

BAB II

KERANGKA TEORI

A. Teori-teori yang Terkait Dengan Judul

1. Poster

Media komunikasi yang menjadi perhatian oleh pembaca karena memiliki gambar dan warna yang menjadi hal menarik oleh indera penglihatan pembaca salah satunya yakni poster. Poster merupakan salah satu dari desain grafis atau desain komunikasi visual berupa kata, lambang, dan juga berupa simbol yang memiliki tujuan sebagai peringatan ataupun larangan yang ditujukan kepada masyarakat luas. Mendesain poster merupakan suatu pekerjaan yang menantang kreativitas, hal itu dilakukan untuk menarik audiens.¹ Selain itu tujuan lain dibuatnya poster yakni untuk mengajak, membujuk dan juga menghimbau pembaca agar melakukan sesuatu seperti yang sudah dijelaskan pada tulisan atau digambarkan dalam poster tersebut. Oleh karena itu, agar pesan dalam poster bisa tersampaikan oleh sasaran, poster kerap kali dipasang di tempat umum yang mudah dijangkau oleh pembaca. Namun saat ini karena perkembangan zaman semakin berkembang maka poster dengan mudah dijumpai di media sosial salah satunya yakni media instagram, dan lainnya.²

a. Jenis-Jenis Poster

Selain sebagai karya seni, poster juga sebagai ajang untuk menyampaikan pesan dakwah atau sarana untuk berdakwah. Jenis poster sangat beragam salah satunya yakni poster Propaganda. Salah satu bentuk poster yang digunakan sebagai sarana untuk berdakwah yakni poster Propaganda. Poster Propaganda adalah poster yang dapat dimanfaatkan sebagai ajakan untuk berbuat kebaikan dan mencegah kemunkaran atau kejahatan, dengan melalui tulisan atau gambaran yang dipaparkan pada poster tersebut dengan bersumber pada Al-Qur'an dan juga

¹ Rakhmat Supriyono, *Desain Komunikasi Visual*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2010), 158.

² Nilnan Ni'mah, "Dakwah Komunikasi Visual," 109–110.

Hadist, bisa juga berupa kutipan dari tokoh Islam.³ Kutipan tersebut dikemas dengan kata-kata yang menarik perhatian orang lain, oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa poster Islami adalah desain visual atau grafis yang berupa lambang, kata, ataupun simbol dengan tujuan memengaruhi sekaligus menyampaikan pesan dakwah dalam isi poster tersebut. Pesan serta makna dakwah dimiliki oleh poster bertema Islam yang tak hanya memiliki estetika.

b. Proses Pembuatan Poster

Proses pembuatan poster dibuat tidak hanya sekedar tanpa kesengajaan. Tentunya dibuat karena adanya indikator maupun prinsip yang mendasarinya. Poster yang baik dan menarik akan mudah diterima oleh khalayak umum adalah poster yang memiliki prinsip dasar poster yakni keseimbangan komposisi isi dalam poster, alur baca yang jelas, penekanan pada warna maupun *font* yang digunakan untuk memperjelas maknanya, kesatuan komposisi poster, serta kesan yang ingin disampaikan.⁴ Layout harus dibuat simpel yaitu tidak membuat bingung pembaca. Agar mempermudah pembaca dalam menangkap pesan dengan baik maka diperlukan elemen kunci (huruf atau ilustrasi).⁵ Prinsip tersebutlah yang tentunya dapat menjadi acuan untuk membuat poster.

Beragam poster dapat dibuat dengan mudah, adapun proses pembuatan poster yakni penentuan konsep, jika dilakukan dengan kelompok maka dapat melalui *brainstorming* kemudian dilanjutkan dengan pembuatan sketsa poster, penentuan ukuran poster yang akan dibuat, dan terakhir, menentukan komposisi poster yang beracuan

³Yohana Agatha Kembaren, Gamal Kartono, and Mesra Mesra, "Analisis Karya Poster Berdasarkan Unity, Layout, Tipografi, Dan Warna," *Gorga: Jurnal Seni Rupa* 9, no. 1 (2020), 122, <https://doi.org/10.24114/gr.v9i1.18187>.

⁴Yuliandi Kusuma, *Trik Paten Poster Keren* (Jakarta: Grasindo, 2009), 14.

