

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Akun Instagram @gayengco

Akun Instagram @gayengco merupakan salah satu akun dakwah yang fokus memposting dakwah dengan tema syiar Islam. Akun Instagram @gayengco fokus pada syiar dibidang akidah dan akhlak. Akun Instagram @gayengco pertama didirikan pada tahun 2018. Pendirian @gayengco dilatarbelakangi karena banyaknya para santri yang menjadi sumber bagi masyarakat untuk mempelajari agama Islam. Melihat bahwa dakwah oleh santri gayeng memiliki ciri khas sendiri yaitu menyebarkan dakwah menggunakan bahasa Jawa yang khas dan kekinian mendorong terciptanya @gayengco. Menurut Ahmad Romli selaku pengelola menyimpulkan bahwa dengan adanya @gayengco diharapkan mampu membantu masyarakat yang membutuhkan dakwah Islam yang dapat diakses dari mana dan kapan saja.¹

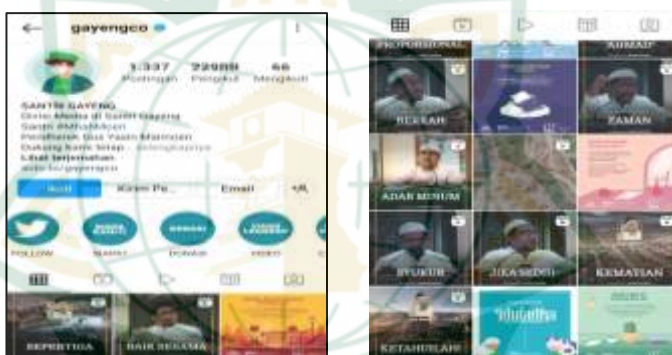
Ahmad Romli menambahkan bahwa santri gayeng bermula dari santri bergaya (Santri berganjar yasin) yang terbentuk pada tahun 2018 dan didirikan oleh Gus Yasin Maimoen yang terdiri dari alumni sarang, lirboyo, plosa, dan para muhibbin. Relawan ini terbentuk untuk menyukseskan pemilihan kepala daerah (Pilkada) Provinsi Jawa Tengah. Pada saat itu, Gus Yasin ditetapkan sebagai wakil gubernur Jawa Tengah. Kemudian, santri bergaya diubah menjadi santri gayeng (santri ganjar yasin untuk jateng) dari politik menjadi kajian dakwah islam.

Pada awalnya, @gayengco dikelola oleh oleh para santri yang terdiri dari jaringan alumni PP, Al-Anwar Sarang, beberapa pondok lain di Jawa Tengah, dan para muhibbin kiai yang tersusun dalam koordinator kabupaten (Korkab) dan penasihat. Diantara korkab santri gayeng ialah Gus Umam Nur Salim (Korkab Rembang) dan penasihat adalah Gus Baha Nur Salim. Santri gayeng hadir sebagai mitra Gus Yasin untuk mengenalkan sisi nasionalisme

¹ Ahmad Romli, wawancara oleh penulis, 25 juli, 2022, transkrip.

masyarakat melalui aspek religius. Jadi, konsep dakwah @gayengco pada awalnya sesuai dengan wasiat Maimoen Zubair yaitu Nasionalis-Religius.

Akun Instagram @gayengco secara resmi dikelola oleh divisi media posko santri gayeng yang berpusat di Semarang. Akun Instagram @gayengco dikepalai oleh Ahmad Romli (Gus Romli). Gus Romli bertempat tinggal di Desa Margoyoso RT 03 RW 03 Kalinyamatan Jepara.² Tampilan Instagram @gayengco dapat dilihat pada **Gambar 4.1**.



Gambar 4.1 Tampilan Instagram @gayengco³
(Sumber: Instagram @gayengco, 2022)

Tampilan @gayengco menunjukkan bahwa dakwah disampaikan melalui video singkat dan pamflet yang di desain sesuai dengan tema dakwah yang ingin dibagikan. Instagram @gayengco menggunakan bahasa Jawa dalam dakwah yang digunakan. Hal ini menjadi ciri khas @gayengco. Meskipun konten video dakwah yang dibagikan menggunakan bahasa Jawa, namun pengguna Instagram yang tidak mengerti bahasa Jawa tetap bisa paham karena setiap video yang dibagikan menggunakan terjemahan bahasa Indonesia. Sasaran utama @gayengco adalah sebagai berikut:

² Ahmad Romli, wawancara oleh penulis, 25 juli, 2022, transkrip.

³ Instagram @gayengco, diambil tanggal 05 Agustus 2022.

- a. Masyarakat muslim urban (perkotaan).
- b. Masyarakat Jawa/non santri yang ingin belajar ilmu agama.

Setiap video dakwah yang di *upload* di @gayengco bersumber dari pengajian dan ceramah Gus Baha, Gus Idror Maimun, Gus Ghofur, dan kutipan seramah atau kata bijak yang disampaikan oleh ulama yang bersumber dari kitab kuning yang kontekstual. Pembatasan sumber dakwah dalam @gayengco bertujuan untuk memastikan video yang di-*upload* memiliki sumber yang jelas dan sesuai dengan Alquran dan hadis Rasulullah.

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari wawancara yang dilakukan, informan menyatakan bahwa konten @gayengco di-*upload* sebanyak 2-3 kali sehari. Konten dakwah yang diunggah merupakan konten video, audio, dan poster. Penentuan tema dilakukan berdasarkan diskusi yang dilakukan oleh tim dan melihat fenomena yang paling banyak terjadi di Indonesia. penentuan tema yang demikian diharapkan mampu menjawab pertanyaan masyarakat terkait fenomena yang terjadi.

Sejak akun Instagram @gayengco didirikan pada tahun 2018, sudah ada 229 ribu pengikut dan 1.337 postingan. Pada bagian bio, terdapat *tagline* yang menunjukkan nama santri gayeng dan pengelola akun Instagram @gayengco yaitu divisi media di santri gayeng. Akun Instagram @gayengco menyertakan *link official merchandise* dari komunitas santri gayeng. Selain itu, akun Instagram @gayengco juga menyertakan sumber kajian dan dakwah yang dibagikan, yaitu #MbahMoen. Tampilan profil akun Instagram @gayengco dapat dilihat pada **Gambar 4.2**.



Gambar 4.2 Tampilan Profil Akun Instagram @gayengco⁴
(Sumber: Instagzram @gayengco, 2022)

Akun Instagram @gayengco menggunakan *feed* Instagram untuk mempermudah pengguna melihat konten dakwah dan informasi terkini yang dibagikan. *Feed* Instagram @gayengco terdiri dari fitur Follow, Siapa (terdiri dari gambaran garis besar pemilik @gayengco), Donasi (terdiri dari informasi donasi), Video (terdiri dari video *update*), dan Cuplikan. Tampilan feed Instagram @gayengco dapat dilihat pada **Gambar 4.3**.



Gambar 4.3 Tampilan Feed Instagram @gayengco⁵
(Sumber: Instagram @gayengco, 2022)

Postingan akun Instagram @gayengco terdiri dari poster dakwah dan video. Jadwal pemostingan akan disesuaikan agar pengguna tidak merasa bosan dengan konten dakwah yang monoton. Jadi, penyampaian dakwah dilakukan melalui poster dakwah yang didesain semenarik

⁴ Instagram @gayengco, diambil tanggal 05 Agustus 2022.

⁵ Instagram @gayengco, diambil tanggal 05 Agustus 2022.

ungkinan dan video yang dilengkapi dengan terjemahan bahasa Indonesia. Tampilan contoh postingan akun Instagram @gayengco dapat dilihat pada **Gambar 4.4**.



Gambar 4.4 Tampilan Postingan Instagram @gayengco⁶
(Sumber: Instagram @gayengco, 2022)

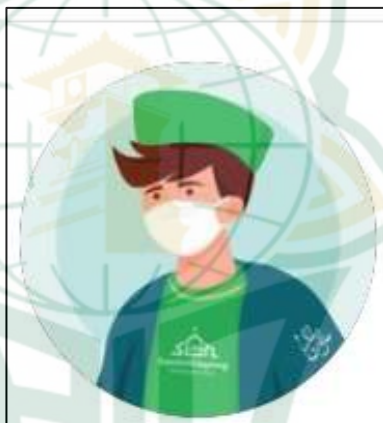
Informan penelitian menjelaskan bahwa akun Instagram @gayengco memiliki ciri khas tersendiri yang membedakannya dengan akun dakwah lainnya. Ciri khas tersebut adalah isi kajian dakwah yang berhubungan dengan dunia pesantren dan menggunakan pembahasan yang modern. Jadi, ciri khas akun Instagram @gayengco adalah menggabungkan aspek budaya, agama, dan pembaharuan. Dari segi budaya, kajian disampaikan menggunakan bahasa Jawa, dakwah yang disampaikan berasal dari Alquran dan hadis yang merupakan landasan dalam agama Islam, dan metode dakwah yang modern, yaitu menggunakan video

⁶ Instagram @gayengco, diambil tanggal 05 Agustus 2022.

dan disebarikan melalui internet dengan perantara media sosial.

2. Logo Akun Instagram @gayengco

Logo merupakan gambaran grafis yang berbentuk ideogram, simbol, ikon, dan tanda yang digunakan sebagai lambang sebuah brand. Logo merupakan atribut utama yang dapat terlihat secara fisik. Membuat logo yang baik dan benar harus dapat memberikan atribut non fisik yang merupakan usaha dari brand (visi, misi, nilai dan budaya). Logo @gayengco dapat dilihat pada **Gambar 4.5**.



Gambar 4.5 Profil Akun Instagram @gayengco

Logo @gayengco menunjukkan bahwa akun Instagram ini menggambarkan ilustrasi santri dengan elemen warna hijau dan biru yang menggambarkan warna khas santri. Warna hijau sering digunakan sebagai warna yang digunakan sebagai pakaian pesantren atau elemen dalam agama Islam karena warna hijau merupakan salah satu warna yang disukai oleh Rasulullah.⁷ Hal inilah yang menyebabkan penggunaan warna pada logo @gayengco menggunakan warna hijau ditambah dengan aksentu huruf arab untuk menonjolkan ciri khas dakwah.

Destrina *et al.* menjelaskan bahwa logo sebaiknya mudah terbaca, terlihat jelas, koheren, mudah dimengerti,

⁷ Achmad Ghozali Syafi'i, "Warna dalam Islam", *Jurnal An-Nida' Pemikiran Islam*, Vol. 41 No. 1, 2017, hlm. 66.

mudah diingat, mudah dikenali, dan sederhana.⁸ Logo @gayengco sudah dapat dikatakan baik karena sudah memenuhi kriteria logo yang baik menurut Destrina *et al.* Penjelasan tentang logo @gayengco adalah sebagai berikut:

- a. Tidak terdapat tulisan latin yang menunjukkan nama brand @gayengco pada logo. Tulisan hanya terletak pada atribut yang dipakai di logo, menggunakan font Arabic dengan warna putih. Hal ini dilakukan untuk menonjolkan bahwa tujuan @gayengco adalah untuk memberikan dakwah Islam kepada masyarakat yang dilakukan oleh santri.
- b. Makna ilustrasi santri dalam logo menunjukkan bahwa @gayengco dikelola oleh santri dan ciri khas @gayengco sendiri adalah memberikan dakwah sebagaimana dakwah yang dipelajari oleh santri.
- c. Background logo menggunakan warna putih memiliki arti suci dan bersih. Selain itu, Destrina *et al.* menjelaskan bahwa warna putih melambangkan kenetralan. Artinya, dalam menyampaikan dakwah Islam, @gayengco tidak memihak pihak tertentu atau *manhaj* tertentu.⁹
- d. Lingkaran pada *background* melambangkan makna kesatuan dan hubungan yang tidak ada ujungnya. Artinya, dakwah @gayengco akan terus dilakukan.
- e. Penggunaan elemen yang sederhana menandakan bahwa akun Instagram @gayengco merupakan akun dakwah yang sederhana dan tidak menyampaikan kajian dakwah yang rumit.

