman, jauhilah kebanyakan purba-sangka (kecurigaan), karena sebagian dari purba-sangka itu dosa. dan janganlah mencari-cari keburukan orang dan janganlah menggunjingkan satu sama lain. Adakah seorang diantara kamu yang suka memakan daging saudaranya yang sudah mati? Maka tentulah kamu merasa jijik kepadanya. dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Maha Penerima taubat lagi Maha Penyayang.” (Q.S. Al-Hujurat :12)*<sup>116</sup>

Informasi yang membicarakan tentang gosip seseorang dapat dikategorikan dalam ghibah, khususnya yang berhubungan dengan masalah privatisasi seseorang, pribadi dan keluarganya, serta semua yang berhubungan dengan dirinya, seperti agama, harta, keturunan, bahkan termasuk pembicaraan aib antara masyarakat.<sup>117</sup>



<sup>116</sup> QS. Al Hujurat (49) :12.

<sup>117</sup> Musfikah, “Ghibah Perspektif Sunnah” ( Jurnal Peradilan dan Hukum Keluarga Islam, 2018), 146. Dalam <http://journal.uin-alaudin.ac.id>, diakses pada tanggal 10 September 2020, jam 14.20 WIB.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Poster *Santri Design Community* memiliki fungsi yang informatif, persuasif, pengingat, dan pencitraan. Dalam poster *Santri Design Community* memiliki tinjauan yang berisi publikasi kegiatan seperti pengajian umum, tabligh akbar, dan lain-lain. Selain itu poster dakwah tersebut berisikan pesan dakwah.

Berikut ini analisis kesimpulan dakwah dalam poster:

##### 1. Tentang akidah

<b>Analisis Dakwah</b>	<b>Coding</b>
Al-Qur'an merupakan wahyu Allah SWT yang disampaikan kepada Nabi Muhammad sebagai pedoman hidup umat manusia. Orang yang gemar membaca Al-Qur'an dan sudah lihai dalam membacanya kelak akan bersama golongan mereka yang mulia lagi berbakti. Adapun orang yang gemar membaca Al-Qur'an, namun dalam membacanya masih berbata-bata maka mendapatkan dua pahala.	Gambar (4.4)
Ziarah kubur menurut Islam hanyalah salah satu sarana agar seorang muslim selalu beriman dan mengingat kematian. Ziarah kubur merupakan	Gambar (4.5)



<p>amalan sunah yang sangat dianjurkan dalam Islam, apalagi makam orangtua sendiri. Ziarah kubur merupakan ibadah yang mulia disisi Allah. Islam juga masih menghormati orang-orang yang sudah meninggal.</p>	
<p>Anjurkan umat muslim mengerjakan shalat tarawih di bulan ramadhan, terkhusus pada malam 29, karena keutamaannya adalah Allah swt berikan padanya pahala seribu haji yang diterima, bagi yang melaksanakannya.</p>	Gambar (4.6)
<p>Puasa Ramadhan merupakan sebuah kewajiban yang tidak ada alasan untuk tidak dilaksanakan oleh seorang muslim yang menghirup udara di bumi. Seperti firman Allah dalam surat Al-Baqarah ayat 183: Ayat 183 menegaskan diwajibkannya satu bentuk ibadah yang disebut puasa kepada orang beriman, seperti telah diwajibkan kepada orang-orang sebelum mereka. Puasa dimaksud, sebagaimana yang dijelaskan dalam fiqih, berbentuk menahan diri untuk tidak makan, tidak minum, tidak berhubungan suami istri dan tidak melakukan hal-hal yang membatalkan puasa seperti merokok.</p>	Gambar (4.7)