⁵Rakhmat Supriyono, *Desain Komunikasi Visual*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2010), 160

20% teks, 40% ilustrasi serta 40% ruang kosong.⁶ Adapun proses pembuatan poster yang lain diawali dengan pembuatan rancangan agar penyampaian pesan efektif, pencarian judul yang menarik, memilih warna yang sesuai dengan tujuannya, detail struktur poster diperhatikan dengan benar, perhatian pada tata letak maupun format poster, pemilihan kombinasi *typografi* yang tepat, penyesuaian desain poster dengan pembaca, mengajak pembaca untuk melakukan tindakan setelah membaca poster, pembuatan tampilan yang menonjol, serta ilustrasi yang digunakan harus sesuai dengan tema dan tujuannya. Selain itu, ada pula tahapan pembuatan poster yakni pra-produksi, produksi dan pasca produksi. Pra-produksi berisi mengenai pembuatan sketsa, pengolahan gambar maupun *finishing*, sedangkan produksi yakni pembuatan poster untuk dicetak, dan pasca produksi yakni melihat animo pembaca pada poster yang dibuat. Desain poster yang efektif dan digunakan sebagai patokan umumnya mempunyai kriteria sebagai berikut: (1) Mampu menarik perhatian *audience*, (2) Berhasil menyampaikan informasi secara tepat, (3) Mampu memengaruhi, meyakinkan, dan membentuk opini.⁷ Poster yang dihasilkan dengan mengikuti panduan pembuatan poster pastinya akan jadi jauh lebih menarik dan pesan dalam poster dapat lebih mudah untuk disampaikan dan diterima oleh *audience*.

2. Strategi Komunikasi Dakwah

Pada era digital yang semakin maju ini, banyak cara menyebarkan dakwah dengan berbagai strategi komunikasi diantaranya yakni dengan media visual poster yang di *share* di media sosial. Namun guna untuk mempermudah untuk menyampaikan pesan tersebut kepada pembaca, peran strategi komunikasi dakwah sangat penting. Pada dasarnya strategi merupakan suatu perencanaan (*Planning*) dan manajemen (*Management*) untuk mencapai suatu tujuan yang diharapkan. Namun dalam mencapai tujuan tersebut, fungsi strategi bukan hanya sebagai petunjuk

⁶ Yuliandi, *Trik Paten Poster Keren*, 13.

⁷ Rakhmat Supriyono, *Desain Komunikasi Visual*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2010), 166.

jalan yang hanya menunjukkan arah jalan saja, tetapi strategi juga harus menunjukkan teknis operasional yang sedang berjalan maupun belum berjalan.⁸ Strategi komunikasi dakwah memiliki peran penting yakni mempermudah penyampaian pesan pada pembaca.

Secara bahasa strategi dalam bahasa Yunani adalah “*strategia*” yang memiliki arti kepemimpinan atau suatu seni pemimpin. Sementara strategi secara istilah yakni suatu upaya untuk mencapai target tertentu atau tujuan yang diinginkan. Strategi adalah upaya dalam pencapaian suatu tujuan yang secara efektif sekaligus efisien.⁹ Dalam perspektif psikologi, strategi merupakan metode pengumpulan data sekaligus dalam pengelompokannya. Kesimpulannya Strategi merupakan cara untuk mengatur atau merencanakan dalam suatu kegiatan guna untuk mendapatkan apa yang diharapkan.¹⁰

Sementara itu, pengertian Komunikasi secara etimologi berasal dari bahasa Latin yakni *Communicatio* yang berawal dari kata *Communis* yang memiliki makna sama. Namun secara terminologi komunikasi adalah proses penyampaian pesan yang diperuntukkan pada masyarakat ramai. Maka strategi Komunikasi dapat dikatakan sebagai pola pikir untuk menentukan rencana dalam kegiatan mengubah sikap, sifat, pendapat ataupun perilaku pembaca (Pembaca, Komunikan, Hadirin).¹¹ Strategi komunikasi diartikan sebagai paduan perencanaan komunikasi (*Communication Planning*) dengan manajemen

⁸Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi: Teori Dan Praktek*, ed. Surjaman Tjun, November, (Bandung: PT Remaja Rosdyakarya, 2017), 32.

⁹Saidati Ismaha Rifda, *Penerapan Strategi Komunikasi Dalam Dakwah*, ed. Engkus Kuswandi, *Dakwah Dan Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdyakarya, 2003), 3.

¹⁰Suhandang Kustandi, *Strategi Dakwah Penerapan Strategi Komunikasi Dalam Dakwah*, ed. Engkus Kuswandi, (Bandung: PT Remaja Rosdyakarya, 2014), 81.

