

**ANALISIS SEMIOTIKA DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
PADA GRUP FACEBOOK *MEME DAKWAH ISLAM***

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Tugas Akhir dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)
Dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam



**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2024**

**ANALISIS SEMIOTIKA DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
PADA GRUP FACEBOOK *MEME DAKWAH ISLAM***

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Tugas Akhir dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)
dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam



**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2024**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Hendri Setiawan

NIM : 3420014

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi dengan judul **“ANALISIS SEMIOTIKA DESAIN KOMUNIKASI VISUAL PADA GRUP FACEBOOK MEME DAKWAH ISLAM”** adalah benar hasil karya penulis berdasarkan hasil penelitian. Semua sumber yang digunakan dalam penelitian ini telah dicantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Apabila di kemudian hari pernyataan ini terbukti tidak benar, maka penulis bersedia menerima sanksi yang berlaku di Universitas Islam Negeri K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Pekalongan, 17 Oktober 2024

Yang Menyatakan



Hendri Setiawan
NIM. 3420014

NOTA PEMBIMBING

Mukoyimah, M.Sos

Desa Karas Rt. 02 Rw. 03 Kec. Sedan Kab. Rembang

Lamp : 4 (Empat) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Hendri Setiawan

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah

c.q Ketua Prodi Komunikasi Dan Penyiaran Islam

di-

PEKALONGAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini kami kirimkan naskah skripsi saudara:

Nama : Hendri Setiawan

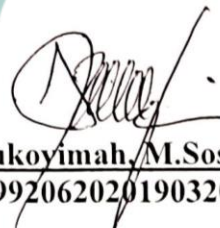
Nim : 3420014

Judul : **ANALISIS SEMIOTIKA DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
PADA GRUP FACEBOOK MEME DAKWAH ISLAM**

Dengan ini saya mohon agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqasyahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 16 Oktober 2024
Pembimbing,



Mukoyimah, M.Sos
NIP. 199206202019032016



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
Jl. Pahlawan KM 5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan Kode Pos 51161
Website: fuad.uingusdur.ac.id | Email : fuad@uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri
K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi saudara:


Nama : **HENDRI SETIAWAN**
NIM : **3420014**
Judul Skripsi : **ANALISIS SEMIOTIKA DESAIN KOMUNIKASI
VISUAL PADA GRUP FACEBOOK MEME DAKWAH
ISLAM**


yang telah diujikan pada Hari Jum'at, 25 Oktober 2024 dan dinyatakan **LULUS**
serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Sosial
(S.Sos) dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Dewan Penguji

Penguji I


Penguji II


H. Misbakhudin, Lc., M.Ag
NIP. 197904022006041003


Dimas Prasetya, M.A
NIP. 198911152020121006

Pekalongan, 4 November 2024

Disahkan Oleh
Dekan


Prof. Dr. H. Sam'ani, M.Ag
NIP. 197305051999031002

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

1. Konsonan

Fonem-fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De

ذ	Zal	Z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik (di atas)
غ	Ghain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	`	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal Tunggal	Vokal rangkap	Vokal Panjang
ا = a		آ = ā

ا = i	أى = ai	إى = ī
أ = u	أو = au	أو = ū

3. Ta Marbutah

Ta marbutah hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh:

مرأة جميلة ditulis *mar'atun jamīlah*

Ta marbutah mati dilambangkan dengan /h/

Contoh:

فاطمة ditulis *fātimah*

4. Syaddad (*tasydid*, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddad* tersebut.

Contoh:

ربنا ditulis *rabbanā*

البر ditulis *al-barr*

5. Kata sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh:

الشمس ditulis *asy-syamsu*

الرجل ditulis *ar-rojulu*

السيدة

ditulis

as-sayyidinah

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qomariyah” ditransliterasikan dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

القمر

ditulis

al-qamar

البديع

ditulis

al-badi'

الجلال

ditulis

al-jalāl

6. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof (/').