2. Pesan gambar yang berkaitan dengan Syariah

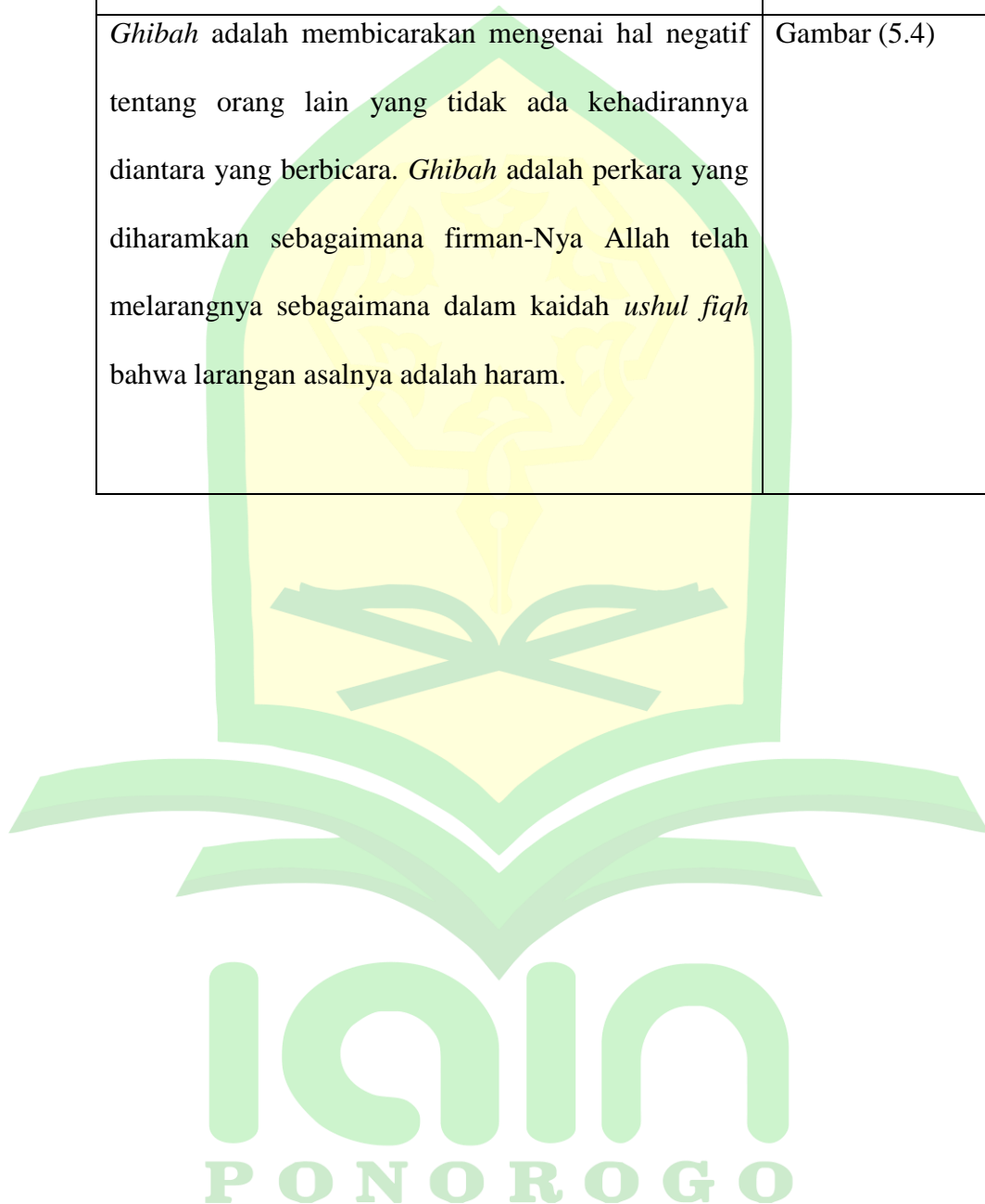
<p>Sedekah merupakan amalan yang sangat dianjurkan dalam Islam. Dalam firman Allah Surat Al-Baqarah ayat 195 Ayat ini memerintahkan umat Islam untuk selalu berbuat baik dan menginfakkan harta yang dimiliki di jalan Allah atau untuk kebaikan. Sedekah adalah salah satu cara untuk berbuat baik. Selain mendapatkan pahala, sedekah sangat membantu orang-orang yang sedang kesulitan dan butuh pertolongan.</p>	Gambar (4.8)
<p>Disinilah Islam memanggil manusia supaya suka makan hidangan besar yang baik, yang telah disediakan oleh Allah kepada mereka, yaitu bumi lengkap dengan isinya, dan kiranya manusia tidak mengikuti kerajaan dan jejak syetan yang selalu menggoda manusia supaya mau mengharamkan sesuatu yang telah dihalalkan Allah, dan mengharamkan kebaikan-kebaikan yang dihalalkan Allah, dan syaitan juga menghendaki manusia supaya terjerumus dalam lembah kesesatan.</p>	Gambar (4.9)
<p>Rasulullah bersabda: “Shalat berjama’ah lebih utama daripada shalat sendirian dengan selisih pahala 27 derajat.” (HR. Bukhari Muslim)</p> <p>Shalat seseorang yang dikerjakan secara berjama’ah,</p>	Gambar (5.0)