¹¹Suhandang Kustandi, *Strategi Dakwah Penerapan Strategi Komunikasi Dalam Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdyakarya, 2014), hlm.79–85.

komunikasi (*Communication Management*) guna untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan. Oleh karena itu secara praktis dalam melakukan suatu strategi komunikasi harus menunjukkan pengoperasionalnya. Maka dapat disimpulkan Strategi komunikasi merupakan suatu perencanaan komunikasi yang tentunya ketika direncanakan akan timbul sumber pesan, pesan, proses pengolahan pesan, dan penggunaan pesan dalam komunikasi tersebut.¹²

Sementara Dakwah dapat didefinisikan sebagai usaha untuk menyerukan dan menyampaikan pada setiap individu atau secara keseluruhan dengan konsepsi Islam tentang pandangan sekaligus tujuan manusia di dunia ini, yang meliputi *amar ma'ruf nahi munkar*, melalui berbagai macam media dalam penyampaiannya. Secara etimologi, dakwah berasal dari kata kerja *da'a yad'u da'watan*, yang bermakna mengajak, menyeru, memanggil atau mengundang.

Pada dasarnya pengertian dakwah merupakan suatu proses komunikasi yang bertujuan untuk mengembangkan agama Islam, dengan maksud mengajak seseorang untuk menganut semua ajaran yang terkandung dalam Al-Qur'an dan Sunnah Rasulullah SAW, baik merubah sikap, sifat, pendapat, dan perilaku sesuai dengan ajaran Islam.¹³

Dakwah merupakan sebuah proses yang kompleks. Proses dakwah dapat terjadi disebabkan adanya interaksi antara unsur-unsur dakwah. Unsur-unsur dakwah yang dimaksud yaitu terdiri dari pelaku dakwah (*ustadz*), materi dakwah (*maudhu'*), objek dakwah (*mad'u*), metode (*uslub*), dan media (*wasilah*). Apabila peran dan fungsi dari unsur-unsur dakwah tersebut dapat terealisasi secara sempurna maka akan tercapainya keberhasilan dakwah.¹⁴

¹²Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*, 32–33.

¹³Kustadi Suhandang, *Ilmu Dakwah Perspektif Komunikasi*, ed. Engkus Kuswandi, September (Bandung: PT Remaja Rosdyakarya, 2013), 24–25.

¹⁴Primi Rohimi, Dekonstruksi Media Sosial Sebagai Media Penyiaran Islam, *Jurnal Dakwah*, Vol. 19, No. 1, Tahun 2018, 76.

Atau bisa juga diartikan bahwa dakwah merupakan suatu kegiatan menyampaikan sekaligus menyebarkan pesan, yang memiliki nilai, norma dan hukum agama islam kepada individu, kelompok sekaligus kepada seluruh umat masyarakat luas agar senantiasa menjalankan ajaran agama dengan penuh pemahaman sehingga akan terwujud pola sosial yang harmonis dan damai baik di dunia maupun akhirat.

Seperti yang sudah dijelaskan di dalam Al-Qur'an terdapat suatu perintah yang mengajak kaum muslimin agar senantiasa untuk saling mendakwahi manusia untuk tetap ber-*sabilillah* atau diartikan tetap di jalannya Allah SWT. Dijelaskan pula agar sesama umat muslim harus tetap mengajak untuk bekerja mendakwahi manusia agar tetap berbuat kebajikan, melakukan *amar makruf* dan *nahi mungkar* salah satunya yakni berupa Kontrol Sosial. Allah SWT berfirman pada surat al-Maidah ayat 67 yang artinya ; *'Wahai Rosul, sampaikanlah apa yang diturunkan Tuhanmu, kepadamu'* dijelaskan pula dalam hadist riwayat Ibnu Majah bahwasannya ditemukan pula perintah Rasul kepada kaum muslimin agar menyampaikan pesan Rasulullah SAW, walaupun hanya satu ayat saja.¹⁵

Maka dapat disimpulkan, pengertian strategi komunikasi dakwah yakni suatu bentuk cara yang sudah dibentuk oleh seorang da'i yang memiliki tujuan untuk mengubah pola pikir atau cara pandang bahkan perilaku juga sifat seorang *mad'u* agar sesuai dengan ajaran dalam al-Qur'an dan hadist. Oleh karena itu, dalam strategi penyampaian dakwah tujuan dari komunikasi sangat penting karena komunikasi merupakan hal yang diutamakan dalam aktivitas penyampaian dakwah salah satunya yakni supaya dapat mengubah sikap dan perilaku *mad'u* agar senantiasa dijalan Allah SWT.