Desain logo @gayengco didesain semenarik mungkin agar masyarakat mudah mengenali logo @gayengco di Instagram. Desain logo @gayengco digunakan untuk memudahkan branding @gayengco di sosial media. Selain itu, logo @gayengco juga merupakan identitas @gayengco

⁸ Aulia Afra Destrina *et al.*, “Pentingnya Peran Logo dalam Membangun Branding pada UMKM Rajutan BKL Bismo”, *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Vo. 2 No. 2, 01 Agustus 2022, hlm. 1475.

⁹ Aulia Afra Destrina *et al.*, “Pentingnya Peran Logo dalam Membangun Branding pada UMKM Rajutan BKL Bismo”, *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Vo. 2 No. 2, 01 Agustus 2022, hlm. 1476.

dan menandakan bahwa logo tersebut merupakan hak milik @gayengco.

3. Struktur Akun Instagram @gayengco

Kepengurusan akun Instagram @gayengco dikelola oleh santri gayeng. Struktur kepengurusan akun Instagram @gayengco cukup sederhana, yaitu terdiri ketua, admin utama, perekam audio, editor video, editor audio, desainer, pengoreksi penerjemah, dan penerjemah. Tim kreatif merchandise dijalankan oleh Afif. Sedangkan editor audio adalah Labib. Struktur kepengurusan akun Instagram @gayengco dapat dilihat pada **Tabel 4.1**.

Jabatan	Nama
Ketua	Ahmad Romli
Admin Utama	Ghofur
Perekam Audio	Anam
Editor Video	Zulfi
Editor Audio	Labib
Desainer	El haqq
Pengoreksi Penerjemah	San mafiq
Penerjemah	Fayat, Muslih, dan Rusli
Tim Kreatif Merchandise	Afif

Tabel 4.1. Struktur Kepengurusan Akun Instagram @gayengco

Dalam proses pengelolaannya, terdapat beberapa kendala yang dialami oleh pengurus, yaitu adanya sponsor dari perusahaan tertentu menyebabkan iklan harus ditayangkan di awal penyampaian dakwah dalam video. Hal ini menyebabkan tim pengurus harus mengakali agar penonton tidak terganggu dengan adanya iklan tersebut dalam video yang dibagikan. Terdapat juga keuntungan yang diperoleh pengurus dalam mengelola akun Instagram @gayengco yaitu mendapatkan Adsense dan jangkauan dakwah lebih luas.

B. Deskripsi Data Penelitian

Data dalam penelitian ini diperoleh dari data primer dan data sekunder. Data primer bersumber dari wawancara yang dilakukan. Sedangkan data sekunder dikumpulkan

menggunakan metode dokumentasi. Sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah kumpulan postingan karya desain visual yang diunggah pada akun Instagram @gayengco pada bulan Januari–Juni tahun 2021. Penelitian akan dilakukan terhadap 6 karya desain visual dengan jumlah like terbanyak setiap bulanya. Postingan yang terpilih terfokus pada tema Akidah dan Akhlak.

1. Poster “Tangis”

Poster “Tangis” ini diposting pada tanggal 15 Januari 2021 dengan jumlah like sebanyak 1.841. Postingan ini merupakan postingan dengan jumlah like terbanyak pada bulan Januari. Dalam poster ini terkandung dakwah tentang materi akhlak. Deskripsi Elemen Desain Komunikasi Visual dengan *Semiotika Ferdinand de Saussure* pada postingan “Tangis” adalah sebagai berikut:



Gambar 4.6 Poster Tangis

(Sumber: <https://www.instagram.com/p/CKDgaI7hdbZ/>)

a. Tipografi

Pertama, Penanda (*signifier*) dalam unsur desain poster ditandai dari kata “Tangis” sebagai judul postingan. Sementara Petanda (*signified*) dapat dimaknai sebagai gambaran yang mewakili seluruh isi

pesan dakwah yang ingin disampaikan. Judul mengarahkan pembaca agar tertarik untuk membaca pesan dakwah yang disajikan. Makna dari judul “Tangis” ini menggambarkan pesan dakwah tentang penyebab tangis Ibn Al Munkadir.

Kedua, Penanda (*signifier*) dapat dilihat pada kalimat **Ibn Al-Munkadir** menjelang wafat, **Ibn Al-Munkadir** menangis. “Apa yang membuatmu sedih?” Tanya seseorang. Kalimat ini menunjukkan petanda (*signified*) sebagai awalan pesan dakwah yang ingin disampaikan dengan mengambil sumber dakwah berupa dialog dari tokoh ulama yaitu Ibn Al-Mundakir. Penggunaan huruf *bold* pada beberapa kata bertujuan untuk menyoroti informasi yang disampaikan.

Ketiga, Kalimat “Demi Allah tangisku ini **bukan karena dosa** yang baru aku sadari. Tapi aku khawatir terhadap sesuatu yang kuanggap **remeh (dan tidak kusadari)**, padahal menurut Allah hal itu adalah **perkara besar** - Mausu’at Al-Akhlaq wa Al-Zuhd, hlm. 350” merupakan penanda (*signifier*). Isi kalimat ini merupakan petanda (*signified*) dari pesan yang ingin disampaikan dalam dakwah. Pesan yang ingin disampaikan adalah perkataan Ibn Al-Mundakir untuk selalu introspeksi diri dalam segala aspek karena manusia tidak tahu aspek mana yang menurut Allah merupakan perkara besar. Adanya sumber rujukan dalam dakwah yang disampaikan menambah kevalidan konten yang disampaikan. Sumber rujukan ini bermanfaat agar pengguna dapat mengecek kembali apabila ingin mengetahui konten tersebut lebih lanjut.

Tipografi dalam poster ini sudah baik karena berdasarkan penulisan *headline*, jenis huruf, warna huruf, dan ketebalan huruf sudah bisa dibaca dengan baik. Pemilihan huruf menggunakan jenis San Serif karena bersifat sederhana dan mudah dibaca. Ukuran huruf headline “Tangis” yang lebih besar dibandingkan ukuran huruf pada kalimat penjelas dianggap tepat karena *headline* hanya terdiri dari satu kata. Penggunaan huruf besar pada judul akan lebih bagus karena menampilkan gambaran informasi dakwah yang

akan disampaikan. Adanya *headline* ini akan memudahkan pembaca jika ingin mencari dakwah yang berhubungan dengan poster “Tangis”. Ukuran huruf kalimat penjelas “**Ibn Al-Mundakir** menjelang wafat, **Ibn Al-Mundakir** menangis. “Apa yang membuatmu sedih?” Tanya seseorang. Demi Allah tangisku ini **bukan karena dosa** yang baru aku sadari. Tapi aku khawatir terhadap sesuatu yang kuanggap **remeh (dan tidak kusadari)**, padahal menurut Allah hal itu adalah **perkara besar**” juga sudah tepat dan tidak berlebihan. Jenis font yang digunakan juga sudah sesuai karena penulisannya mudah dibaca, apalagi disertai dengan pemberian ketebalan huruf pada kata-kata tertentu yang ingin disampaikan menambah daya tarik desain poster ini.

Berdasarkan data tipografi diatas, maka dapat diketahui bahwa Instagram @gayengco cenderung menggunakan jenis dan ukuran huruf yang sesuai dengan pesan poster. Selain digunakan sebagai estetika poster, pemilihan huruf dan ukuran huruf disesuaikan agar pembaca tertarik dengan pesan yang disampaikan.

“Untuk pemilihan huruf secara keseluruhan menggunakan jenis font yang sama, tujuannya agar poster yang ditampilkan tidak ada perbedaan dari poster satu dengan poster lainnya.”¹⁰

b. Ilustrasi

Pertama, gambar orang yang sedang berdoa di atas rumput disebutkan sebagai penanda (*signifier*). Gambar orang yang sedang berdoa terdapat petanda (*signified*) dan memiliki makna orang yang bermunajat kepada Allah. Penggunaan ilustrasi ini tepat dengan isi dakwah yang disampaikan bahwa sebagai manusia harus terus meminta petunjuk kepada Allah karena tidak seorang pun tahu perkara mana yang terlewat untuk diperhatikan, sementara dalam pandangan Allah perkara tersebut sangat besar. Rumput menggambarkan

¹⁰ El haqq, wawancara daring oleh penulis, 18 agustus 2022.

alam semesta yang diciptakan oleh Allah untuk kepentingan manusia.

Kedua, Ilustrasi bayangan yang berbentuk perkotaan merupakan penanda (*signifier*). Petanda (*signified*) menggambarkan kehidupan manusia yang terus berkembang dan sekarang bangunan sudah modern. Jadi, perkara manusia menjadi lebih banyak.

Ilustrasi dalam poster ini terhadap orang yang berdoa di lapangan rumput sinkron dengan informasi dakwah yang disampaikan bahwa manusia adalah makhluk yang pengetahuannya terbatas sehingga harus selalu meminta petunjuk Allah agar dihindarkan dari sikap lalai pada perkara-perkara yang dianggap remeh. Penggunaan ilustrasi rumput dan bayangan perkotaan pada latar belakang gambar dianggap sebagai wujud karunia Allah dalam menciptakan alam semesta sehingga manusia harus selalu introspeksi diri. Banyaknya nikmat ini menyebabkan banyak juga interaksi yang dilakukan manusia sehingga perkara yang dihadapi manusia semakin banyak. Ilustrasi ini membantu penyampaian informasi dakwah dengan tepat.

Berdasarkan data ilustrasi diatas, maka dapat diketahui bahwa Instagram @gayengco cenderung menggunakan ilustrasi yang sederhana namun memiliki makna yang besar. Pemilihan ilustrasi disesuaikan dengan tren terkini agar pembaca tertarik dengan pesan yang disampaikan.

“Pada awalnya kita kesulitan untuk menggunakan jenis ilustrasi apa. Terus dapat jenis style desain flat karena tren terkini dan terkesan sederhana, bersih, dan modern.”¹¹

c. Warna

Pertama, Penggunaan warna hijau dan biru pastel sebagai *background* disebutkan sebagai penanda (*signifier*). Petanda (*signified*) dapat dilihat dari paduan kedua warna yang memberikan kesan

¹¹ El haqq, wawancara daring oleh penulis, 18 agustus 2022.

damai, sejuk dan tenang. Hal ini identik dengan kondisi ketika sedang berdoa, sebagai makhluk pasti menginginkan kondisi yang tenang dan damai. Warna biru melambangkan warna langit atau kepercayaan dan memberikan kesan kepercayaan terhadap Allah dengan penciptaan alam semesta.