Contoh:

أمرت

ditulis

umirtu

شيء

ditulis

syai'un

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya yang telah memberikan kesehatan, kekuatan, dan kesabaran. Serta Shalawat dan Salam tidak lupa senantiasa kita berikan kepada Nabi Muhammad SAW, yang menjadi suri tauladan penulis dalam menyusun skripsi ini, kepada keluarga, para sahabat dan juga semua orang yang mencintai-Nya. Semoga keberhasilan ini menjadi langkah awal untuk masa depan penulis dalam meraih impian. Berkenaan dengan selesainya skripsi ini, penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan banyak pihak, untuk itu penulis memberikan persembahan kepada :

1. Persembahan kecil saya untuk kedua orang tua, Bapak dan Ibu. Terimakasih atas doa yang tiada henti-hentinya, cinta, dorongan, semangat, dan kasih sayang serta pengorbanan yang tak tergantikan oleh apapun dan siapapun. Teruntuk Bapak semoga nikmat sehat mu selalu terjaga. Dan teruntuk Ibu untuk semua doa, cinta, dan pengorbananmu, semoga Allah karuniakan surga untuk mu, untuk kalian berdua.
2. Kepada diri saya sendiri, yang sudah berjuang melewati segala rintangan dan cobaan untuk menyelesaikan tugas ini dengan baik. Keberhasilan ini merupakan hal yang harus saya banggakan untuk diri saya sendiri
3. Kepada keluarga saya yaitu Saiful Arif, Heni Endrayati, Miftakhul Khasanah, dan Eli Latifah yang telah bersedia menjadi tempat bertukar pikiran dan memberikan semangat.

4. Kepada pembimbing skripsi Ibu Mukoyimah, M.Sos dengan segala kesabarannya yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam proses penyusunan skripsi.
5. Kepada ketua program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Hj. Vyky Mazaya, M.S.I yang telah membantu semua hal yang berkaitan dengan kelulusan penulis.
6. Kepada dosen pembimbing akademik Syamsul Bakhri M.Sos yang telah bersedia memberikan bimbingan dan pengarahan selama penulis menempuh pendidikan strata satu ini.
7. Kepada admin grup *Meme Dakwah Islam* Muhammad Tegar, yang telah mengizinkan dan meluangkan waktunya memberikan informasi untuk data penelitian yang saya butuhkan dalam penyusunan skripsi ini.
8. Kepada Mia Kurnia, seseorang yang istimewa yang senantiasa memberikan semangat, dukungan serta menemani penulis dalam suka maupun duka selama masa kuliah dan penyusunan skripsi ini.
9. Kepada teman-teman HMPS KPI yang telah memberikan ilmu, pengetahuan dan dukungan selama perkuliahan.
10. Kepada seluruh teman-teman Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan angkatan 2020 yang telah memberikan pengalaman yang mengesankan selama perkuliahan.
11. Kepada semua pihak yang membantu, mendukung dan mendo'akan penulis hingga menyelesaikan skripsi.

MOTTO

Ojo di itung gagale, ojo dipikir sorone, syukuri hasile ben ora lali karo nikmate

“Fabiayyi Alaa Irobbikuma Tukaddziban”

(QS. Ar-Rahman:13)

“Kemiskinan sesungguhnya bukanlah sehari tanpa makanan,

Tetapi sehari tanpa berfikir”

-Ali Syari’ati-



ABSTRAK

Hendri Setiawan. Analisis Semiotika Desain Komunikasi Visual Pada Grup Facebook *Meme Dakwah Islam*. Skripsi Program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Universitas Islam Negeri K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan. Pembimbing Mukoyimah, M.Sos.

Kata Kunci: Komunikasi Visual, Semiotika Ferdinand De Saussure, Meme.

Dakwah di era digital menjadi tantangan tersendiri bagi Da'i, terlebih tingginya minat Mad'u/pembaca terhadap penggunaan media sosial. Sebagai seorang Da'i, menjadi sebuah keharusan untuk memanfaatkan media sosial seperti Facebook sebagai media berdakwah. Dalam Facebook, pesan dakwah bisa dikemas dalam berbagai jenis konten visual, salah satunya melalui Meme. Meme didesain dengan mengelola elemen-elemen grafis berupa tipografi, ilustrasi dan tata letak. Akun Facebook yang digunakan dalam penelitian adalah grup *Meme Dakwah Islam* yang menerapkan elemen-elemen desain komunikasi visual.