3. **KKN IK DR (Kuliah Kerja Nyata Integrasi Kompetensi dari Rumah)**

KKN IK DR atau Kuliah Kerja Nyata Integrasi Kompetensi Dari Rumah, merupakan kegiatan pengabdian terhadap masyarakat sesuai dengan jurusan masing-

¹⁵Suhandang, *Ilmu Dakwah Perspektif Komunikasi*, 12–15.

masing. Kegiatan ini tetap terlaksana meskipun adanya wabah Covid-19. Salah satunya yakni di IAIN Kudus, Jawa Tengah, kegiatan KKN (Kuliah Kerja Nyata) tetap diselenggarakan meskipun sangat berbeda dengan tahun-tahun sebelumnya. Covid-19 membuat kegiatan perkuliahan menjadi sangat berbeda dengan tahun sebelumnya. Salah satunya yakni kegiatan KKN-IK DR di IAIN KUDUS, Jawa Tengah. Kegiatan KKN-IK DR ini merupakan Kuliah Kerja Nyata yang didesain secara integratif antara pengabdian kepada masyarakat dengan praktik profesi sesuai kompetensi keilmuan yang pelaksanaannya berbasis dari rumah yang tentunya karena kondisi yang tidak memungkinkan untuk berkumpul. Desain KKN-IK DR akan meningkatkan kompetensi mahasiswa sekaligus memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk melakukan pengabdian berbasis kompetensi. Desain ini relevan untuk diterapkan dalam situasi pandemi Covid-19.¹⁶

4. Covid-19

Covid-19 atau Corona Virus Disease yang terjadi tepat pada Desember 2019 merupakan wabah virus yang pertama kali menyerang di kota Wuhan, Cina. Kemudian meluas hingga keseluruh dunia, salah satunya yakni di Indonesia. Wabah covid-19 ini diduga menularkan melalui hewan kepada manusia. Jenis virus ini menyerang pada imunitas tubuh, bahkan sekaligus juga mampu menyebabkan kematian.¹⁷ Corona Virus Disease (COVID-19) merupakan jenis virus baru yang mudah menular dan tidak memandang siapapun diantaranya anak-anak, orang dewasa sampai lansia juga memiliki resiko 2x lipat akan terpapar Covid-19.

Covid-19 kerap kali menyerang pada gangguan sistem pernapasan salah satunya pada pernapasan bagian atas seperti hidung, tenggorokan, paru-paru dan juga dari saluran udara yang menyebar secara tidak diduga, baik

¹⁶ Panduan, "Kuliah Kerja Nyata Terintegrasi Kompetensi Dari Rumah (KKN-IK DR 2020)," 14.

¹⁷ Rinaldi and Yuniasanti, "Covid-19 Dalam Ragam Tinjauan Perspektif", (Yogyakarta: MBridge Press, 2019), 23.

secara tidak langsung ataupun kontak langsung dengan satu sama lain. Bahkan kerap berujung pada kematian. Tanda-tanda umum orang yang terinfeksi virus corona yang mudah dikenali salah satunya yakni mengalami demam di atas 38°C, batuk, dada sesak, dan mengalami sesak nafas. Bahkan hampir sebanyak 80% orang yang sedang tertular virus pasti punya gejala ringan yang pastinya memiliki kemungkinan untuk sembuh dengan jangka waktu 14 hari selama ditangani oleh pihak medis dengan tepat.¹⁸

Penyebaran virus yang sangat cepat membuat banyak orang mengalami rasa stress bahkan trauma dan rasa cemas. Hal ini diakibatkan akan kurangnya fakta dan banyak sekali beredar rumor atau berita yang simpang siur yang tidak ada kebenaran faktanya. Dengan adanya hal itu, banyak orang dengan mudah terserang sesak napas hingga pusing, hal ini disebut psikosomatis. Psikosomatis ini merupakan penyakit fisik yang disebabkan oleh tekanan psikologis yang mampu membuat individu menjadi terasa stress seperti pada pengaruh lingkungan sosial sehingga dapat mempengaruhi kekebalan tubuh, hingga turunya imunitas pada tubuh.¹⁹

