

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Komunikasi merupakan salah satu cara untuk menyampaikan informasi. Dalam berkomunikasi saat ini, dapat melalui berbagai macam media. Media yang paling sering digunakan saat ini adalah *smartphone*. Di dalam *smartphone* terdapat berbagai macam platform aplikasi yang dapat digunakan untuk berkomunikasi. Seperti *instagram*, *telegram*, *whatsapp*, dan lain sebagainya.¹

Model komunikasi yang digunakan dalam aplikasi tersebut bermacam-macam. Salah satunya yaitu model komunikasi dua arah yang dapat dilakukan melalui grup *online*. Dalam grup tersebut setiap orang dapat bertukar informasi, pikiran, maupun pendapat tentang suatu hal. Dakwah melalui internet sangat efektif karena mengandalkan sifat internet yang tidak dibatasi ruang dan waktu. Hal ini dapat memudahkan penyebaran materi dakwah. Dikarenakan setiap orang tidak perlu untuk bertatap muka atau menghadiri kegiatan dakwah secara langsung.²

Dakwah merupakan kegiatan mengajak yang dilakukan untuk menyampaikan tuntunan ajaran-ajaran agama islam. Terlebih di era modern saat ini dakwah dapat dilakukan siapa saja tanpa terkecuali, kapanpun dimana saja dan melalui apa saja. Teknologi informasi yang sekarang semakin maju menjadikan dakwah menyesuaikan situasi dan kondisi zaman³.

Berbagai macam dakwah telah dikembangkan dengan adanya teknologi. Salah satunya yaitu dakwah *bi Al-Qalam*. Kegiatan dakwah ini dapat melalui desain komunikasi visual. Desain komunikasi visual adalah seni dalam menyampaikan informasi atau pesan dengan menggunakan bahasa visual yang diciptakan melalui media desain tertentu. Desain komunikasi visual digunakan untuk

¹ Budi Satrio, "Kiat Memiliki Kemampuan Berkomunikasi Yang Baik," *Www.Djkn.Kemenkeu.Go.Id*, last modified 2020, <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-metro/baca-artikel/13426/Kiat-Memiliki-Kemampuan-Berkomunikasi-yang-Baik.html>.

² Muhammad Syahrus Sobirin, "Hadis-Hadis Tentang Media Dakwah" (2020): 1–15.

³ Ahmad Ramli, "Reformulasi Konsep Dakwah Di Era Modern (Kajian Terhadap Dakwah Ahl Al Kitab)," *KOMUNIDA* VI, no. I (2016): 107, diakses pada 30 Mei 2023 <<https://doi.org/10.35905/komunida.v6i1.349>>

menginformasikan, mempengaruhi, sampai merubah perilaku audiens sesuai dengan sesuatu yang ingin disampaikan⁴.

Desain komunikasi visual dapat menyampaikan pesan dengan cara kreatif dalam menunjang keberhasilan suatu program. Sehingga mudah dipahami dan dapat diterima oleh publik⁵. Media komunikasi visual lebih mudah dipahami oleh seseorang karena berisikan gambar visual dari apa yang disampaikan. Salah satu bentuk media dakwah komunikasi visual yakni melalui media poster bernuansa islam yang kalimat didalamnya bersumber dari Al-Qur'an dan As-Sunnah⁶.

Desain komunikasi visual mempelajari tentang ungkapan kreatif yang diaplikasikan diberbagai media komunikasi visual. Hal tersebut terdiri dari gambar ilustrasi, huruf, tipografi, warna, komposisi dan layout. Desain komunikasi visual dilakukan untuk menyampaikan pesan berupa gambar, audio maupun video⁷. Desain komunikasi visual sangatlah beragam. Contohnya seperti poster, spanduk, gambar di media sosial hingga visualisasi yang bersifat seperti videografi, animasi dan film.

Penyebaran desain komunikasi visual dapat diakses publik melalui media sosial. Media sosial saat ini selain berisikan tentang informasi yang sedang hangat, media sosial juga dapat dijadikan sebagai media dakwah. Terlebih lagi para pendakwah sekarang yang lebih kreatif dalam menyampaikan nilai-nilai agama islam tidak hanya melalui mimbar saja. Akan tetapi juga menggunakan akun media sosial yang sekarang lebih sering diakses oleh masyarakat⁸.

⁴ Khairul Azmi, "Dakwah Visual Muslim Designer Community Banda Aceh (Analisis Konten Dakwah Visual Pada Akun Instagram Muslim Designer Community Banda Aceh)" (Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2020): 4.

⁵ Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Bisnis Kreatif, "Potensi Desain Komunikasi Visual Bagi Peningkatan Pertumbuhan Ekonomi Di Era Digital," *Kememparekraf.Go.Id*, last modified 2020, <<https://www.kememparekraf.go.id/ragam-ekonomi-kreatif/Potensi-Desain-Komunikasi-Visual-Bagi-Peningkatan-Pertumbuhan-Ekonomi-di-Era-Digital>>

⁶ Nilnan Ni'mah, "Dakwah Komunikasi Visual," *Islamic Communication Journal* 01, no. 01 (2016): 105, diakses pada 26 Mei 2023 <doi:10.21580/icj.2016.1.1.1241.>

⁷ Vanny Rosa Marini, "Strategi Muslim Designer Community (MDC) Dalam Mengembangkan Desain Komunikasi Visual Sebagai Media Dakwah," *UIN Syarif Hidayatullah Jakarta* (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2017): 19.