<p>pahalanya melebihi shalatnya yang dikerjakan secara sendirian dirumah atau manapun dengan selisih pahala 27 derajat. Yang demikian itu bisa diraih jika dia berwudhu secara sempurna, lalu keluar menuju masjid yang tujuannya tiada lain adalah shalat.</p>	
---	--

3. Pesan gambar yang berkaitan dengan akhlak

<p>Kewajiban mengenakan jilbab <i>syar'i</i> sesuai dengan ketentuan yang ada di dalam Al-Qur'an, sah satunya dalam surat An-Nur ayat 31.</p>	Gambar (5.1)
<p>Al-Qur'an menerangkan bahwa manusia diciptakan secara berpasang-pasangan. Allah menciptakan manusia secara berpasang-pasangan agar dapat berkembang biak. Melalui makhluk yang berpasangan itu Allah memperlihatkan bagaimana kebesaran-Nya mengembangbiakkan keturunan hingga makhluk hiduppun bertambah banyak dan bertebaran di segala penjuru bumi. Melalui berpasangan itulah sampai sekarang manusia terutama berkembang menjadi banyak.</p>	Gambar (5.2)
<p>Setiap muslim adalah <i>da'i</i> yang bertugas menyampaikan kebenaran ajaran Islam kepada sesama/lainnya. Cara paling efektif adalah, tunjukkan akhlak dan perilaku Islam sehari-hari dari diri</p>	Gambar (5.3)

<p>seorang muslim. Kita umat Islam harus menjadi iklan teladan dalam agama kita. Inilah yang menjadi kunci sukses dakwah, dengan akhlak yang baik.</p>	
<p><i>Ghibah</i> adalah membicarakan mengenai hal negatif tentang orang lain yang tidak ada kehadirannya diantara yang berbicara. <i>Ghibah</i> adalah perkara yang diharamkan sebagaimana firman-Nya Allah telah melarangnya sebagaimana dalam kaidah <i>ushul fiqh</i> bahwa larangan asalnya adalah haram.</p>	Gambar (5.4)



## DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, Lia dan Nathalia, Kirana. *Desain Komunikasi Visual Dasar-Dasar Panduan untuk Pemula*. Bandung: Nuansa Cendikia, 2014.
- Ardial. *Patadigma Dan Model Penelitian Komunikasi*. Jakarta: Bumi Aksara, 2014.
- Arifin, Anwar. *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011.
- Arikunto, Suharsimi. *Produser Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rieneka Cipta, 1990.
- Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Dakwah*. Surabaya: Al-Ikhlas, 1983.
- Aziz, Moh Ali. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana, 2004.
- Azwar. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset, 2001.
- Bahri Fathul. *Meneliti Jalan Dakwah Bekal Perjuangan Para Da'i*. Jakarta: Sinar Grafika Offset, 2008.
- Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2003.
- Departemen Agama RI, *al-Quran dan Terjemahnya Juz 1-30*, Jakarta: PT. Kumudasmoro Grafindo Semarang, 1994.
- Dharma, Leonardo Ade dan Andreas James. *Pengantar Desain Grafis*. Jakarta: Kemdibud, 2016.
- Felix Siau Y, *Yuk Berhijab*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2013.
- Herdiansyah. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Salemba Humanika, 2010.
- [Http://blog.unsri.ac.id/userfiles](http://blog.unsri.ac.id/userfiles). Diakses pada tanggal 23 Januari 2020.
- [Http://eprint.walisongo.ac.id/](http://eprint.walisongo.ac.id/). Diakses tanggal 30 Desember 2019, jam 12.00.
- [Https://id.mm.wikipedia.org/wiki/Instagram](https://id.mm.wikipedia.org/wiki/Instagram). Diakses tanggal 31 Januari 2020 jam 16.45.
- Ilaihi, Wahyu. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010
- Ilmy Baachrul, *Pendidikan Agama Islam*. Bandung: Grafindo Media Pratama, 2008.

- Khasanah, "Puasa Ramadhan dalam Perspektif Kesehatan" Jurnal Studi Islam dan Humaniora, 2017. Dalam <https://jurnal.uin-antasari.ac.id> diakses pada tanggal 10 September 2020, jam 12.55 WIB.
- Megawati, "Pengaruh Media Poster Terhadap Hasil Belajar Kosakata Bahasa Inggris. Dalam [Http://media.neliti.com/media/publication/217637](http://media.neliti.com/media/publication/217637). Diakses tanggal 31 Januari 2020 Jam 07.56.
- Moleong. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010.
- Musfikah, "Ghibah Perspektif Sunnah". Jurnal Peradilan dan Hukum Keluarga Islam, 2018. Dalam <http://journal.uin-alaudin.ac.id>, diakses pada tanggal 10 September 2020, jam 14.20 WIB.
- Nawawi Imam, *Ringkasan Riyadhush Shalihin*. Bandung: Irsyad Baitus Salam, 2012.
- Nofiaturohmah, "Penanaman Karakter Dermawan melalui Sedekah". Jurnal Zakat dan Wakaf, 2017. Dalam <https://journal.iainkudus.ac.id> diakses pada tanggal 10 September 2020, jam 13.11 WIB.
- Pahlawan, Kahatib. *Manajemen Dakwah dari Dakwah Konfesional Menuju Dakwah Kontemporer*. Jakarta: Amzah, 2007.
- Pujirianto. *Desain Grafis Komputer*. Yogyakarta: Andi Offset, 2005.
- Qardhawi Yusuf, *Halal dan Haram dalam Islam*. Surabaya: Bina Ilmu, 1993.
- Rahmat, Jalaludin. *Metode Penelitian Komunikasi Dilengkapi Contoh Analisis Statistik*. Bandung: Remaja Rosda Karya, 2007.
- Rahayu Sri Nanik. *Desain Multimedia*. Jakarta: Kemdibud, 2013.
- Rakhmat, Jalaluddin. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2004.
- Rofiah, Khusniati. *Dakwah Jama'ah Tabligh dan Eksistensi di Mata Masyarakat*. Ponorogo: STAIN Ponorogo Press, 2010.
- Saputra Wahidin. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2011.
- Sarawat Ahmad, *Seri Fiqih Kehidupan Pengantar Fiqih*. DU Publishing: Jakarta, 2011.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta, 2015.

- Sulthon, Muhammad. *Desain Ilmu Dakwah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003.
- Suparta, Munzier. *Metode Dakwah*. Jakarta: Kencana, 2003.
- Syarifudin. *Paradigma Teori Desain Grafis*. Ambon: IAIN Ambon Press, 2011.
- Syukir Asmuni. *Dasar-dasar Strategi Dawkwah*. Surabaya: Al-Ikhlash, 1983.
- Zuhdi, Ahmad. *Dakwah Sebagai Ilmu dan Perspektif Masa Depan*. Bandung: Alfabeta, 2016.