Pemerintah dan juga tenaga medis akhirnya memberikan tindakan tegas untuk menanggulangi adanya penyebaran Virus Corona ini dengan melakukan isolasi mandiri dirumah masing-masing. Isolasi mandiri atau *self isolation* adalah tindakan yang dilakukan guna untuk mencegah akan terpaparnya Covid-19. Dengan berdiam diri di rumah dan tidak kontak langsung dengan siapapun. Pihak medis juga memberikan saran agar tidak mudah terpapar Covid-19 masyarakat di himbau agar rutin untuk berjemur di pagi hari guna untuk mematikan virus yang ada ditubuh manusia. Bahkan penggunaan masker pun kini diwajibkan karena menggunakan masker saat berpergian,

¹⁸Halodoc Kemenkes RI, “Menghadapi COVID-19 Buku Panduan Anti Panik,” 2020, 10–11.

¹⁹Tarisa Novita Indana Zulva, “Covid-19 Dan Kecenderungan Psikosomatis,” *Journal of Chemical Information and Modeling*, 2020, 1, diakses pada 18 Oktober, 2020.

baik jauh ataupun dekat juga mengurangi penyebaran virus ini.²⁰ Pada tahun kedua dan kejadian wabah Covid-19 belum usai, maka pemerintah dan tenaga medis akhirnya mengeluarkan vaksin dengan disalurkan secara bergantian dan berkala. Meskipun vaksin sudah ditemukan namun tetap harus mematuhi protokol kesehatan yakni memakai masker, mencuci tangan, menggunakan *handsinitizer*, dan menjaga jarak atau mengurangi mobilitas.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian tentang strategi dakwah dengan media poster sudah pernah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya. Seperti halnya penelitian yang dilakukan oleh Asty Astury, H. Abdullah Karim, Nurliah. Penelitian ini membahas mengenai penggunaan penanda dan makna dengan berupa gambar postingan dari @bantu_dakwah guna untuk mengetahui pesan dakwah pada gambar yang diunggah di instagram @bantu_dakwah. Persamaan sekaligus keunggulan penelitian ini dengan penelitian yang peneliti lakukan yakni sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif guna untuk mendapatkan datanya. Sementara perbedaannya yakni obyek yang diteliti pada penelitian Asty Astury, H. Abdullah Karim, Nurliah ini menggunakan media akun instagram hanya satu akun sajayakni hanya akun @Bantu_dakwah. Hal ini juga menjadi kelemahan pada penelitian ini. Berbeda dengan penelitian yang sedang diteliti oleh penulis yakni menggunakan 6 akun instagram yang berbeda untuk mendapatkan data yang valid.²¹

Penelitian terdahulu lainnya yakni yang diteliti oleh Muhammad Rezha Firmansyah, Roro Retno Wulan, dan juga Salmiyah Fithrah Ali. Pada penelitian ini menjelaskan mengenai dakwah dengan menggunakan media komunikasi sebagai strategi penyebaran dakwah. Poster yang diangkat

²⁰Halodoc Kemenkes RI, “Menghadapi COVID-19 Buku Panduan Anti Panik,” 25.

²¹ Asty Astury and H Abdullah Karim, “Analisis Semiotika Komunikasi Visual Melalui ‘ Instagram ’ Dalam Gambar Postingan Akun @Bantu_Dakwah,” eJournal Ilmu Komunikasi volume 7, no. 4 (2019), 1.

merupakan salah desain poster yang dibuat oleh pemuda hijrah di Bandung. Penelitian tersebut bertujuan untuk mencari tahu pesan ideologi terhadap poster dakwah edisi parodi pada akun instagram pemuda hijrah. Persamaan penelitian ini dengan yang peneliti lakukan yakni sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif dalam mendapatkan datanya. Sementara itu yang menjadikan perbedaan sekaligus keunggulan pada penelitian ini yaitu penelitian ini menggunakan studi semiotika Roland Barthes, namun pada penelitian yang sang peneliti lakukan tidak menggunakan studi semiotika dari Roland Barthes.²²