Kedua, penanda (*signifier*) adalah warna kuning oranye pada pakaian objek orang yang berdoa. Warna kuning oranye sebagai petanda (*signified*) digambarkan dari perubahan dari kuning hijau menjadi daun kuning. Makna dari penggunaan warna ini adalah sesuai dengan pesan dakwah yang ingin disampaikan bahwa manusia menginginkan perubahan dengan cara menyucikan diri dari dosa kecil maupun dosa besar. Penggunaan warna ini kontras dengan warna *background* yang berwarna hijau sehingga desain poster yang dihasilkan tidak terlihat monoton dan mampu menarik perhatian pengguna.

Ketiga, Warna hitam pada tulisan disebutkan sebagai penanda (*signifier*) Warna hitam pada tulisan dilihat dari petanda (*signified*) digunakan agar tulisan pada poster dapat dibaca dengan mudah. Warna hitam ini sesuai dengan warna *background* yang digunakan.

Penggunaan warna hijau dan biru muda melambangkan kedamaian dan ketenangan. Kondisi ini adalah kondisi yang diinginkan manusia saat bermunajat kepada Allah dan mengadukan kelemahan-kelemahan kepada Allah yang Maha Sempurna. Warna biru muda di langit juga dapat dimaknai sebagai kekuasaan Allah dalam menciptakan langit yang tanpa batas, berbeda dengan manusia yang kuasanya sangat terbatas. Elemen warna yang digunakan menambah kesempurnaan informasi dan desain yang dibuat.

Berdasarkan data warna diatas, maka dapat diketahui bahwa Instagram @gayengco cenderung menggunakan jenis warna yang terkesan lembut. Pemilihan warna disesuaikan dengan psikologi warna dan sesuai dengan pesan yang disampaikan.

“Untuk warna disini saya gunakan sesuai psikologi warna yang sesuai

*dengan isi poster. Warna yang digunakan keseluruhan bersifat soft hingga pembaca lebih tenang dalam melihat isi poster tersebut.*¹²

d. Simbol

Pertama, Simbol santri gayeng di atas poster adalah sebagai penanda (*signifier*). Sementara petanda (*signified*) ditunjukkan bahwa konten tersebut merupakan kreasi dari santri gayeng.

Kedua, Simbol Facebook, Twitter, Instagram, dan YouTube merupakan penanda (*signifier*). Sementara petanda (*signified*) ditunjukkan bahwa konten santri gayeng dapat dilihat di Facebook, Twitter, Instagram, dan YouTube dengan nama “Santri Gayeng”.

Simbol santri gayeng di atas desain menunjukkan bahwa desain poster tersebut adalah hak milik santri gayeng. Ukuran huruf dan penempatannya tidak mengganggu informasi dakwah yang disampaikan. Peletakan simbol santri gayeng di atas kanan desain menghindari tumpang tindih dengan informasi dakwah yang disampaikan. Simbol Facebook, Instagram, YouTube, dan Twitter pada kiri bawah poster memberikan informasi tentang akun santri gayeng apabila pengguna ingin mengetahui lebih banyak tentang postingan dakwah santri gayeng sesuai dengan aplikasi yang paling sering digunakan oleh pengguna.

2. Poster “Khusyuk”

Poster “Khusyuk” ini diposting pada tanggal 06 Februari 2021 dengan jumlah like sebanyak 2.523. Postingan ini merupakan postingan dengan jumlah like paling banyak pada bulan Februari 2021. Dalam poster ini terkandung dakwah tentang materi akidah. Deskripsi Elemen Desain Komunikasi Visual dengan *Semiotika*

¹² El haqq, wawancara daring oleh penulis, 18 agustus 2022.

Ferdinand de Saussure pada postingan “Khusyuk” adalah sebagai berikut:



Gambar 4.7 Poster Khusyuk

(Sumber: <https://www.instagram.com/p/CK8J8xkhjXq/>)

a. Tipografi

Pertama, Menampilkan judul “Khusyuk” sebagai penanda (*signifier*). Petanda (*signified*) ditampilkan dengan Ukuran huruf “Khusyuk” lebih besar dibandingkan kalimat penjelas dibawahnya. Penulisan judul dengan font yang lebih besar digunakan untuk memperjelas gambaran umum informasi dakwah yang terkandung dalam poster. Tulisan “Khusyuk” juga ditulis dengan huruf bold untuk tampilan kalimat judul lebih dominan dibandingkan tulisan lainnya.

Kedua, penanda (*signifier*) terletak pada kalimat “ ‘Ala ‘ Ibn Ziyad ditanya Ubaid: “Kalau salat sendiri, aku **berusaha khusyuk**. **Tapi kok sulit, ya?!**”.. Petanda (*signified*) dilihat dari penulisan huruf pada kalimat tersebut yang memiliki font standar sehingga mudah dibaca. Beberapa kata dalam kalimat ditulis dengan style bold untuk menekankan makna kata tersebut dalam kalimat yang disajikan. Karena judulnya

adalah “Khusyuk” maka kata yang di bold adalah kata yang berhubungan dengan judul atau informasi penting yang ingin ditonjolkan.

Ketiga, kalimat “Lho, bergembiralah! Justru itu **pertanda baik**. Pernah lihat rumah yang roboh dihiraukan pencuri? Sebaliknya, rumah yang berisi barang berharga pasti pingin dibobol dan ingin dicuri,” jawabnya.- Hilyat Al-Awliya, hlm. 380 merupakan penanda (*signifier*). Sementara Petanda (*signified*) Penulisan kalimat, “Lho, bergembiralah! Justru itu **pertanda baik**. Pernah lihat rumah yang roboh dihiraukan pencuri? Sebaliknya, rumah yang berisi barang berharga pasti pingin dibobol dan ingin dicuri,” jawabnya, menggunakan tulisan dengan ukuran standar dan beberapa kata di tebakkan. Kata yang ditebakkan adalah “pertanda baik” yang menjelaskan pertanyaan pada kalimat sebelumnya bahwa kesulitan khusyuk dalam solat bisa jadi merupakan pertanda baik. Tulisan Hilyat Al-Awliya, hlm. 380 menunjukkan sumber rujukan kalimat yang disajikan. Tulisan referensi menggunakan font yang lebih kecil agar tidak mengganggu informasi inti dari dakwah yang disampaikan.

Tipografi penulisan *headline* “Khusyuk” menggunakan ukuran huruf yang lebih besar, ditebakkan, dan berwarna biru sesuai dengan warna pada latar belakang. Tipografi *headline* “Khusyuk” sesuai dengan fungsinya, yaitu sebagai judul. Penulisan judul harus lebih dominan dibandingkan kalimat isi. Pemilihan jenis huruf San Serif selaras dengan keunikan desain yang dikemas secara sederhana. Ukuran penulisan *headline* “Khusyuk” sudah baik karena ukurannya tidak terlalu dominan dan berbeda dengan kalimat isi. Tujuan penyajian judul dengan tipografi ini memudahkan pengguna melihat garis besar isi pesan dakwah dengan cepat. Adanya judul ini membantu pengguna yang ingin mencari postingan dakwah yang relevan dengan kekhusyukan.

b. Ilustrasi

Pertama, penanda (*signifier*) dilihat dari gambar laki-laki yang sedang berdoa dalam keadaan duduk di atas sajadah. Petanda (*signified*) adalah gambar yang digunakan untuk menggambarkan informasi dakwah yang disajikan, yaitu berhubungan dengan kekhusyukan dalam melaksanakan solat. Kondisi ilustrasi yang sedang berdoa dapat diartikan sebagai aktivitas solat karena berdoa dilakukan di atas sajadah.

“Penggunaan ilustrasi seseorang yang sedang bersimpuh diatas sajadah sembari menengadahkan tangan seakan sedang berdoa dan memohon sangat relate dan berhubungan dengan tema dan topik yang diangkat (dimana ekspresi khusyuk erat kaitannya dengan kegiatan berdoa dan beribadah).”¹³

Kedua, Gambar bayangan bangunan masjid merupakan penanda (*signifier*) . Petanda (*signified*) menggambarkan bahwa aktivitas solat identik dengan masjid. Jadi, digunakan bayangan bangunan masjid pada background untuk menambah estetika poster.

Ketiga, penanda (*signifier*) disebutkan sebagai bayangan berbentuk daun.. Ilustrasi ini disebut petanda (*signified*) yang menggambarkan analogi manusia dengan daun. Pesan dari dakwah yang disampaikan yaitu semakin khusyuk seseorang dalam solat, maka kemungkinan tergoda oleh iblis akan semakin besar. Begitu juga dengan daun (tumbuhan), semakin tinggi tumbuhan maka akan semakin kencang angin yang menggoyangkan daunnya. Itulah makna dari penggunaan gambar bayangan daun dekat dengan ilustrasi orang yang sedang berdoa dalam solat.

Ilustrasi poster “Khusyuk” menggunakan gambar laki-laki yang sedang berdoa sesudah solat. Penggunaan sajadah dan peci memperkuat bahwa ilustrasi yang digunakan merupakan ilustrasi orang yang sedang solat. Ilustrasi ini sesuai dengan makna yang ingin disampaikan oleh pesan dakwah yang

¹³ El haqq, wawancara daring oleh penulis, 18 agustus 2022.

disajikan, yaitu kekhusyukan dalam solat. Penggunaan bayangan bangunan masjid sebagai latar belakang memperkuat nuansa ibadah solat sebagai aktivitas yang dibahas dalam pesan dalam poster. Masjid menggambarkan ibadah umat muslim, yaitu solat. Kemudian, adanya gambar bayangan daun di bawah ilustrasi orang yang sedang berdoa menunjukkan analogi antara ibadah solat yang dilakukan dengan pertumbuhan daun (tumbuhan). Analogi yang dimaksud adalah semakin seseorang berusaha khusyuk dalam solatnya maka godaan akan semakin besar. Sedangkan tumbuhan juga mengalami hal yang sama, semakin tinggi tumbuhan maka semakin kencang hembusan angin menghantam daunnya. Penggunaan gambar daun yang tidak terlalu banyak menunjukkan makna tersirat tentang analogi yang telah dijelaskan.

c. Warna

Penanda (*signifier*) dapat dilihat dari warna biru dan biru muda digunakan sebagai background. Petanda (*signified*) warna biru melambangkan kedamaian, dan ketenangan.