Rumusan masalah dan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui makna yang terkandung dalam setiap elemen desain komunikasi visual pada postingan di grup *Meme Dakwah Islam*. Teori Ferdinand De Saussure digunakan untuk mengetahui makna yang tersusun dari penanda dan petanda yang muncul pada meme. Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian studi pustaka dengan metode pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini adalah setiap tanda visual (ilustrasi, layout dan garis) dan tanda verbal (teks/tipografi) yang dimunculkan memiliki makna sesuai dengan konteks yang melatarbelakangi pesan yang ingin disampaikan. Dalam setiap meme menginterpretasikan makna himbuan dan mengajak sesama muslim melakukan amar ma'ruf nahi munkar yang disajikan dengan susunan elemen visual sedemikian rupa untuk memastikan pesan tersampaikan pada mad'u/pembaca. Tanda verbal dan tanda visual tidak dapat berdiri sendiri, keduanya saling berkaitan satu dengan yang lainnya dan memiliki makna tersendiri terhadap pesan yang disampaikan kepada khalayak dan didukung dengan ilustrasi yang menarik sehingga dapat membuat pesan tersampaikan dengan baik.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya, Sholawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW sehingga penyusunan skripsi yang berjudul “Analisis Semiotika Desain Komunikasi Visual Pada Grup Facebook *Meme Dakwah Islam*” dapat terselesaikan. Penelitian ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam meraih gelar Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam di Fakultas Ushuludin Adab dan Dakwah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Dalam penelitian ini menghasilkan bahwa setiap tanda visual (ilustrasi, layout dan garis) dan tanda verbal (teks/tipografi) yang dimunculkan memiliki makna sesuai dengan konteks yang melatarbelakangi pesan yang ingin disampaikan. Dalam setiap meme menginterpretasikan makna himbuan dan mengajak sesama muslim melakukan amar ma’ruf nahi munkar yang disajikan dengan susunan elemen visual yang menarik dan mudah dimengerti mad’u. Dalam penyelesaian penelitian ini penulis banyak mendapatkan bantuan, bimbingan serta pengarahan dari berbagai pihak baik berupa moril maupu materil. Sehubungan dengan hal tersebut, penulis hanya bisa mengucapkan banyak terima kasih dan dengan iringan doa semoga amal baik yang telah diberikan mendapatkan balasan pahala dari Allah SWT. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
2. Prof. Dr. H. Sam’ani, M.Ag selaku Dekan Fakultas Adab dan Dakwah