⁸ Adi Wibowo, "Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam Di Era Digital," *Jurnal Islam Nusantara* 03, no. 02 (2019):

Salah satu media sosial yang sering digunakan saat ini ialah instagram. Contohnya seperti akun instagram @ruangan_berkarya yang merupakan sebuah wadah kelas-kelas desain visual. Kelas ini diselenggarakan oleh akun instagram @tehshely. Seorang konten kreator kreatif yang berfokus pada seni digital dengan menggunakan aplikasi Ibis Paint X. Salah satu kelas yang diselenggarakan yakni kelas *Drawing For Dakwah*. Aplikasi Ibis Paint X merupakan salah satu aplikasi yang digunakan dalam menggambar ilustrasi digital⁹. Alasannya karena aplikasi ini dapat digunakan melalui handphone atau komputer, sehingga siapa saja dapat menggunakannya baik itu pelajar sampai konten kreator ilustrasi¹⁰.

Kelas ini khusus dibuat untuk seorang *akhwat* atau perempuan yang ingin belajar bagaimana cara menggambar ala @Teh Shely. Kelas *Drawing For Dakwah* ini difungsikan sebagai wadah berkreasi melalui desain visual dalam berdakwah. Aturan didalam kelas ini pun berbalut ajaran-ajaran islam yang bersumber dari Al-Qur'an. Salah satu aturannya yakni dilarang menggambar makhluk hidup.

Masalah yang akan peneliti angkat yakni bagaimana model komunikasi @ruangan_berkarya dalam berdakwah pada kelas *Drawing For Dakwah*. Dengan permasalahan tersebut peneliti dapat mengetahui bagaimana penyampaian pesan yang dilakukan @ruangan_berkarya dalam menyebarkan ajaran agama islam pada kelas *Drawing For Dakwah*. Objek penelitian ini yakni tim @ruangan_berkarya dan peserta kelas *Drawing For Dakwah*. Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti yakni teknik observasi, wawancara dan dokumentasi.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, peneliti berinisiatif untuk melakukan penelitian dengan judul “*Analisis Model Komunikas Schramm Pada Kelas Drawing For Dakwah Oleh Akun Instagram @ruangan_berkarya*”

345, diakses 25 Mei 2023
 <[⁹ Farkhatun, “Pengembangan Modul Aplikasi Ibis Paint X Ntuk Meningkatkan Kompetensi Dan Kreativitas Dalam Pembuatan Desain Busana Pesta,” *Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia* 7, no. 1 \(2022\): 97, diakses pada 25 Mei 2023 <\[¹⁰ Hasil observasi pada Kelas *Drawing For Dakwah* pada 14 Januari- 25 Februari 2023\]\(https://i-rpp.com/index.php/jpp/article/download/1343/371371815.></p>
</div>
<div data-bbox=\)](https://www.jurnalnu.com/index.php/as/article/view/141#:~:text=This%20paper%20seeks%20to%20explain%20the%20trend%20of%20description%20of%20the%20number%20of%20viewers%20on%20YouTube.></p>
</div>
<div data-bbox=)

B. Fokus Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil fokus penelitian berupa model komunikasi yang digunakan @ruangan_berkarya dalam menyebarkan ajaran islam sebagai media dakwah pada kelas *Drawing For Dakwah* dan penyampaian pesan pada kelas *Drawing For Dakwah*. Pada penelitian ini menggunakan teori komunikasi menurut Schramm yang mana subjek dari penelitian ini yakni yang terlibat dengan kelas *Drawing For Dakwah* diantaranya penyelenggara dan peserta kelas *Drawing For Dakwah*.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan fokus penelitian yang telah disusun, maka disusunlah rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana model komunikasi pada kelas *Drawing For Dakwah* oleh akun instagram @ruangan_berkarya?
2. Bagaimana penyampaian isi materi yang disampaikan pada kelas *Drawing For Dakwah* oleh akun instagram @ruangan_berkarya?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yakni :

1. Mengetahui model komunikasi schramm pada kelas *Drawing For Dakwah* oleh akun instagram @ruangan_berkarya
2. Mengetahui penyampaian isi materi yang disampaikan pada kelas *Drawing For Dakwah* oleh akun instagram @ruangan_berkarya

E. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat memeberikan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi mengenai bidang ilmu komunikasi yang diperoleh saat perkuliahan dengan realitas di lapangan.
 - b. Dapat memberikan pengetahuan sosial bagi pembaca yang ingin mengetahui tentang penyampaian media dakwah yang menarik secara visual sehingga dapat menarik generasi muda dalam mensyiarkan agama islam dengan asyik di zaman modern ini.

2. Manfaat praktis
 - a. Penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk masyarakat mengenai kelas *online* desain grafis sebagai media dakwah.
 - b. Penelitian ini dapat berguna untuk orang lain apabila ingin menggunakan model komunikasi yang digunakan oleh @ruangan_berkarya dalam berdakwah.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi dalam penelitian ini menganut pedoman penyusunan skripsi IAIN Kudus sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN. Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA. Bab ini menjelaskan mengenai kajian teori terkait judul, penelitian terdahulu, kerangka berfikir dan pertanyaan penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN. Pada bab tersebut membahas mengenai jenis dan pendekatan penelitian, setting penelitian, subyek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN. Bab yang berisikan gambaran objek penelitian, deskripsi data penelitian dan analisis data penelitian mengenai model komunikasi @ruangan_berkarya dalam mengajarkan ajaran-ajaran islam pada kelas *Drawing For Dakwah* dan penyampaian pesan pada kelas *Drawing For Dakwah*.

BAB V PENUTUP. Bab terakhir yang didalamnya memuat simpulan dan saran.