Penelitian yang dilakukan oleh Lutfi Fatmasari, Ahmad Nurcholis, Bobby Rachman Santoso membahas mengenai strategi dakwah dalam penyebaran pesan dakwah melalui konten baik berupa poster atau gambar dan juga berupa video di media instagram milik akun resmi Komunitas Nahdlatul Ulama yang menjadi organisasi terbesar di indonesia, dengan akun instagram @nuonline_id. Persamaan pada penelitian ini dengan penelitian yang sang peneliti yaitu sama-sama menggunakan media instagram dan juga media poster atau gambar dalam mendapatkan pesan dakwah sekaligus sebagai obyek penelitian. Persamaan lainnya sekaligus keunggulan dari penelitian ini yakni sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dalam penelitian. Perbedaan yang jauh berbeda sekaligus menjadi kelemahan dalam penelitian terdahulu ini yakni yakni pada penelitian ini fokus dan media penelitian ada dua obyek yakni gambar atau poster dan video namun berbeda dengan penelitian yang peneliti lakukan yakni penelitian hanya fokus pada media poster tidak dengan video untuk mendapatkan pesan dalam dakwahnya.²³

²²Muhammad Rezha Firmansyah, Roro Retno Wulan, Salmiyah Fithrah Ali, "Pemaknaan Desain Poster Dakwah Parodi pada Instagram Pemuda Hijrah," *eProceedings of Management* vol 3, no. 3 (2016), hlm 1, diakses pada 9 Maret 2021.

²³Boby Rachman Santoso Fatmasari Lutfi, Ahmad Nurcholis, "Strategi Dakwah Multimedia Nahdlatul Ulama melalui Instagram @Nuonline_Id" *Al-Insyiroh: Jurnal Studi Keislaman* 7, no. 1 (2021), 1, diakses pada 9 Maret 2021.

Selanjutnya pada penelitian yang dikukan oleh Yunita Aris Melia. Penelitian ini membahas mengenai makna sekaligus pesan dakwah dalam poster instagram akun @bukumojok, buku mojok merupakan platfrom atau rumah terbit karya lokal yang digagas oleh kumpulan orang yang peduli terhadap dunia literasi. Pada penelitian ini peneliti dapat menyimpulkan penelitiannya dalam poster akun intagram milik @bukumojok memiliki dua unsur yakni memiliki pesan dakwah akidah dan juga memiliki pesan dakwah ahklak. Pesan dakwah akidah adalah seruan kepada masyarakat untuk beriman, baik iman kepada Allah SWT., iman kepada malaikat Allah, iman kepada kitab-kitab Allah maupun iman kepada *qadla* dan *qadar*. Pesan dakwah ahklak adalah seruan kepada masyarakat untuk menjaga perilaku baik terhadap Allah SWT., terhadap sesama manusia maupun terhadap alam semesta. Pada penelitian ini memiliki persamaan yang sangat signifikan dengan penelitian yang sedang peneliti lakukan diantaranya yakni pada penelitian ini sama-sama meneliti poster yang diunggah dimedia instagram tetapi berbeda akunnya. Kemudian persamaan selanjutnya yaitu teknik pengumpulan data berupa dokumentasi sekaligus observasi mendalam untuk mendapatkan hasil yang sangat maksimal. Pada penelitian @bukumojok ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan menggunakan jenis analisis teks media. Dalam penelitian ini kesimpulannya juga hampir sama dengan yang peneliti lakukan yakni dapat disimpulkan bahwa poster juga sebagai strategi komunikasi dakwah untuk menyampaikan dakwah Islam. Namun perbedaan pada penilitian ini dengan penelitian yang sedang penulis teliti yakni penelitian Pesan Dakwah dalam Poster Akun Instagram @Bukumojok berlangsung dengan menggunakan 1 akun instagram saja yakni akun instagram @bukumojok. Berbeda dengan yang peneliti lakukan yakni menggunakan beberapa akun yakni berjumlah 6 akun media instagram yang mengunggah poster bertema Islam yang dimana akun instagram tersebut merupakan termasuk peserta KKN IK DR IAIN KUDUS.²⁴

²⁴Asep Dony Suhendra, Ratih Dwi Asworowati, dan Tri Ismawati, "Pesan Dakwah dalam poster akun instagram @bukumojok," *Akrab Juara* 5, no. 1 (2020), 1–49.

