

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Kemajuan teknologi dan ilmu pengetahuan di era modern membawa keuntungan dan perubahan yang luar biasa. Segala aspek masalah kehidupan sehari – hari yang sangat sederhana hingga dari segi ekonomi, hiburan, bisnis, transportasi pun sudah terjamah modernitas. Bahkan interaksi sosial yang membutuhkan ruang dan waktu untuk bertemu kini sudah tidak lagi dibutuhkan. Melalui internet penyebaran informasi tentang banyak hal bisa di akses dengan mudah.

Indonesia menduduki sebagai pengguna internet sebanyak 196.71 juta jiwa atau sekitar 73,7% dari keseluruhan penduduk yang tinggal di Indonesia. Data ini dirilis oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tentang penggunaan internet pada tahun 2019-2020. Jumlah rata-rata penggunaan internet di Indonesia selama 8 jam sehari dengan jenis perangkat yang digunakan untuk mengakses internet yaitu: komputer desktop (PC) 9,5%, tablet/laptop 19,7%, dan *smartphone* (HP) 95,4%. Sementara terkait dengan aktivitas masyarakat Indonesia mengakses internet diantaranya: media sosial 51,5%, mengirim pesan 32,9%, layanan informasi pendidikan 5,2%, layanan public 2,9%, dan hiburan sebanyak 1,3%.<sup>1</sup>

Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa media yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia adalah media sosial. Menurut hasil survei Hootsuite (We Are Social) platform media sosial sejenis instagram menempati urutan keempat setelah youtube, whatsapp, dan facebook. Jumlah pengguna instagram mencapai 63 juta lebih.<sup>2</sup> Hal ini menjadikan instagram sebagai wadah untuk dimanfaatkan

---

<sup>1</sup> “Laporan Survei Apji (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) Terkait Penetrasi dan Profil Perilaku Pengguna Internet Indonesia Tahun 2019-2020”, Survei Apjii, diakses pada 5 Desember, 2021. <https://apjii.or.id/survei>.

<sup>2</sup> Simon Kemp, “Data Digital 2020 Hootsuite We Are Social”, Februari 18, 2020. <https://datareportal.com/report/digital-2020-indonesia>.

penggunanya sebagai sarana bertukar informasi secara baik bahkan bisa menghasilkan keuntungan.

Media sosial yang masih terbilang baru diantaranya adalah Facebook, Twitter, Youtube, dan Instagram. Media aplikasi sosial Instagram menyediakan fitur-fitur untuk mengubah tampilan dan nuansa foto serta dapat menambahkan komentar dalam postingannya.<sup>3</sup> Media sosial Instagram selain digunakan sebagai media hiburan dan informasi juga dapat dimanfaatkan sebagai sarana media dakwah dalam menyebarkan nilai-nilai Islam.

Dakwah melalui desain komunikasi visual menjadi salah satu cara efektif berdakwah di media sosial sejenis instagram. Desain komunikasi visual mendominasi ilustrasi gambar sehingga sangat cocok digunakan untuk berdakwah melalui desain grafis. Karakteristik sebuah karya desain grafis ditunjukkan dari bentuk ilustrasi, komposisi, jenis huruf, materi yang disajikan dan tone warna yang dipilih menjadi representasi kondisi dimana dan kapan karya tersebut diciptakan. Proses desain grafis dilalui dari torehan ide dan gagasannya yang sangat dinamis. Pemanfaatan media sosial untuk berdakwah tengah menjadi serbuan berbagai pihak. Konsep dakwah yang inovatif dan kreatif dibutuhkan agar dapat diterima masyarakat.<sup>4</sup> Mengingat instagram sangat diminati, sehingga cocok sebagai wadah untuk berdakwah di era milenial seperti saat ini.

Desain komunikasi visual dalam prosesnya bertujuan untuk mempromosikan dan menginformasikan pesan hingga dapat merubah perilaku penerimanya dengan visualisasi yang menarik. Secara aplikatif desain komunikasi visual menyajikan desain dakwah dalam berbagai format seperti; 1) poster; 2) spanduk; 3) baliho; 4) animasi; 5) videografi; 6)

---

<sup>3</sup> Gusmia Arianti, "Kepuasan Remaja Terhadap Penggunaan Media Sosial Instagram Dan Path," *WACANA, Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi* 16, no. 2 (2017): 183.

<sup>4</sup> Quratul'ain Nurul Ulfah, "Semiotika Poster Dakwah dengan Tema Bukan Islam KTP Pada Akun Instagram @Hijablila", *SKRIPSI*, (Jakarta:UIN Syarif Hidayatullah, 2018), 2.

flyer; dan lain sebagainya.<sup>5</sup> Desain grafis memberikan tampilan baru dalam berdakwah di media sosial selain itu juga menjadi salah satu strategi untuk mencegah penggunaannya untuk berbuat keburukan dan menghindari disinformasi yang sulit terfilterisasi.

Berangkat dari peristiwa tersebut, dalam penelitian kali ini peneliti menggunakan objek pada akun instagram @gayengco atau santri gayeng sebagai penelitian. Santri gayeng merupakan organisasi sosial bukan politik yang didirikan oleh Gus Yasin Maimoen (Wakil Gubernur Jawa Tengah). Santri gayeng berkontribusi dalam menyejahterakan masyarakat melalui bidang ekonomi, sosial, juga bidang kesehatan. Selain dalam kegiatan masyarakat, santri gayeng adalah divisi media santri yang aktif menyebarkan dakwah islam di media sosial seperti Youtube, Twitter, Facebook, dan Instagram.<sup>6</sup>

Santri gayeng berkontribusi melalui karya desain di dunia dakwah. Kontribusinya berusaha memberikan nilai-nilai dakwah pada beberapa poster, video, tulisan, audio, dan media desain lainnya yang bisa diakses melalui akun Facebook, Youtube, Twitter dan Instagramnya. Namun, kali ini peneliti mengambil poster digital dari akun instagram @gayengco untuk diteliti, karena desain poster yang menarik, kreatif, dan kaya pesan dakwah. Adanya unsur kombinasi simbol, tipografi, ilustrasi, dan warna memberikan kesan yang menarik dalam mengemas dakwah. Sehingga diperlukan pemahaman tentang makna dari unsur tersebut.