“Penggunaan warna dominan biru yang masing - masing memiliki arti kesejukan, serta ketenangan, kedamaian dan keharmonisan bertujuan untuk membuat desain nyaman dipandang mata dan dinikmati khalayak.”¹⁴

Penggunaan warna biru sesuai dengan makna pesan dakwah yang disajikan yaitu berhubungan dengan kekhusyukan dalam solat. Manusia cenderung menginginkan solat yang tenang dan khusyuk. Warna biru muda pada latar belakang digunakan agar kalimat yang menggunakan warna hitam tetap mudah dibaca dan tidak kontras dengan warna poster secara keseluruhan. Penggunaan warna biru sebagai warna latar belakang melambangkan ketenangan, kedamaian, dan kesejukan. Penggunaan warna ini sesuai dengan pesan dakwah yang disampaikan yaitu menginginkan kekhusyukan dan ketenangan dalam solat. Warna biru

¹⁴ El haqq, wawancara daring oleh penulis, 18 agustus 2022.

juga melambangkan harapan akan kedamaian. Penggunaan warna biru mudah sebagai latar belakang dominan dalam poster digunakan untuk melambangkan kekhusyukan yang diharapkan sesuai dengan pesan dalam informasi yang disajikan.

d. Simbol

Pertama, Simbol santri gayeng di atas poster adalah sebagai penanda (*signifier*). Sementara petanda (*signified*) ditunjukkan bahwa konten tersebut merupakan kreasi dari santri gayeng.

Kedua, Simbol Facebook, Twitter, Instagram, dan YouTube merupakan penanda (*signifier*). Sementara petanda (*signified*) ditunjukkan bahwa konten santri gayeng dapat dilihat di Facebook, Twitter, Instagram, dan YouTube dengan nama “Santri Gayeng”.

Penggunaan simbol sama dengan desain poster sebelumnya yaitu simbol santri gayeng untuk menunjukkan bahwa poster tersebut adalah hak cipta dari santri gayeng. Adanya simbol sosial media lain di bagian kiri bawah poster digunakan untuk mengajak pengguna internet agar mengikuti akun sosial media santri gayeng yang lain.

“Penggunaan logo type “Santri Gayeng” serta dibubuhkannya beberapa ikon-ikon sosial media Santri Gayeng sebagai pelengkap instrument desain. Sehingga desain ini tergolong baik dalam penyampaian informasinya.”¹⁵

3. Poster “Bekerja”

Poster “Bekerja” ini diposting pada tanggal 05 Maret 2021 dengan jumlah like sebanyak 1.990. Postingan ini merupakan satu-satunya postingan poster dengan jumlah like paling banyak pada bulan Maret. Dalam poster ini terkandung dakwah tentang materi akhlak dan sosial. Deskripsi Elemen Desain Komunikasi Visual dengan

¹⁵ El haqq, wawancara daring oleh penulis, 18 agustus 2022.

Semiotika Ferdinand de Saussure pada postingan “Bekerja” adalah sebagai berikut:



Gambar 4.8 Poster Bekerja

(Sumber: <https://www.instagram.com/p/CMBrVEqheyt/>)

a. Tipografi

Pertama, penanda (*signifier*) menampilkan judul “Bekerja”. Petanda (*signified*) dilihat dari judul yang mengisyaratkan perintah bekerja dalam Islam. Judul “Bekerja” ditulis menggunakan ukuran huruf yang lebih besar dibandingkan ukuran huruf lainnya. Penggunaan headline “Bekerja” sebagai judul dalam poster ini digunakan untuk menggambarkan isi pesan yang ingin disampaikan secara keseluruhan.

Kedua, kalimat “Sabda **Nabi** dari **malaikat Jibril**: “Barang siapa **bekerja** untuk mencukupi kebutuhan **hidup keluarganya**, maka orang tersebut berada **di jalan Allah**.” Nuzhatu Al-Majalis, hlm. 147” merupakan penanda (*signifier*). Petanda (*signified*) memberikan makna bahwa bekerja untuk memenuhi kehidupan keluarganya akan diberikan pahala oleh Allah yang besar. Penulisan beberapa kata dalam kalimat ditulis bold untuk menekankan makna dari kata tersebut. Kata Nabi dan malaikat Jibril di bold untuk

menekankan bahwa pesan dakwah yang disampaikan bersumber dari Nabi. Kata bekerja merupakan objek yang dibahas dalam pesan dakwah. Hidup keluarga dan di jalan Allah menunjukkan bahwa peruntukan bekerja yang mendapat pahala dari Allah adalah bekerja untuk menghidupi keluarga.

Tipografi yang terkandung dalam Sabda **Nabi** dari **malaikat Jibril**: “Barang siapa **bekerja** untuk mencukupi kebutuhan **hidup keluarganya**, maka orang tersebut berada **di jalan Allah** ditulis dengan ukuran huruf yang mudah dibaca dan adanya penekanan pada kata Nabi, malaikat Jibril, bekerja, keluarganya, dan di jalan Allah sebagai bentuk penekanan terhadap kata-kata tersebut. Adanya kata dengan penulisan tebal akan mempermudah pengguna menemukan maksud postingan melalui kata kunci yang ditekankan. Judul yang ditulis dengan ukuran font yang lebih besar bertujuan untuk memberikan gambaran garis besar isi pesan dakwah sehingga apabila pengguna ingin melihat postingan yang berhubungan dengan bekerja, maka pengguna bisa dengan cepat menemukan postingan tersebut.

b. Ilustrasi

Pertama, Gambar laki-laki yang sedang mengecat tembok merupakan penanda (*signifier*). Sementara petanda (*signified*) mengilustrasikan laki-laki yang sedang mengecat tembok menggambarkan aktivitas bekerja sebagaimana yang dirujuk dalam pesan yang disampaikan. Laki-laki digunakan untuk mengerjakan pekerjaan karena menurut agama Islam, yang bertugas mencari nafkah untuk memenuhi kebutuhan keluarga adalah laki-laki (ayah, saudara laki-laki). Ilustrasi yang digunakan adalah kegiatan mengecat tembok, yang dapat diartikan bahwa pekerjaan tersebut berhubungan dengan kepentingan keluarga. Bangunan yang sedang di cat dapat diartikan sebagai keluarga yang harus dinafkahi. Penggunaan cat warna merah pada kegiatan bekerja menunjukkan semangat. Artinya, manusia harus memiliki semangat

yang tinggi dalam bekerja untuk menghidupi keluarganya.

Kedua, penanda (*signifier*) adalah gambar tanaman. Petanda (*signified*) menggambarkan proses kehidupan yang akan terus berlangsung. Jadi, sebagai manusia harus berusaha semaksimal mungkin agar dapat terus tumbuh dan berkembang.

Ilustrasi yang digunakan menggambarkan isi pesan dakwah dengan benar. Ilustrasi yang digunakan adalah laki-laki yang sedang mengecat tembok dengan cat warna merah. Aktivitas ini menggambarkan aktivitas bekerja. Kegiatan yang dipilih adalah mengecat tembok, artinya hal pertama yang harus dilakukan adalah memastikan bahwa sebuah keluarga dapat memperoleh nafkah dengan baik. ilustrasi dinding/tembok diartikan sebagai rumah. Warna cat merah yang digunakan menggambarkan semangat dalam bekerja. Terdapat gambar tumbuhan yang tumbuh untuk menambah estetika poster. Namun, jika dimaknai gambar ini dapat berarti kehidupan manusia seperti tumbuhan, akan terus berkembang. Berbeda dengan tumbuhan, manusia harus berusaha agar memperoleh rezeki dari Allah. Karena bekerja merupakan kegiatan yang melelahkan, maka sabda Nabi menjelaskan bahwa apabila seseorang bekerja untuk memenuhi kebutuhan keluarganya, maka sama saja dengan orang yang sedang berjuang di jalan Allah.

c. Warna

Pertama, penanda (*signifier*) dilihat dari penggunaan warna biru pada latar belakang dan tulisan. Petanda (*signified*) adalah perpaduan warna yang digunakan yaitu warna biru sampai biru muda. Dalam ilustrasi juga tidak banyak menggunakan warna lain untuk memberi kesan serius mengingat bahwa pesan yang ingin di sampaikan adalah tentang bekerja menurut Islam. Huruf yang digunakan berwarna biru dan disesuaikan dengan latar untuk menambah estetika poster.

Kedua, Warna hitam pada ilustrasi gambar merupakan penanda (*signifier*). Warna hitam memiliki

makna misterius, teguh, konsisten, dan mandiri merupakan petanda (*signified*)

Ketiga, Warna merah pada ilustrasi gambar adalah penanda (*signifier*). Petanda (*signified*) menggambarkan semangat dan kerja keras.

Warna yang digunakan adalah warna biru, merah, dan hitam. Perpaduan ketiga warna ini melambangkan keseriusan, kedamaian, semangat, dan konsisten. Jadi, elemen warna yang digunakan tidak terlalu banyak untuk menambah kesan serius dalam postingan. Warna tulisan juga menggunakan warna biru agar mudah dibaca.

d. Simbol

Pertama, Simbol santri gayeng di atas poster adalah sebagai penanda (*signifier*). Sementara petanda (*signified*) ditunjukkan bahwa konten tersebut merupakan kreasi dari santri gayeng.

Kedua, Simbol Facebook, Twitter, Instagram, dan YouTube merupakan penanda (*signifier*). Sementara petanda (*signified*) ditunjukkan bahwa konten santri gayeng dapat dilihat di Facebook, Twitter, Instagram, dan YouTube dengan nama “Santri Gayeng”.

Penggunaan simbol sama dengan desain poster sebelumnya yaitu simbol santri gayeng untuk menunjukkan bahwa poster tersebut adalah hak cipta dari santri gayeng. Adanya simbol sosial media lain di bagian kiri bawah poster digunakan untuk mengajak pengguna internet agar mengikuti akun sosial media santri gayeng yang lain.

4. Poster “Rezeki”

Poster “Rezeki” ini diposting pada tanggal 18 April 2021 dengan jumlah like sebanyak 2.099. Postingan ini merupakan satu-satunya postingan poster dengan jumlah like paling banyak pada bulan April. Dalam poster ini terkandung dakwah tentang materi akhlak. Deskripsi Elemen Desain Komunikasi Visual dengan *Semiotika Ferdinand de Saussure* pada postingan “Rezeki” adalah sebagai berikut:



Gambar 4.9 Poster Rezeki

(Sumber: <https://www.instagram.com/p/CNypxe6hYJg/>)

a. Tipografi

Pertama, kata Rezeki merupakan penanda (*signifier*). Sementara petanda (*signified*) Kata “Rezeki” merupakan judul pada poster ini. Adanya judul pada poster menunjukkan bahwa postingan poster berhubungan dengan rezeki. Penulisan kata rezeki menggunakan ukuran huruf yang lebih besar dibandingkan tulisan yang lain dan ditebalkan.

Kedua, penanda (*signifier*) dapat dilihat dari kalimat “**Nabi bersabda**: “Sesuatu yang **sedikit namun mencukupi**, itu lebih baik daripada yang **banyak namun melalaikan**.” - Al-Mukhtar min kalam Al-Akhyar, hlm. 30.” Petanda (*signified*) menunjukkan bahwa rezeki yang sedikit tapi mencukupi itu lebih baik dibandingkan rezeki yang banyak namun melalaikan. Penulisan beberapa kata pada kalimat tersebut menggunakan huruf tebal yang menekankan pada kata Nabi bersabda, sedikit namun mencukupi, dan banyak namun melalaikan. Ketiga kalimat tersebut merupakan kalimat inti yang ingin disampaikan dalam postingan ini.