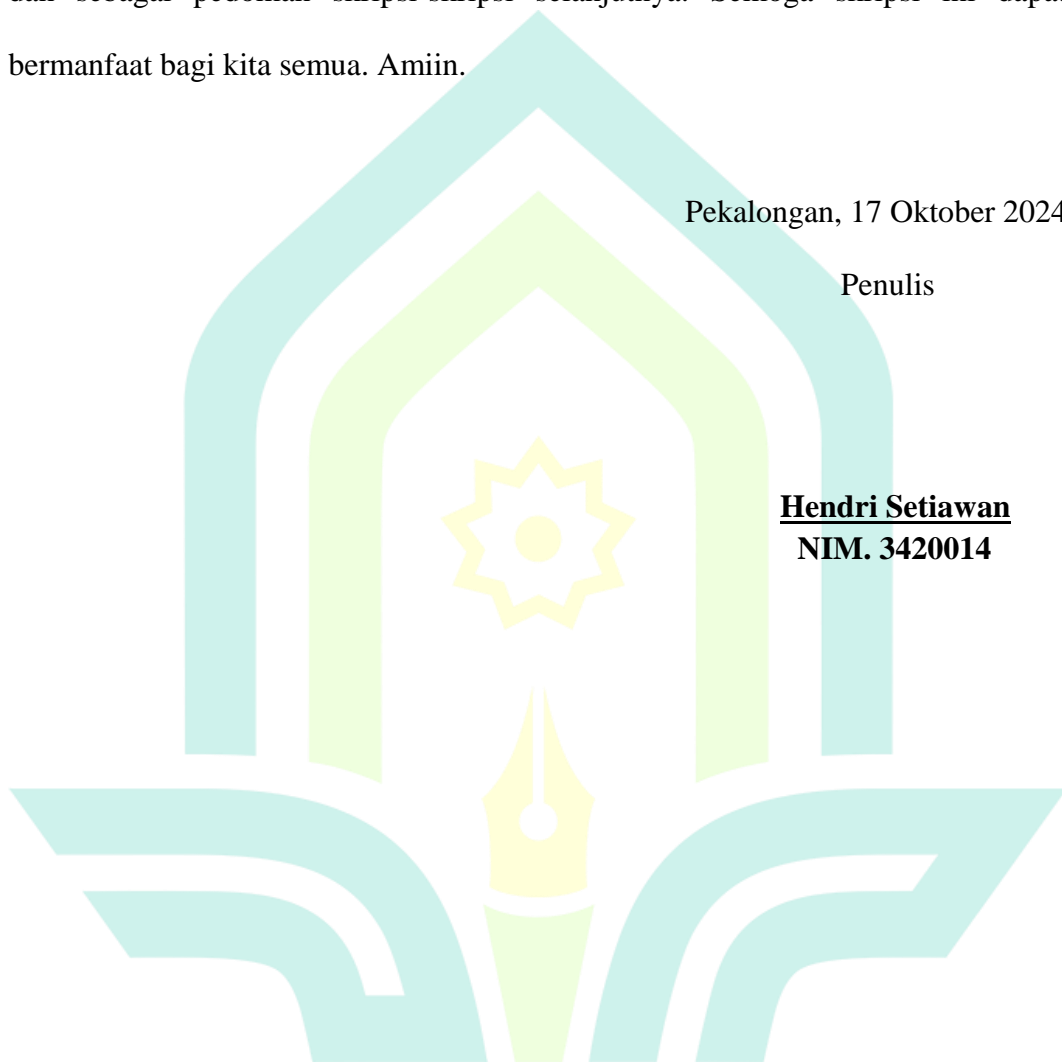
3. Hj.Vyki Mazaya, M.S.I selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam
4. Mukoyimah M.Sos. selaku dosen pembimbing skripsi dengan segala kesabarannya telah membimbing dan mengarahkan penulis selama proses penyusunan skripsi
5. Syamsul Bakhri M.Sos. selaku dosen pembimbing akademik yang telah bersedia memberikan bimbingan dan pengarahan selama penulis menempuh pendidikan strata satu ini
6. Segenap Dosen Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah yang telah memberikan bekal dan ilmu pengetahuan, bimbingan dan pengalaman berharga selama masa skripsi
7. Segenap keluarga yang telah memberikan semangat dan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi
8. Segenap admin grup *Meme Dakwah Islam* yang telah memberikan izin dan mendukung adanya penelitian ini
9. HMPS KPI yang telah memberikan ilmu, pengalaman dan dukungan selama perkuliahan
10. Teman-teman Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan angkatan 2020 yang telah memberikan pengalaman yang mengesankan selama perkuliahan
11. Semua pihak yang membantu, mendukung dan mendo'akan penulis hingga bisa menyelesaikan skripsi.

Penulis menyadari tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak, skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik. Penulis juga sadar bahwa sepenuhnya skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari setiap pembaca demi perbaikan skripsi ini dan sebagai pedoman skripsi-skripsi selanjutnya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Amiin.