Dalam penelitian kali ini, peneliti menggunakan judul penelitian **“Desain Komunikasi Visual Dakwah pada Instagram @gayengco”** menggunakan analisis semiotika Ferdinand De Saussure. Penulis menilai semiologi Saussure sesuai dengan penelitian ini. Adanya konsep *signifier* (penanda) dan *signified* (petanda) tidak dapat dipisahkan satu

---

<sup>5</sup> Ari Wibowo, “Dakwah Berbasis Media Dan Komunikasi Visual,” *Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam* 2, no. 2 (2021): 179, <https://doi.org/10.32332/jbpi.v2i2.2497>.

<sup>6</sup> “Santri Gayeng Nusantara Siap Bersinergi Majukan Pembangunan”, Portal PPID Prov. Jateng, diakses pada 7 Desember, 2021, <https://ppid.jatengprov.go.id/santri-gayeng-nusantara-siap-bersinergi-majukan-pembangunan/>.

sama lain. *Signifier* (penanda) adalah gambaran dari apa yang dikatakan atau apa yang dibaca atau ditulis. Sedangkan *Signified* (petanda) merupakan gambaran mental, konsep atau pikiran.<sup>7</sup> Dari kombinasi tersebut, elemen desain komunikasi visual antara tipografi, warna, tanda verbal dan visual saling berkaitan sehingga dapat memperoleh suatu makna. Dalam konteks dakwah tanda visual yang dimunculkan berupa gambar, tipografi, maupun warna memiliki makna yang sesuai dengan pesan yang akan disampaikan dalam poster. Sedangkan tanda verbal menginterpretasikan makna himbuan dan ajakan untuk melakukan amal kebaikan dengan sumber yang jelas disetiap posternya.<sup>8</sup>

## B. Fokus Penelitian

Objek kajian khusus dalam penelitian merupakan inti utama dalam fokus penelitian kali ini. Fokus penelitian dimaksudkan untuk membatasi studi kualitatif, kepentingan/urgensi dari tingkatan permasalahan yang dihadapi dalam penelitian menjadi dasar pembatasan dalam penelitian kualitatif ini. Penelitian ini akan difokuskan pada “Analisis teori semiotika Ferdinand Saussure terhadap karakter desain komunikasi visual dakwah di instagram” yang objek utamanya terdapat di instagram @gayengco.

Dalam penelitian ini, penulis mengambil 6 sampel poster dengan jumlah like terbanyak yang diposting pada instagram @gayengco pada bulan Januari-Juni 2021. Postingan yang terpilih terfokus pada tema Akidah dan Akhlak.

## C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, untuk memperoleh hasil dari data penelitian dari masalah penelitian. Maka, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: “Bagaimana desain komunikasi visual dakwah pada akun

---

<sup>7</sup> Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006), 46.

<sup>8</sup> Nofita Salahatin, ”Analisis Desain Komunikasi Visual Akun Instagram @arielsyafrin Berdasar Semiotika Ferdinand De Saussure”, *SKRIPSI*, (Purwokerto: UIN Profesor Kiai Haji Saifudin Zuhri Purwokerto, 2021), 96.

instagram @gayengco (Analisis semiotika Ferdinand de Saussure)?”.

#### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan penelitian kali ini adalah untuk memahami makna karakter desain komunikasi visual dakwah pada instagram @gayengco dengan analisis semiotika Ferdinand de Saussure.

#### **E. Manfaat Penelitian**

1. Secara Teoritis
  - a) Memberikan pengetahuan baru tentang komunikasi visual dibidang desain grafis.
  - b) Memberikan sumber rujukan referensi dalam bidang komunikasi visual.
  - c) Memberikan pengetahuan baru bagaimana berdakwah di era modern.
2. Secara Praktis
  - a) Menambah wawasan pengetahuan tentang berdakwah melalui poster digital dan bagaimana teori analisis Ferdinand de Saussure dalam memahami makna.
  - b) Mengembangkan motivasi masyarakat untuk kreatif dalam menyampaikan dakwah terutama menggunakan media sosial.
  - c) Memotivasi umat muslim untuk aktif mencari kabar terbaru seputar dunia keislaman dengan konten yang menarik.

#### **F. Sistematika Penulisan**

Dalam memberikan gambaran yang jelas tentang penelitian yang akan dilakukan oleh penulis, maka diperlukan adanya sistematika penulisan. Sistematika ini terdiri dari lima bab yang kemudia diperjelas dengan sub babnya. Penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dengan sistematika penulisan diantaranya:

##### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab ini berisi tentang latar belakang, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

**BAB II : KAJIAN PUSTAKA**

Pada bab ini berisi tentang kajian teori terkait judul, penelitian terdahulu, kerangka berfikir, dan pertanyaan penelitian.

**BAB III : METODE PENELITIAN**

Selanjutnya pada bab tiga penulis akan memaparkan mengenai jenis dan pendekatan, setting penelitian, subyek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, pengujian keabsahan data, dan teknik analisis data.

**BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Adapun pada bab empat berisi tentang gambaran obyek penelitian, deskripsi data penelitian, serta analisis data penelitian.

**BAB V : PENUTUP**

Pada bab terakhir ini penulis menetapkan penutup yang berisi kesimpulan dan saran.