Tipografi rezeki menggunakan headline judul yang ukuran huruf nya lebih besar dibandingkan huruf yang lain agar judul ini mudah dilihat oleh pembaca. Sementara pemilihan jenis huruf San Serif memiliki keunikan tersendiri bagi desain poster yang bersifat sederhana. Makna kalimat **Nabi bersabda**: “Sesuatu yang **sedikit namun mencukupi**, itu lebih baik daripada yang banyak **namun melalaikan** fokus pada kalimat yang ditebalkan, yaitu Nabi bersabda yang memiliki arti bahwa poster tersebut dikutip dari ucapan Rasulullah, kata sedikit namun mencukupi merujuk pada penerima rezeki yang sedikit namun cukup, sedangkan kata banyak namun melalaikan merujuk pada pemberian rezeki yang banyak namun melalaikan penerimanya.

b. Ilustrasi

Pertama, gambar orang yang makan merupakan penanda (*signifier*). Petanda (*signified*) menggambarkan orang yang sedang mendapat rezeki dan digunakan untuk makan. Namun, dari postur tubuh orang tersebut menandakan bahwa jumlah makanan yang dimakan sudah banyak sehingga perutnya membesar. Ilustrasi ini sesuai dengan kata yang merujuk pada rezeki banyak tapi melalaikan. Orang yang berlebihan makan biasanya cenderung malas.

Kedua, penanda (*signifier*) adalah gambar piring dan gelas. Sementara petanda (*signified*) mendukung aktivitas makan yang dilakukan oleh gambar orang. Piring dan gelas merupakan barang yang digunakan saat makan. Kegiatan makan merujuk pada adanya rezeki.

Ilustrasi yang digunakan adalah gambar orang yang sedang makan. Aktivitas makan ini ditandai dengan adanya makanan yang dimasukkan ke dalam mulut dan adanya piring dan gelas. Ilustrasi ini menggambarkan cara manusia menghabiskan rezeki yang diterimanya, yaitu dengan mengonsumsinya dengan jumlah yang banyak. Hal ini sesuai dengan isi dalam poster yang menyatakan bahwa ada rezeki yang banyak namun manfaatnya tidak banyak.

c. Warna

Pertama, Warna biru tua dan biru muda merupakan penanda (*signifier*). Petanda (*signified*) dimaknai sebagai kedamaian dan ketenangan. Rezeki memberikan ketenangan dan kedamaian bagi penerima rezeki tersebut.

d. Simbol

Pertama, Simbol santri gayeng di atas poster adalah sebagai penanda (*signifier*). Sementara petanda (*signified*) ditunjukkan bahwa konten tersebut merupakan kreasi dari santri gayeng.

Kedua, Simbol Facebook, Twitter, Instagram, dan YouTube merupakan penanda (*signifier*). Sementara petanda (*signified*) ditunjukkan bahwa konten santri gayeng dapat dilihat di Facebook, Twitter, Instagram, dan YouTube dengan nama “Santri Gayeng”.

Penggunaan simbol sama dengan desain poster sebelumnya yaitu simbol santri gayeng untuk menunjukkan bahwa poster tersebut adalah hak cipta dari santri gayeng. Adanya simbol sosial media lain di bagian kiri bawah poster digunakan untuk mengajak pengguna internet agar mengikuti akun sosial media santri gayeng yang lain.

5. Poster “Ucapan”

Poster “Ucapan” ini diposting pada tanggal 27 Mei 2021 dengan jumlah like sebanyak 1.605. Dalam poster ini terkandung dakwah tentang materi akhlak. Deskripsi Elemen Desain Komunikasi Visual dengan *Semiotika Ferdinand de Saussure* pada postingan “Ucapan” adalah sebagai berikut:



Gambar 4.10 Poster Ucapan

(Sumber: <https://www.instagram.com/p/CPXFcQQhd9H/>)

a. Tipografi

Pertama, Kata ucapan merupakan penanda (*signifier*). Petanda (*signified*) dapat dilihat dari judul “Ucapan” dalam poster menunjukkan bahwa poster dakwah mengandung pembahasan tentang ucapan. Huruf “Ucapan” ditulis menggunakan huruf kapital dan ditebalkan agar judul ini mudah dilihat oleh pembaca.

Kedua, penanda (*signifier*) terdapat pada kalimat Nabi bersabda: “**Musibah itu seringkali disebabkan oleh ucapan.**” - Al-Mukhtar min kalam Al-Akhyar, hlm. 28. Petanda (*signified*) ditampilkan pada kalimat “Musibah itu seringkali disebabkan oleh ucapan” merupakan inti dari poster dakwah yang disajikan. Kalimat tersebut ditebalkan untuk menunjukkan bahwa kalimat tersebut merupakan garis besar dakwah yang disajikan melalui poster. Makna dari kalimat tersebut adalah ucapan yang tidak benar sering menjadi awal mula terjadinya musibah yang dialami manusia. Kalimat ini merujuk pada referensi/sumber yang digunakan dalam poster ini. Adanya sumber yang jelas

akan mempermudah pembaca yang ingin menelusuri makna postingan lebih lanjut.

Tipografi penulisan heading “Ucapan” dengan ukuran huruf yang lebih besar dibandingkan huruf pada kalimat dibawahnya tepat digunakan karena *heading* ini menunjukkan judul dari informasi dakwah dalam poster. Adanya ukuran yang lebih besar membantu pengguna jika ingin mencari postingan yang spesifik. Kalimat Nabi bersabda: **“Musibah itu seringkali disebabkan oleh ucapan”** menggunakan huruf tebal. Hal ini menunjukkan bahwa makna kalimat tersebut perlu diperjelas. Penyajian dakwah dengan metode penulisan seperti ini sesuai dengan perilaku pengguna internet dalam melihat informasi di Instagram, yaitu ingin melihat informasi yang jelas dan mudah dipahami. Pengguna juga menginginkan informasi mudah dicerna dan tidak membuang-buang waktu dalam melihat informasi tersebut. Estetika penulisan dan penyusunan kalimat yang bagus juga akan mendorong minat pembaca tertarik untuk mengetahui lebih lanjut isi informasi dakwah yang disajikan.

b. Ilustrasi

Pertama, Gambar laki-laki yang berbicara di podium adalah penanda (*signifier*). Sementara Petanda (*signified*) menggambarkan kehidupan sosial di masyarakat yang tidak lepas dari interaksi dengan orang lain. Interaksi sering dilakukan dengan banyak orang.

Kedua, penanda (*signifier*) terdapat pada gambar tumbuhan. Petanda (*signified*) menggambarkan lingkungan rumah yang menggunakan tumbuhan sebagai elemen tambahan untuk menambah tampilan suatu ruangan. Penggunaan gambar ini menunjukkan kecenderungan manusia ingin terlihat bagus dan sempurna sehingga terkadang mengatakan hal-hal yang tidak sesuai dengan kondisi yang sebenarnya.

Ilustrasi yang digunakan menggambarkan orang yang sedang berbicara di podium. Hal ini ditandai dengan adanya interaksi sosial di masyarakat yang dilakukan dengan cara bertukar pikiran, pengalaman,

atau sekedar bertukar cerita. Adanya tambahan tumbuhan untuk memperindah sekitar podium menunjukkan bahwa manusia cenderung ingin tampil sempurna. Kadang, karena tidak ingin terlihat tidak sempurna manusia sering mengatakan hal-hal yang tidak benar. Kesempurnaan orang lain juga menyebabkan orang lain merasa iri dan menyebarkan berita bohong terkait orang tersebut. Bahkan, seorang penceramah pun harus memperhatikan ucapannya di depan publik karena apabila mengatakan kalimat yang mendorong perpecahan atau provokasi, maka akan terjadi masalah di lingkungan tersebut.

c. Warna

Pertama, Warna oranye merupakan penanda (*signifier*). Petanda (*signified*) dapat dilihat dari gambaran aktivitas sosial, keterbukaan, dan optimisme. Penggunaan warna ini menunjukkan interaksi sosial manusia.

Kedua, penanda (*signifier*) adalah warna oranye muda. Petanda (*signified*) digunakan pada latar belakang agar tulisan dapat dibaca dengan baik.

Warna yang digunakan dalam poster “Ucapan” tidak terlalu banyak. Elemen warna yang digunakan adalah warna oranye. Warna oranye melambangkan aktivitas sosial dan keterbukaan. Penggunaan warna ini sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan dalam dakwah, yaitu musibah sering terjadi karena ucapan. Penggunaan warna oranye mudah pada latar belakang digunakan agar tulisan judul dan penjelasan dapat dibaca dengan baik.

d. Simbol

Pertama, Simbol santri gayeng di atas poster adalah sebagai penanda (*signifier*). Sementara petanda (*signified*) ditunjukkan bahwa konten tersebut merupakan kreasi dari santri gayeng.

Kedua, Simbol Facebook, Twitter, Instagram, dan YouTube merupakan penanda (*signifier*). Sementara petanda (*signified*).

Penggunaan simbol sama dengan desain poster sebelumnya yaitu simbol santri gayeng untuk

menunjukkan bahwa poster tersebut adalah hak cipta dari santri gayeng. Adanya simbol sosial media lain di bagian kiri bawah poster digunakan untuk mengajak pengguna internet agar mengikuti akun sosial media santri gayeng yang lain.

6. Poster “Ujian”

Poster “Ujian” ini diposting pada tanggal 02 Juni 2021 dengan jumlah like sebanyak 1.743. Dalam poster ini terkandung dakwah tentang materi akidah. Deskripsi Elemen Desain Komunikasi Komunikasi Visual dengan *Semiotika Ferdinand de Saussure* pada postingan “Ujian” adalah sebagai berikut:



Gambar 4.11 Poster Ujian

(Sumber: <https://www.instagram.com/p/CPmH DU OhJem/>)

a. Tipografi

Pertama, Kata “Ujian” adalah penanda (*signifier*). Petanda (*signified*) kata “Ujian” digunakan sebagai judul dalam poster ini. Kata “Ujian” ditulis menggunakan huruf kapital dan warna kuning kehijauan. Kata “Ujian” menggambarkan garis besar isi poster.

Kedua, penanda (*signifier*) terletak pada kalimat “**Syaikh Ahmad Al-Rifa’I** berkata: “Kala Allah Swt. Hendak **mengangkat derajat seseorang**, maka Dia memberikan **ujian** yang datang dari dirinya sendiri, keluarga, dan orang terdekatnya.” Petanda (*signified*) Kalimat Syaikh Ahmad Al-Rifa’I menunjukkan bahwa sumber perkataan yang dikutip berasal dari Syaikh Ahmad Al-Rifa’I. Pengutipan ini dilakukan dari sumbernya agar pesan dakwah yang disampaikan langsung dari sumbernya. Makna yang terkandung dalam kalimat mengangkat derajat seseorang adalah bahwa Allah akan meninggikan derajat orang apabila melakukan amal tertentu. Makna yang terkandung dari kata ujian adalah cobaan, ketidaknyamanan, kesusahan yang dialami seseorang.

Ketiga, penanda (*signifier*) adalah Al-‘Arois Al-Qudsiyyah, hlm. 66. Petanda (*signified*) merujuk pada sumber/referensi pengutipan. Pencantuman referensi digunakan untuk memperkuat poster yang disajikan.