Pekalongan, 17 Oktober 2024

Penulis

Hendri Setiawan
NIM. 3420014

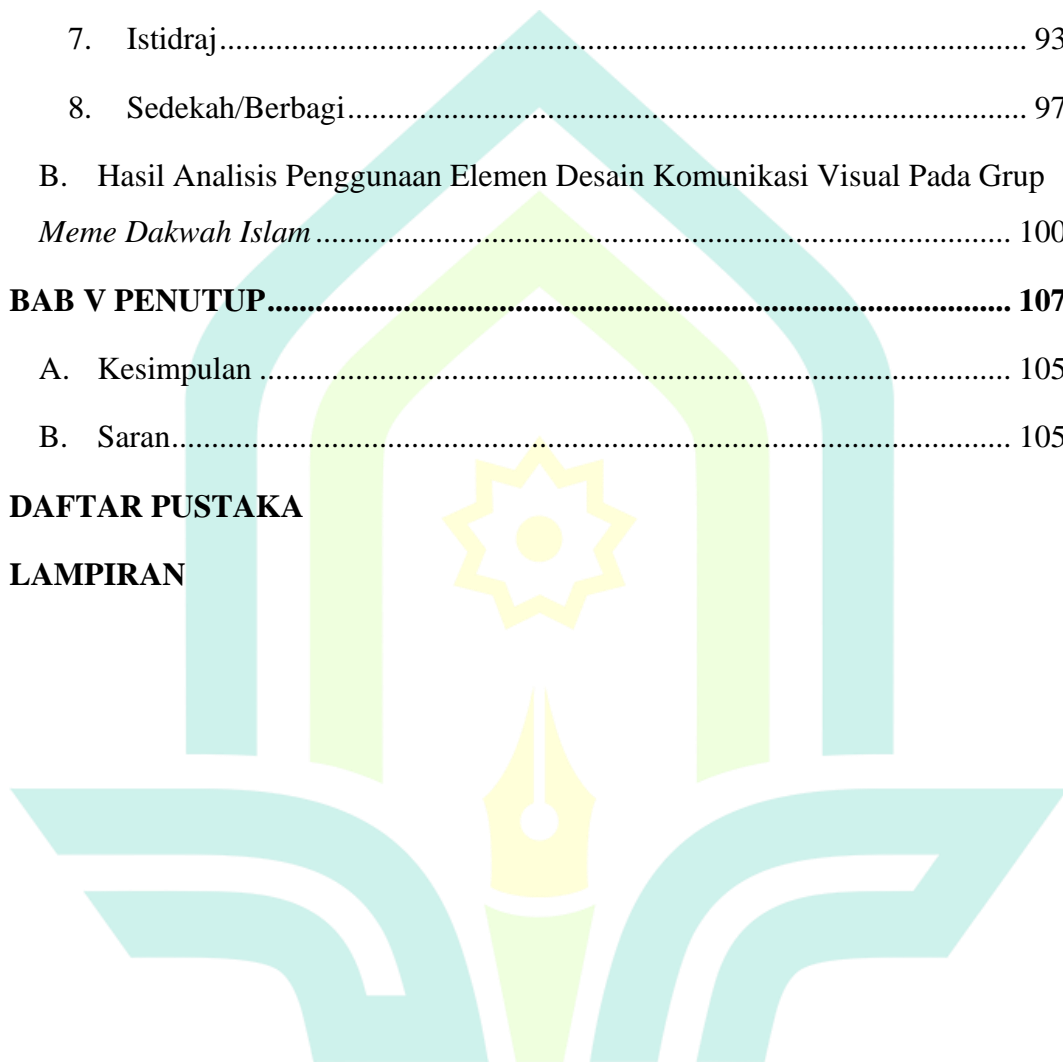


DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PEDOMAN TRANSLITERASI	iv
PERSEMBAHAN.....	ix
MOTTO	xi
ABSTRAK	xii
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR TABEL	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Tujuan penelitian.....	6
C. Manfaat Penelitian	7
D. Tinjauan Pustaka	7
E. Penelitian Relevan.....	18
F. Kerangka Berpikir.....	21
G. Metodologi Penelitian	22
BAB II LANDASAN TEORI.....	30
A. SEMIOTIKA.....	30
1. Semiotika Menurut Para Ahli.....	30
2. Konsep Semiotika Ferdinand De Saussure.....	33
3. Kerangka Analisis Teori Semiotika Ferdinand De Saussure	34
B. DESAIN KOMUNIKASI VISUAL.....	37

1.	Ruang Lingkup DKV	37
2.	Prinsip Dalam Desain Visual.....	38
C.	Elemen-Elemen Desain Komunikasi Visual.....	40
1.	Tipografi.....	41
2.	Ilustrasi	44
3.	Layout.....	46
D.	DAKWAH VISUAL.....	48
1.	Ruang Lingkup Dakwah Visual	48
2.	Bentuk Digitalisasi Dakwah Visual di Media Online	49
E.	MEME.....	51
1.	Pengertian Meme.....	51
2.	Meme dan Budaya Siber	52
3.	Meme Sebagai Media Dakwah.....	54
BAB III	GAMBARAN UMUM.....	56
A.	Profil Grup Facebook Meme Dakwah Islam	56
1.	Tujuan dan Latarbelakang Pembentukan	56
2.	Target Pengguna atau Mad'u.....	57
3.	Struktur Kepengurusan Dalam Grup <i>Meme Dakwah Islam</i>	58
4.	<i>Rules</i> atau Aturan Dalam Grup.....	59
B.	Penyajian Data Analisis	61
C.	Tanda Dakwah Dalam Meme.....	66
BAB IV	ANALISIS DAN PEMBAHASAN	71
A.	Analisis Semiotika Desain Komunikasi Visual Dalam Grup <i>Meme Dakwah Islam</i>	71
1.	Faedah Membaca Surah Al-Waqiah.....	71