Tidak hanya itu saja ada pula penelitian yang disusun oleh Warsandi. Penelitian ini membahas mengenai desain poster digital yang diaplikasikan ke media kaos dan dipasarkan secara online melalui *website* dan *fanpage*. Hal ini pun yang menjadi keunggulan dari penelitian ini karena menjadikan desain kaos sebagai ajang untuk berdakwah. Desain poster yang diaplikasikan atau di berikan pada masyarakat pun sangat berbeda dengan lainnya karena kali ini mengemas mengenai pesan nasihat dakwah dalam sebuah desain visual dan kemudian diaplikasikan menjadi kaos, jaket, produk *merchandise* dan topi. Persamaan pada penelitian ini dengan penelitian yang sedang diteliti oleh penulis yakni memiliki metode penelitian yang sama yakni metode kualitatif dalam mendapatkan datanya yang valid. Namun perbedaan pada penelitian ini yakni pada penelitian ini hanya menggunakan teknik pengumpulan data dengan dua metode yakni observasi dan wawancara. Kemudian perbedaan lainnya yaitu meskipun obyek dalam penelitian ini sama-sama memiliki poster sebagai obyek penelitian namun pada penelitian ini memiliki perbedaan yakni menggunakan desain poster pada kaos yang diaplikasikan ke kaos.²⁵

Pada penelitian terdahulu yang selanjutnya yakni penelitian oleh Qurrotul'ain Nurul Ulfah. Penelitian ini menjelaskan mengenai pemanfaatan media sosial instagram sebagai wadah untuk berdakwah dengan meneliti unggahan poster di akun instagram HijabAlila dengan tema poster bukan Islam KTP. Hijab alila adalah salah satu brand hijab di indonesia yang mempunyai misi berdakwah. Dengan model dakwah yang dikemas dengan bentuk poster dan creative media visual lainnya membuat daya tarik pembaca. Hingga pada November 2016, Hijab Alila ini menyuguhkan tema poster yang sempat ramai dibicarakan orang yakni Bukan Islam KTP yang ramai diperdebatkan kasus penistaan agama oleh Basuki Tjahja Purnama hingga banyak komentar pembaca di postingan poster tersebut dikomentari. Komentarnya berisikan hal yang positif dan negatif. Pada penelitian ini

²⁵Warsandi, "Desain Komunikasi Visual Sebagai Strategi Dakwah dalam Fanpage Facebook Naidu Clothing Proposal" (Skripsi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2016), 1-16.

memiliki persamaan dengan penelitian yang sedang peneliti lakukan yakni menggunakan metodologi pendekatan penelitian kualitatif untuk mendapatkan datanya. Namun memiliki perbedaan dengan penelitian yang peneliti lakukan yakni pada penelitian ini menggunakan analisis semiotika strukturalisme. Peneliti tidak menggunakan analisis tersebut. Persamaan lainnya yakni pada penelitian ini tujuan dalam poster tersebut hampir sama yakni dalam berdakwah tidak hanya menyampaikan pesan dakwah melalui mimbar menyampaikan tausiah kepada mad'u beserta dalilnya saja, namun dengan era yang semakin maju saat ini dakwahnya dilakukan melalui sosial media sosial, dengan menggunakan obyek poster. Dan pada penelitian ini pun memiliki perbedaan pada penelitian yang diteliti oleh peneliti saat ini menggunakan 3 teknik dalam pengumpulan datanya yakni berupa dokumentasi, studi kepustakaan, dan wawancara namun pada penelitian yang saat peneliti lakukan menggunakan 4 teknik dalam pengumpulan datanya. Kemudian pada penelitian ini lebih pada menggunakan pendekatan tekstual dan bukan kontekstual.²⁶

Sementara itu pada penelitian milik Ridwan Taufik Kurniawan yang membahas mengenai persepsi pembaca terhadap poster dakwah hijab MDC indonesia movement 2014 ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang sedang diteliti oleh peneliti diantaranya yaitu dengan menggunakan metode kualitatif, penelitian ini meneliti hubungan antarvariabel penelitian dan menganalisisnya dengan tertentu secara deskriptif. Pada penelitian ini menggunakan data kuesioner untuk mendapatkan sumber datanya dan data kuesioner ini menjadi pijakan awal untuk melakukan pencarian data dengan menjangkau dan menganalisis data yang diperoleh melalui kuesioner yang diberikan kepada 150 responden yang menjadi sampel dari populasi pembaca dari hasil kuesioner tersebut kemudian data tadi dikumpulkan dan dianalisis menggunakan teori persepsi. Hasil dari penelitian yang sudah berlangsung, pembaca menganggap bahwa poster dakwah tersebut sangat menarik karena aspek visualnya dan pembaca juga

²⁶ Qurrotul'ain Nurul Ulfah, *Semiotika Poster Dakwah dengan Tema Bukan Islam KTP pada Akun Instagram @HIJABALILA* (Skripsi, Universitas Islam Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018), 1.

menganggap bahwa poster tersebut diolah dengan sangat artistik karena gambar dan teksnya mudah dipahami dan dibaca oleh audiendan begitupun dengan pesan yang dimuat pada poster tersebut juga bisa dipahami dengan mudah.²⁷