Tipografi penulisan headline “Ujian” menggunakan ukuran huruf yang lebih besar, ditebalkan, dan berwarna biru sesuai dengan warna pada latar belakang. Pemilihan San Serif sebagai jenis huruf juga dinilai cocok karena desain yang ditampilkan sangat sederhana. Tipografi headline “Ujian” sesuai dengan fungsinya, yaitu sebagai judul. Penulisan judul harus lebih dominan dibandingkan kalimat isi. Ukuran penulisan headline “Ujian” sudah baik karena ukurannya tidak terlalu dominan dan berbeda dengan kalimat isi. Tujuan penyajian judul dengan tipografi ini memudahkan pengguna melihat garis besar isi pesan dakwah dengan cepat. Adanya judul ini membantu pengguna yang ingin mencari postingan dakwah yang relevan dengan kekhუსyukan.

b. Ilustrasi

Pertama, Gambar orang yang sedang sakit di kursi roda merupakan penanda (*signifier*). Petanda (*signified*) menggambarkan kondisi sakit yang merupakan salah satu bentuk ujian yang diberikan Allah kepada manusia sebagai penggugur dosa.

Kedua, penanda (*signifier*) adalah ruangan di rumah sakit dengan dua pot tumbuhan. Petanda (*signified*) Menggambarkan latar di rumah sakit.

Ilustrasi poster “Ujian” menggunakan gambar laki-laki yang sedang berada di atas kursi roda dengan kondisi kaki diperban. Latar tempat gambar tersebut terletak di rumah sakit. Adanya ruangan dan pot bunga menandakan bahwa lokasi pada ilustrasi adalah di rumah sakit. Ilustrasi ini sesuai dengan makna yang ingin disampaikan oleh pesan dakwah yang disajikan, yaitu ujian dalam hidup. Penggunaan latar rumah sakit memperkuat nuansa kondisi sakit yang dialami oleh gambar ilustrasi. Rumah sakit menggambarkan suasana sedih karena kondisi sakit yang diterima.

c. Warna

Pertama, penanda (*signifier*) adalah warna kuning kehijauan. Petanda (*signified*) menggambarkan pucat, lesu, dan sakit. Hal ini sesuai dengan isi dakwah yang disajikan dalam poster, yaitu berhubungan dengan ujian yang memiliki banyak bentuk.

Kedua, Warna kuning muda merupakan penanda (*signifier*). Sementara Petanda (*signified*) dapat dilihat dari penggunaan warna kuning pada latar belakang bertujuan untuk menambah estetika poster dengan menggunakan warna yang lebih terang.

Penggunaan warna kuning kehijauan sebagai warna latar belakang melambangkan pucat, lesu, dan sakit. Penggunaan warna ini sesuai dengan pesan dakwah yang disampaikan yaitu berhubungan dengan ujian dimana sakit merupakan salah satu bentuk ujian yang diberikan Allah untuk menggugurkan dosa manusia.

d. Simbol

Pertama, Simbol santri gayeng di atas poster adalah sebagai penanda (*signifier*). Sementara petanda (*signified*) ditunjukkan bahwa konten tersebut merupakan kreasi dari santri gayeng.

Kedua, Simbol Facebook, Twitter, Instagram, dan YouTube merupakan penanda (*signifier*). Sementara petanda (*signified*) ditunjukkan bahwa

konten santri gayeng dapat dilihat di Facebook, Twitter, Instagram, dan YouTube dengan nama “Santri Gayeng”.

Penggunaan simbol sama dengan desain poster sebelumnya yaitu simbol santri gayeng untuk menunjukkan bahwa poster tersebut adalah hak cipta dari santri gayeng. Adanya simbol sosial media lain di bagian kiri bawah poster digunakan untuk mengajak pengguna internet agar mengikuti akun sosial media santri gayeng yang lain.

C. Analisis Data Penelitian

Desain komunikasi visual adalah segala sesuatu yang dapat dilihat dan dapat dipakai sendiri menggunakan segala sesuatu yang dapat dilihat dan dipakai dalam menyampaikan arti, makna, dan pesan.¹⁶ Analisis data pada penelitian ini menggunakan teori *Semiotika Ferdinand de Saussure*. Analisis data menggunakan teori *Semiotika Ferdinand de Saussure* dapat digunakan untuk menganalisis aspek komunikasi visual postingan di Instagram karena beberapa peneliti sebelumnya juga menggunakan teori *Semiotika Ferdinand de Saussure* dalam menganalisis desain postingan di Instagram untuk berbagai kepentingan.

Teori *Semiotika Ferdinand de Saussure* menggunakan konteks komunikasi yang disebut *signifier* dan *signified*.¹⁷ *Signifier* merupakan hal-hal yang tertangkap oleh pikiran seperti gambar visual, bunyi dan lain-lain.¹⁸ *Signified* merupakan makna atau kesan yang ditangkap oleh pikiran sehingga menjadi sebuah makna dan diantara keduanya tidak dapat dipisahkan. *Signifier* dan *signified* memiliki hubungan dalam memberikan makna terhadap desain visual.

¹⁶ Ricky W. Putra, *Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2020), hlm.6.

¹⁷ Salsa Ratu Maisya, “Konstruksi Makna Postingan Instagram @najwashihab dalam Membangun Citra Diri (Analisis Semiotika Ferdinand de Saussure)”, *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, Vol. 1 No. 1, Juni, 2021, hlm. 78.

¹⁸ Masturina Khoirun Nisa, *Instagram Sebagai Media Dakwah: Analisis Semiotika Isi Pesan Dakwah pada Akun @harakah Islamiyah Periode Bulan Desember 2019*, (Tulungagung:UIN Tulungagung, 2020), hlm. 35.

Berikut dijelaskan analisis postingan @gayengco pada 6 postingan pada bulan Januari-Juni 2022. Analisis menggunakan teori *Semiotika Ferdinand de Saussure* dengan melihat *signifier* dan *signified* pada masing-masing postingan.

1. Poster “Tangis”

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan pada poster “Tangis”, *signification*-nya terdiri dari tipografi, ilustrasi, warna, dan simbol yang digunakan dalam desain poster.

Tabel 4.2 Elemen Desain Poster Tangis di Instagram @gayengco

Elemen	Jenis
Tipografi	San Serif
Ilustrasi	Menggunakan gambar orang yang sedang berdoa di atas rumput. Ilustrasi bayangan yang berbentuk perkotaan.
Warna	Hijau Biru Biru pastel Kuning oranye Hitam

Salah satu indikator yang menentukan estetika karya desain komunikasi visual adalah penggunaan huruf dan ukuran huruf yang sesuai. Bentuk visual huruf memberikan pengaruh yang kuat pada keterbacaan suatu desain, terutama desain yang komunikasi visual. Selain itu, penggunaan susunan huruf dan ketebalan huruf akan mempengaruhi ketertarikan pembaca untuk melihat desain yang dirancang.¹⁹ Penggunaan font pada headline menggunakan ukuran font yang berbeda-beda. Hal ini menunjukkan bahwa tipografi penting dalam desain komunikasi visual. Desain poster “Tangis” menggunakan huruf san serif. San serif merupakan huruf yang paling banyak digunakan dalam desain. Sifatnya kurang formal, sederhana dan akrab. Apabila huruf ini digunakan akan mudah dibaca.

¹⁹ Didit Widiatmoko Soewardikoen, *Metode Penelitian Desain Komunikasi Visual*, (Yogyakarta: PT kanisius, 2019, h. 28.

Ilustrasi yang digunakan sudah dianggap sesuai dengan tema yang disajikan dalam poster. Ilustrasi orang yang sedang berdoa menggambarkan isi dari konten dakwah yang ingin disampaikan. Penggunaan warna yang sepadan menambah estetika desain dan membuatnya menarik untuk dilihat. Kesesuaian warna, ilustrasi, dan tipografi akan menyebabkan poster yang disajikan tepat sasaran karena orang akan tertarik untuk melihat dan membacanya.

Pesan poster “Tangis” adalah agar manusia selalu introspeksi diri dan memohon petunjuk bagi Allah agar dihindarkan dari kelalaian. Pesan dakwah yang ingin disampaikan adalah bahwa sebagai manusia, diharuskan berhati-hati dalam berucap dan bertindak karena tidak tahu ucapan atau tindakan mana yang akan menyebabkan manusia mendapat murka dari Allah. Dalam hal ini, mendekati diri kepada Allah adalah cara terbaik untuk memperbaiki diri karena Allah maha tahu segalanya. Jadi, pesan poster “Tangis” berhubungan dengan akhlak.

Dalam Islam telah dijelaskan bahwa orang yang mampu menjaga lisan dan tindakannya agar tidak menyakiti orang lain akan menerima pahala yang berlimpah dari Allah. Hukum Islam mengatur semua aspek kehidupan manusia agar seorang muslim dapat melaksanakan ajaran Islam secara utuh.²⁰ Islam mengatur semua aspek kehidupan manusia agar manusia tidak menyepelekan suatu perkara, baik yang berhubungan dengan sosial, muamalah, hukum, dan aspek lainnya agar memudahkan manusia. Hal ini berarti Islam tidak hanya mengatur hal-hal yang besar namun juga sampai hal paling kecil. Jadi manusia tidak boleh menyepelekan apapun dalam kehidupan sehari-hari baik dalam hubungan dengan keluarga dan teman.

Hukum Islam memiliki karakteristik yang khas, karena itu sifatnya universal dan abadi. Hal ini karena selain beribadah yang baik kepada Allah Swt. juga harus baik kepada sesama manusia baik tindakan ataupun perkataan (lisan). Lisan merupakan salah satu nikmat Allah yang diberikan kepada makhluknya. Lisan merupakan anggota

²⁰ Ach. Puniman, “Keutamaan Menjaga Lisan dalam Perspektif Hukum Islam”, *Jurnal Keguruan*, 2018, h. 3.

badan manusia yang cukup kecil jika dibandingkan anggota badan yang lain. Akan tetapi, lisan dapat menyebabkan pemiliknya ditetapkan sebagai penduduk surga atau bahkan dapat menyebabkan pemiliknya dilemparkan kedalam api neraka. Hendaklah seseorang tidak berbicara kecuali jika perkataan itu merupakan kebaikan, yaitu yang nampak maslahatnya. Jika ragu-ragu tentang timbulnya maslahat, maka hendaklah tidak berbicara. Karena dengan diam bisa menjadi langkah awal yang mudah agar menjauhkan dari hal-hal yang mungkin akan membahayakan diri sendiri. Orang yang menjaga lisan akan memiliki kedudukan tinggi dalam agama. Selain itu, orang lain akan terhindar dari kejahatan lisannya.

2. Poster “Khusyuk”

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan pada poster “Khusyuk”, *signification*-nya terdiri dari tipografi, ilustrasi, warna, dan simbol yang digunakan dalam desain poster.

Tabel 4.3 Elemen Desain Poster Khusyuk di Instagram @gayengco

Elemen	Jenis
Tipografi	San serif
Ilustrasi	Gambar laki-laki yang sedang berdo'a dalam keadaan duduk di atas sajadah. Gambar bayangan bangunan masjid. Bayangan berbentuk daun.
Warna	Warna biru dan biru muda digunakan sebagai background.