2. Memperkuat Iman	75
3. Kesehatan Jasmani dan Rohani	79
4. Menghormati Dan Tidak Merendahkan Orang Lain	82
5. Refleksi Mendalam Tentang Perilaku Manusia	86
6. Renungan Pengampunan dari Allah yang Tak Terbatas	90
7. Istidraj.....	93
8. Sedekah/Berbagi.....	97
B. Hasil Analisis Penggunaan Elemen Desain Komunikasi Visual Pada Grup <i>Meme Dakwah Islam</i>	100
BAB V PENUTUP	107
A. Kesimpulan	105
B. Saran.....	105
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Meme yang dianalisis.....	19
Tabel 2. 1 Jenis-jenis Huruf	33
Tabel 3. 1 Jenis Panel.....	48
Tabel 3. 2 Daftar meme yang dianalisis.....	49
Tabel 3. 3 Tanda dakwah pada 8 meme.....	54
Tabel 4. 1 Analisis meme 1.....	57
Tabel 4. 2 Analisis meme 2.....	60
Tabel 4. 3 Analisis meme 3.....	63
Tabel 4. 4 Analisis meme 4.....	66
Tabel 4. 5 Analisis meme 5.....	70
Tabel 4. 6 Analisis meme 6.....	73
Tabel 4. 7 Analisis meme 7.....	76
Tabel 4. 8 Analisis meme 8.....	79

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Bukti Wawancara Dengan Admin MDI Tegar Maulana
Lampiran 2 Daftar Riwayat Hidup
Lampiran 3 Surat Keterangan <i>Similarity Checking</i>
Lampiran 4 Lembar Pemeriksaan Skripsi
Lampiran 5 Pernyataan Persetujuan Publikasi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara dengan salah satu jumlah pengguna internet terbanyak di dunia.¹ Pada bulan Januari 2024, We Are Social melaporkan bahwa jumlah pengguna internet aktif di Indonesia mencapai 185 juta orang, yang setara dengan 66,5% dari total populasi nasional sebesar 278,7 juta orang.² Sementara itu, survei dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mencatat bahwa penetrasi internet di Indonesia mencapai 221 juta orang atau 78% dari seluruh populasi pada tahun 2024. Jumlah pengguna internet di Indonesia pada awal tahun saja meningkat naik 0,8%, atau sekitar 1,5 juta orang dibandingkan dengan Januari 2023.³ Data survei tersebut menunjukkan pertumbuhan signifikan dalam penggunaan internet di negara ini, mencerminkan semakin pentingnya teknologi digital dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia.

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, khususnya media sosial, telah menghasilkan perubahan besar dalam cara manusia berkomunikasi dan berinteraksi satu sama lain. Fenomena ini mencakup berbagai aspek kehidupan, termasuk agama. Dalam konteks ini, sosial media menjadi sarana yang

¹ Oik Yusuf, “Pengguna Internet Indonesia Nomor Enam Dunia”. Kominfo. November 2024. https://www.kominfo.go.id/content/detail/4286/pengguna-internet-indonesianomor-enamdunia/0/sorotan_media

² Cindy Mutia Annur, “Jumlah Pengguna Internet di Indonesia per Januari (2014-2024)”. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/02/27/ada-185-juta-pengguna-internet-di-indonesia-pada-januari-2024>.