C. Kerangka Berpikir

Sejak akhir tahun 2019 seluruh dunia digemparkan dengan virus yang berasal dari Kota Wuhan China yaitu COVID-19. Virus ini dapat dengan mudah menular dan menyerang siapapun tanpa pandang usia, bahkan dianggap virus yang mematikan. Penyebaran yang sangat cepat membuat tanah air Indonesia ikut terserang wabah ini hingga pemerintah dan petugas medis kewalahan untuk menangani pasien yang terjangkit virus ini. Pemerintah akhirnya memberi sanksi tegas dengan memberlakukan sistem *lock down* di seluruh daerah dan mewajibkan memakai masker saat berpergian. Wabah corona virus ini juga berdampak kepada semua orang mulai dari pedagang, pekerja yang di rumahkan sampai di PHK, hingga pelajar sekolah maupun kuliah yang dirumahkan. Hal ini membuat semua kegiatan dilakukan secara daring. Salah satunya yaitu kegiatan perkuliahan wajib di IAIN KUDUS yaitu KKN (Kuliah kerja nyata) juga dilakukan di rumah masing-masing secara online. Meskipun ditengah pandemi kegiatan KKN tetap diadakan menjadi KKN-IK DR (Kuliah Kerja Nyata Integrasi Kompetensi dari Rumah) .

Hal ini tidak menyurutkan semangat peserta KKN-IK DR untuk mengabdikan kepada masyarakat, salah satu kegiatan KKN-IK DR inilah yang menjadi sorotan untuk peneliti lakukan yaitu membuat poster sebagai strategi untuk penyebaran dakwah Islam melalui pembuatan poster pencegahan Covid-19 dengan mengusung tema Islami ini, mahasiswa peserta KKN-IK DR menggunggahnya di sosial media salah satunya media instagram peserta KKN IK DR IAIN KUDUS. Kemudian setiap peserta di bagi kelompok dan diberi tugas untuk membuat poster dakwah tersebut.

²⁷ Ridwan Taufik Kurniawan, "Persepsi Audience Pada Poster Dakwah Muslim Designer Community (Mdc) Indonesia Hijab Movement 2014," Saraswati: Jurnal Mahasiswa Desain Komunikasi Visual (2015), 1.

Perencanaan strategi dakwah agar pesan, tujuan dan manfaat yang disampaikan dapat dengan mudah diterima, sekaligus berbeda dengan yang lainnya maka mahasiswa KKN IK DR membuat media visual berupa poster pencegahan Covid-19 yang bertemakan Islam sebagai media dalam penyebaran pesan dakwahnya

Poster pencegahan Covid-19 bertema Islam merupakan salah satu bentuk poster yang memang ditujukan tidak hanya sebagai pengingat untuk mencegah adanya virus Covid-19 saja. Namun dengan tujuan untuk tetap menjaga iman dan imun pada masyarakat. Sekaligus supaya senantiasa memberikan informasi berupa ajaran agama Islam pula. Agar peneliti mampu mengetahui penerapan dalam strategi komunikasi dakwah mahasiswa IAIN KUDUS peserta KKN IK DR. Dengan adanya virus corona inilah strategi komunikasi dakwah adalah salah cara atau taktik yang tepat untuk dapat menyampaikan pesan dakwah agar mudah dipahami dan diterima oleh pembaca atau *mad'u*. Seperti pada saat pandemi seperti ini strategi komunikasi dakwah dapat ditemukan dengan berbagai cara di sosial media, karena adanya virus Corona ini membuat semua orang harus melakukan kegiatan dirumah. Hal ini pun sama halnya dengan kegiatan dakwah yang akhirnya kerap kali juga digelar dirumah dan secara virtual. Makanya seseorang akan dengan mudah mengakses media sosial terus menerus untuk mendapatkan informasi. Oleh karena itu dengan adanya media visual poster yang dibuat oleh peserta KKN-IK DR IAIN KUDUS ini dapat membantu masyarakat untuk mengurangi rasa cemas akibat berita yang simpang siur, sekaligus sebagai strategi komunikasi penyebaran pesan dakwah dalam poster yang di unggah di media instagram tersebut. Agar berlangsung dengan lancar maka dibutuhkan kerangka berfikir untuk memecahkan masalah tersebut. Berikut merupakan alur kerangka berfikir pada penelitian ini:

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