Ilustrasi yang digunakan harus sesuai dengan pesan dakwah yang ingin disampaikan. Penggunaan ilustrasi visual dilakukan untuk menunjang penyajian karya desain komunikasi visual yang menjadi tanda sebagai ikon untuk menyampaikan pesan dalam sistem non kebahasaan yaitu bentuk visual yang mendukung sistem verbal dengan tanda

bersifat peniruan kebetukan sesuai kenyataan (similarity).²¹ Solihatin juga menggunakan ilustrasi dan font yang sesuai untuk mendukung desain yang digunakan.²² Lebih lanjut, Solihatin juga menyesuaikan font, warna, dan ilustrasi yang digunakan untuk desain di Instagram untuk menyempurnakan desain, terutama pada desain komunikasi visual.

Makna dari pesan dakwah yang disajikan dalam poster “Khusyuk” adalah mendapat gangguan dalam solat menandakan bahwa pelaksanaan sholat sudah dilaksanakan dengan baik. Perumpamaan bangunan digunakan dalam pesan dakwah yaitu rumah yang ada hartanyalah yang akan menjadi sasaran maling, bukan rumah yang kosong. Begitu juga dalam solat, semakin banyak godaan yang diterima dalam solat, hal itu berarti solat yang dilakukan sudah baik. Beberapa ulama juga mengatakan bahwa untuk mengetahui tingkat kebaikan kegiatan yang manusia lakukan dapat dilihat dari banyaknya godaan yang diterima saat melaksanakan kegiatan tersebut, baik dalam hal ibadah atau kegiatan lainnya. Apabila dalam pelaksanaannya mampu melawan godaan tersebut maka manfaat dari kegiatan yang dilakukan sangat besar.

Fenomena ini dapat dilihat dari ibadah. Saat ingin khusyuk dalam solat maka ada saja gangguan yang diterima, baik bisikan dari dalam hati ataupun dari manusia dan lingkungan di sekitar. Contoh lainnya adalah saat belajar, saat tubuh merasa semangat belajar maka akan cenderung merasa cepat mengantuk dibandingkan dengan saat menonton atau saat bermain gadget. Allah swt. juga sudah menjelaskan hal ini dalam Q.S Al-Baqarah ayat 155, bahwa Allah akan menguji orang-orang yang beriman dengan sedikit ketakutan, kelaparan, kekurangan harta, jiwa dan buah-buahan agar dapat membedakan mana hamba yang benar-benar beriman.

²¹ Ernawati, “Analisis Tanda pada Karya Desain Komunikasi Visual”, *Art and Design Journal*, Vol. 2 No. 1, 2019, h. 28.

²² Nofita Solihatin, *Analisis Desain Komunikasi Visual Akun Instagram @arielsyafrin Berdasarkan Semiotika Ferdinand De Saussure*, (Purwokerto: UIN Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri, 2021), h. 103.

Kondisi ini juga dapat dilihat dari sejarah perjalanan Rasulullah dalam berdakwah. Dakwah dapat dikategorikan sebagai tindakan yang terpuji. Selama berdakwah, Rasulullah lebih banyak mendapat godaan dan cobaan dibandingkan dengan sahabat. Hal ini karena kedekatan Rasulullah sudah sangat baik. Jadi, saat dihadapkan pada godaan khususnya dalam solat maka sebaiknya berprasangka baik kepada Allah dan berdoa agar dihindarkan dari godaan setan dan iblis. Sebelum solat, dianjurkan membaca taawuz. Jadi, poster “Khusyuk” berhubungan dengan akidah.

3. Poster “Bekerja”

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan pada poster “Bekerja”, *signification*-nya terdiri dari tipografi, ilustrasi, warna, dan simbol yang digunakan dalam desain poster.

Tabel 4.4 Elemen Desain Poster Bekerja di Instagram @gayengco

Elemen	Jenis
Tipografi	San serif
Ilustrasi	Gambar laki-laki yang sedang mengecat tembok dengan cat warna merah
Warna	Warna biru, merah, dan hitam.

Tipografi dalam dunia desain visual adalah proses memadukan antara teknik dan seni agar tulisan dapat memberikan makna bisa tersampaikan dengan baik secara visual. Poster “Bekerja” yang diposting di akun Instagram @gayengco secara keseluruhan menggunakan jenis huruf San Serif. San serif digunakan dalam proses desain visual karena gaya hurufnya yang bersifat sederhana dan mudah dibaca. Penggunaan headline “Bekerja” sebagai judul dalam poster ini digunakan untuk menggambarkan isi pesan yang ingin disampaikan dengan ukuran huruf yang lebih besar jika dibandingkan dengan lainnya. Peletakan judul yang berada diatas digunakan agar pembaca bisa lebih fokus tertuju dengan apa yang akan disampaikan dalam poster serta sebagai pengganti posisi pendahuluan agar segera

kepada Allah menjadi perbedaan kemuliaan satu sama lain.²⁵

Ilustrasi lain yang terdapat dalam poster adalah gambar tumbuhan yang tumbuh untuk menambah estetika poster. Namun, jika dimaknai gambar ini dapat berarti kehidupan manusia seperti tumbuhan, akan terus berkembang.

Warna yang digunakan dalam poster adalah warna biru, merah, dan hitam. Perpaduan ketiga warna ini melambangkan keseriusan, kedamaian, semangat, dan konsisten. Warna biru dianalogikan dengan lautan, langit, dan kedamaian sehingga memberikan kesan yang menenangkan bagi pengguna.²⁶ Warna biru dipilih sebagai bentuk agar pembaca memperoleh ketenangan dalam mengambil pesan yang disampaikan dalam poster. Sementara warna merah melambangkan bahwa bekerja harus bisa lebih semangat dan pantang menyerah. Warna hitam dalam tulisan memiliki makna misterius, teguh, konsisten, dan mandiri.

Makna dari poster “Bekerja” adalah bahwa bekerja untuk menghidupi keluarga sangat besar pahalanya, yaitu sama dengan pahala orang yang berjuang di jalan Allah. Orang yang bekerja untuk keluarganya memiliki posisi yang mulia. Rasulullah menyarankan agar rajin bekerja untuk menghidupi keluarganya. Selain untuk menghindari kemiskinan, hal ini juga menghindari manusia dari rasa malas. Sifat dan sikap yang buruk berupa malas dapat dihilangkan dengan bentuk usaha dan bekerja, sehingga adanya kesempatan bekerja bisa menghindari dari arah perbuatan yang negatif.²⁷ Manusia diajarkan untuk bertanggungjawab terhadap keluarganya dan menjamin kehidupan keluarganya. Rajin bekerja sesuai dengan pepatah yang mengatakan lebih baik tangan di atas daripada tangan di bawah. Manusia harus berusaha segiat mungkin

²⁵ Aih Mitamimah, “Kesetaraan Kedudukan Perempuan Dan Laki-Laki Dalam Perspektif Hadis,” *Jurnal Riset Agama* 1, no. 1 (2021): 43, <https://doi.org/10.15575/jra.v1i1.14254>.

²⁶ Wasissa Titi Ilhami and Andi Gunawan, “Persepsi Dan Preferensi Warna Dalam Lanskap,” *Jurnal Lanskap Indonesia* 3, no. 2 (2011): 75.

²⁷ Kurniawan, “Urgensi Bekerja Dalam Alquran,” 48.

agar menjadi orang yang bermanfaat bagi keluarga dan orang sekitar. Islam tidak menyukai peminta-minta yang malas bekerja. Makna dalam poster “Bekerja” berhubungan dengan rasa tanggungjawab yang merupakan bagian dari akhlak dan sosial.

4. Poster “Rezeki”

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan pada poster “Rezeki”, *signification*-nya terdiri dari tipografi, ilustrasi, warna, dan simbol yang digunakan dalam desain poster.

Tabel 4.5 Elemen Desain Poster Rezeki di Instagram @gayengco

Elemen	Jenis
Tipografi	San serif
Ilustrasi	Orang yang makan Gambar piring dan gelas
Warna	Warna biru tua Biru muda

Berdasarkan analisa penulis, tipografi, ilustrasi, dan warna yang digunakan dalam desain poster rezeki sudah sesuai. Ilustrasi orang yang makan dan adanya elemen gambar piring dan gelas menggambarkan makna pesan yang disampaikan dalam poster, yaitu tentang rezeki dan cara mengelola rezeki. Awaluddin menyajikan pesan dakwah melalui desain poster di Instagram @jendelamuslim.id menggunakan desain grafis yang dikaitkan dengan unsur-unsur yang harus sesuai dengan pesan dakwah yang ingin disampaikan.²⁸ Lebih lanjut, Awaluddin menjelaskan bahwa ilustrasi sangat membantu desain grafis karena membantu pembaca menginterpretasikan makna pesan dakwah yang dibagikan melalui poster. Awaluddin juga menambahkan bahwa pesan dakwah pada suatu poster akan mudah diketahui berdasarkan objek yang digunakan, teks, garis, bentuk, tekstur, gelap terang, ukuran, warna. Semua unsur tersebut harus digunakan dalam desain poster dengan porsi yang seimbang.

²⁸ M. Awaluddin, *Dakwah Melalui Desain Poster Media Sosial Instagram*, (Bandung: UIN Sunan Gunung Djati, 2020), h. 55.

Di dalam setiap desain poster, terdapat makna tersirat yang berhubungan dengan materi dakwah. Makna tersebut mengandung materi dakwah yang disesuaikan dengan kondisi masyarakat. Makna poster “Rezeki” berisi anjuran untuk merasa cukup dan bersyukur atas rezeki yang diterima. Rezeki yang diperoleh secara halal akan lebih terasa manfaatnya. Diperoleh secara halal merujuk pada cara memperoleh rezeki tersebut. Meskipun rezeki yang diterima sedikit tapi mampu mencukupi hidupnya lebih baik dibandingkan rezeki yang banyak tapi melalaikan. Arti melalaikan adalah menyebabkan manusia tidak sempat beribadah kepada Allah karena pekerjaannya dan memperoleh gaji yang besar dari pekerjaan haram. Rezeki seperti ini tidak akan diridoi Allah sehingga manfaatnya terasa cepat hilang.

Yuliana menyatakan bahwa Allah memudahkan manusia yang berusaha untuk mendapatkan rezeki. Melalui kerja keras yang dilakukan, maka Allah akan memberikan keberkahan terhadap rezeki yang diterima meskipun jumlah rezeki tersebut tidak besar menurut pandangan manusia.²⁹ Bentuk keberkahan bukan hanya dalam bentuk duniawi tetapi dalam bentuk kemudahan dalam memperoleh rezeki yang halal. Allah memberikan keberkahan rezeki kepada orang yang memiliki ketakwaan dalam kehidupannya sehari-hari. Yuliana menjelaskan bahwa apabila keberkahan pemilik rezeki dapat diperoleh dengan mengamalkan QS. al-Waqi’ah, Yaasin, QS. ar-Rahman, serta menanamkan nilai ta’awun (tolong-menolong) dalam kehidupan sehari-hari.³⁰

5. Poster “Ucapan”

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan pada poster “Ucapan”, signification-nya terdiri dari tipografi, ilustrasi, warna, dan simbol yang digunakan dalam desain poster.

²⁹ Mita Yuliana, “Kemudahan Memperoleh Rezeki Allah (Studi Living Quran pada Komunitas Pedagang SAS Palembang)”, (Palembang: UIN Raden Palembang, 2021), h. 57.

³⁰Mita Yuliana, “Kemudahan Memperoleh Rezeki Allah (Studi Living Quran pada Komunitas Pedagang SAS Palembang)”, h. 59.

Tabel 4.6 Elemen Desain Poster Ucapan di Instagram @gayengco

Elemen	Jenis
Tipografi	San serif
Ilustrasi	Orang yang sedang berbicara di podium Gambar tumbuhan
Warna	Oranye

Kata “Ucapan” dalam poster yang diunggah pada Instagram @gayengco diletakan pada posisi paling atas. Hal ini dikarenakan kata tersebut merupakan headline/judul yang akan disampaikan dalam poster. Jenis huruf San Serif digunakan agar desain yang dikemas simpel dan mudah dibaca. Ukuran huruf yang lebih besar dan penekanan kata menambah rasa keingintahuan pengguna agar segera membaca isi pesan yang disampaikan. Pemakaian huruf yang ditulis tebal dimaksudkan agar pesan yang disajikan jelas, menyenangkan, serta menimbulkan kepuasan jiwa.³¹ Kata “Ucapan” dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia bermakna “Kata yang diucapkan (dilisankan, disebutkan); ujaran.”

Kalimat Nabi bersabda: **“Musibah itu seringkali disebabkan oleh ucapan”** menggunakan huruf tebal. Hal ini menunjukkan bahwa makna kalimat tersebut perlu diperjelas. Makna dari kalimat tersebut adalah ucapan yang tidak benar sering menjadi awal mula terjadinya musibah yang dialami manusia. Ucapan menjadi musibah ditandai dengan perkataan yang tidak ada dasarnya. Istilah berita *hoax*/palsu di era modern merupakan suatu kebohongan yang sengaja disebarluaskan dan diniatkan untuk membuat kecemasan, kepanikan, menyebarkan fitnah hingga mencemarkan nama baik.³²

Ilustrasi yang digunakan menggambarkan orang yang sedang berbicara di podium. Hal ini ditandai dengan adanya

³¹ Dendi Sudiana, “Tipografi: Sebuah Pengantar,” *MediaTor* 2, no. 2 (2001): 332.

³² Muhamad Parhan, Jenuri, and Mohammad Rindu Fajar Islamy, “Media Sosial Dan Fenomena Hoax: Tinjauan Islam Dalam Etika Bekomunikasi,” *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi* 5, no. 1 (2021):63.

interaksi sosial di masyarakat yang dilakukan dengan cara bertukar pikiran, pengalaman, atau sekedar bertukar cerita. Adanya tambahan tumbuhan untuk memperindah sekitar podium menunjukkan bahwa manusia cenderung ingin tampil sempurna. Kadang, karena tidak ingin terlihat tidak sempurna manusia sering mengatakan hal-hal yang tidak benar. Kesempurnaan orang lain juga menyebabkan orang lain merasa iri dan menyebarkan berita bohong terkait orang tersebut. Sebagai muslim yang baik, bertabayun adalah sikap agar tidak tergesa-gesa dalam menerima informasi. Melakukan pengecekan terlebih dahulu adalah bentuk sikap sebenarnya agar informasi yang diterima dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya.³³

Elemen warna dalam poster “Ucapan” adalah oranye. Warna oranye diambil sebagai makna aktivitas sosial dan keterbukaan. Aktivitas sosial disini ditandai dengan ilustrasi tokoh laki-laki yang berinteraksi sosial diatas podium. Ruang yang berwarna oranye akan membuat orang untuk berpikir dan berbicara, bergairah dalam berkarakter dan berenergi.³⁴ Penggunaan warna oranye dinilai tepat karena memiliki makna semangat dan antusias tinggi untuk berbicara.

Makna dari pesan dakwah pada poster “Ucapan” adalah agar berhati-hati berkata kepada orang lain, tidak mengucapkan hal-hal yang tidak perlu, dan tidak menyebarkan berita bohong. Ucapan yang tidak benar dapat menjadi sumber fitnah yang akan menyebabkan kekacauan. Allah mengingatkan dalam firman-Nya dalam Q.S Al-hujurat ayat 6 yang berarti “Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadanya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu.”³⁵ Allah sangat membenci orang yang

³³ Muhamad Parhan, Jenuri, and Mohammad Rindu Fajar Islamy, “Media Sosial Dan Fenomena Hoax: Tinjauan Islam Dalam Etika Bekomunikasi,” 74.

³⁴ Wasissa Titi Ilhami and Andi Gunawan, “Persepsi Dan Preferensi Warna Dalam Lanskap,” *Jurnal Lanskap Indonesia* 3, no. 2 (2011): 79.

³⁵ Muhamad Parhan, Jenuri, and Mohammad Rindu Fajar Islamy, “Media Sosial Dan Fenomena Hoax: Tinjauan Islam Dalam Etika Bekomunikasi,” 69.

menyebarkan fitnah dan menyebarkan berita bohong. Sehingga apabila terjadi suatu peristiwa dibutuhkan 4 orang saksi yang sudah dewasa dan sehat secara jasmani dan rohani untuk memperkuat ucapan yang disampaikan pelapor. Hal ini dilakukan untuk menghindari fitnah melalui ucapan yang tidak benar.

6. Poster “Ujian”

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan pada poster “Ujian”, *signification*-nya terdiri dari tipografi, ilustrasi, warna, dan simbol yang digunakan dalam desain poster.

Tabel 4.7 Elemen Desain Poster Ujian di Instagram @gayengco

Elemen	Jenis
Tipografi	San serif
Ilustrasi	Gambar orang yang sedang sakit di kursi roda. Ruangan di rumah sakit dengan dua pot tumbuhan.
Warna	Warna kuning kehijauan Kuning muda

Elemen pada desain poster “Ujian” pada Instagram @gayengco menggunakan ilustrasi gambar orang yang sedang sakit di kursi roda dan ruangan rumah sakit. Elemen ini menggambarkan makna yang ingin disampaikan dalam poster, yaitu tentang ujian yang pasti akan diberikan oleh Allah. Warna yang digunakan juga warna yang menunjukkan kelesuan, yaitu kuning kehijauan dan kuning muda. Syafi’I menjelaskan bahwa penggunaan warna berpengaruh terhadap makna yang ingin disampaikan.³⁶ Syafi’I juga menjelaskan bahwa penggunaan warna dalam desain akan menambah daya tarik desain sehingga akan semakin disenangi, disukai, dan digemari. Menurutnya, warna adalah sesuatu yang sensasional, fundamental, dan memiliki makna yang menggambarkan kehidupan melalui seni.

³⁶ Achmad Ghozali Syafi’I, “Warna dalam Islam”, *Jurnal Pemikiran Islam*, Vo. 41 No. 1, Juni 2017, h. 62.

Makna dari pesan dakwah yang disajikan dalam poster “Ujian” adalah Allah memberikan ujian kepada manusia untuk mengangkat derajat manusia. Ujian tersebut dapat berasal dari dirinya sendiri, keluarga, dan orang terdekatnya. Ujian yang diberikan bisa dalam bentuk rasa takut, sakit, masalah keluarga, kelaparan, dan bentuk ujian yang lain. Apabila manusia dapat melewatinya dengan baik maka Allah akan meninggikan derajat orang tersebut karena telah sabar menghadapi ujian yang diberikan dan tetap berprasangka baik kepada Allah.

Musibah dan ujian sudah menjadi ketetapan Allah untuk menilai tingkat keimanan manusia dan agar manusia lebih dekat dengan Allah. As’ad menjelaskan bahwa sebagai seorang muslim sudah seharusnya mampu menyikapi musibah dengan baik. As’ad menjelaskan bahwa apabila terjadi musibah/ujian maka sebaiknya manusia berprasangka baik kepada Allah.³⁷ Allah memberikan musibah atau ujian untuk mengetahui tingkat kesabaran manusia.³⁸ As’ad mengutip dari Amirollah Syarbini menjelaskan bahwa sudah menjadi hak Allah untuk memberikan cobaan kepada setiap orang dengan rasa ketakutan, kelaparan, kematian, dan kekurangan bahan makanan, tujuannya agar manusia sabar dan kembali kepada Allah SWT.³⁹ Penjelasan ini membuktikan bahwa musibah bertujuan untuk menguji manusia, apakah sabar atau menganggap biasa-biasa saja. Sabar adalah kemampuan diri untuk menghadapi setiap musibah dan menyadari secara penuh bahwa musibah itu sudah menjadi ketentuan Allah SWT.

Sedangkan Quraish Shihab dalam Tafsir Al-Mishbah menjelaskan bahwa meskipun ujian atau cobaan dari Allah sangat besar menurut sudut pandang manusia, tidak akan sebanding dengan nikmat yang telah Allah berikan kepada manusia. terkadang Allah memberikan cobaan kepada manusia agar manusia menyadari kesalahan dan dosanya

³⁷ As’ad, “Menyikapi Musibah dalam Pandangan Islam”, *Tazkiya*, Vo. 10 No. 1, Juni, 2021, h.70.

³⁸ As’ad, “Menyikapi Musibah dalam Pandangan Islam”, h. 70.

³⁹ As’ad, “Menyikapi Musibah dalam Pandangan Islam”, h. 71.

sehingga manusia kembali bertaubat dan memohon ampunan kepada Allah. Dalam hal ini, ujian juga dapat membersihkan dosa (tazkiyah) dan mendekatkan rahmat Allah. Ketika manusia bertaubat, maka Allah akan menghapuskan dosa manusia.

Secara keseluruhan pembuatan karya desain komunikasi visual dapat dikatakan berhasil dari pemilihan jenis hurufnya. Penggunaan huruf San Serif sangat cocok digunakan untuk pembuatan karya desain grafis karena sifatnya mudah dibaca. Huruf San Serif merupakan jenis huruf yang ujungnya tumpul dan tidak memiliki kait atau *hook* dan tidak cocok digunakan untuk tulisan formal. Ukuran huruf yang digunakan untuk *headline* ditulis lebih besar daripada *body text*. Tujuannya untuk menonjolkan informasi dari pesan yang disampaikan dalam poster.

Desain ilustrasi @gayengco dinilai menarik karena menggunakan jenis *flat design*. Desain ini terinspirasi dari desain kekinian yang kini banyak digunakan pada *platform* media canva dan pinterest. Ilustrasi *flat design* memilih dengan bentuk yang dirancang minim detail, meskipun simpel namun memiliki banyak makna. Namun desain dengan jenis ini cenderung lebih monoton karena dinilai mirip dengan desain satu dan lainnya. Oleh karena itu, diperlukan ciri khas penggunaan elemen pada karya desain visual.

Pemilihan warna pada desain @gayengco memilih warna yang lembut. Hal ini karena pada jenis *flat design* penggunaan warna tidak boleh memasukan warna yang terlalu cerah. Selain sebagai estetika, penggunaan warna juga menjadi sisi fungsi komposisi desain diciptakan.