³ APJII, “Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang”. <https://inet.detik.com/cyberlife/d-7169749/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>.

berpengaruh dalam menyebarkan informasi, gagasan, dan nilai-nilai keagamaan. Hal ini membuka pintu bagi masyarakat untuk lebih memahami, mengamalkan, dan mendiskusikan ajaran Islam secara luas dan cepat, sehingga mendorong terjadinya dinamika baru dalam praktik keagamaan.⁴

Pada zaman Nabi Muhammad SAW, kegiatan dakwah dilakukan dengan cara berceramah di atas mimbar, dimana mad'u berkumpul dalam satu forum dan menerima pesan langsung yang disampaikan oleh Nabi Muhammad. Menurut Prof. Mahmud Yunus ada beberapa sifat yang harus dimiliki seorang da'i, salah satunya harus berani menerangkan kebenaran,⁵ termasuk keberanian dalam menyampaikan pesan dakwah secara langsung. Namun, tidak semua orang memiliki kemampuan berbicara di depan khalayak umum seperti seorang penceramah, maka berbagai cara bisa dilakukan untuk berdakwah asalkan sesuai dengan tuntunan Nabi Muhammad SAW dan juga petunjuk Allah, yaitu dengan hikmah atau pelajaran yang baik. Maka dari itu, setiap individu muslim mempunyai tanggung jawab menyiarkan dakwah. Sebagaimana perintah dakwah dalam surat Al Imran ayat 104 yaitu:

وَلَتَكُنَّ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ
وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ١٠٤

Artinya: “Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung.” (QS. [3] Ali 'Imran : 104)

⁴ Mahendra Bimo. “Eksistensi Sosial Remaja dalam Instagram (Sebuah perspektif Komunikasi)”. Jurnal Visi Komunikasi. Vol. 16, No. 01, Mei 2017: 152

⁵ Muhammad Qadaruddin Abdullah, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media. 2019) hal. 34.

Dalam ayat tersebut Allah memerintahkan orang-orang mukmin untuk mengajak sesama menuju kebaikan, mendorong *amar ma'ruf nahi munkar*. Allah juga menegaskan pentingnya memiliki sekelompok mukmin yang berkomitmen untuk terus menerus mengajak kepada kebaikan, seperti petunjuk dari Allah, mengamalkan perilaku yang baik sesuai dengan ajaran agama, serta mencegah yang buruk dan bertentangan dengan akal sehat. Mereka yang melaksanakan tugas tersebut akan mendapatkan keberkahan dari Allah, serta keselamatan di dunia dan di akhirat.⁶

Manusia perlu memiliki kemampuan beradaptasi dengan perubahan yang terjadi seiring berjalannya waktu, termasuk dalam kegiatan penyebaran amar ma'ruf dan nahi munkar. Dalam konteks ini, kemampuan untuk mengadaptasi metode dakwah menjadi relevan dengan tren dan preferensi pembaca digital menjadi kunci keberhasilan. Dengan memanfaatkan media sosial dengan bijak, dakwah dapat mencapai pembaca yang lebih luas. Oleh karena itu, penting bagi para da'i dan aktivis dakwah untuk memperbarui pendekatan mereka dan memanfaatkan media sosial sebagai metode yang efektif dalam menebarkan pesan-pesan keagamaan. Seperti misalnya, membuat konten dakwah diberbagai platform media sosial, seperti platform Facebook misalnya.

Berdasarkan dari website Databoks, mayoritas pengguna Facebook di Indonesia didominasi generasi Z. Ada sebanyak 63,7 juta pengguna Facebook di dalam negeri yang berusia antara 18 hingga 24 tahun, menyumbang sekitar

⁶ Qurano.com, https://qurano.com/id/3-ali-imran/ayat-104/#kemenag_ringkas. Diakses pada 29 Maret 2024 pukul 15.00.

32,1% dari total pengguna platform tersebut.⁷ Platform seperti Facebook menawarkan ruang yang luas bagi berbagai komunitas, termasuk komunitas dakwah, untuk menyebarkan nilai-nilai keagamaan, berbagi ilmu, serta memperkuat ikatan sosial antar umat. Seiring dengan pertumbuhan jumlah pengguna internet, Facebook menjadi medium yang efektif dan efisien untuk menjangkau pengguna dalam skala yang besar. Berbagai grup dakwah di Facebook yang dibentuk dengan tujuan menyebarkan ajaran agama mendapat sambutan positif, terutama di awal-awal kemunculannya. Grup-grup ini tidak hanya menjadi tempat berbagi ilmu, tetapi juga menjadi ruang diskusi dan pembelajaran bagi banyak pengguna.

Salah satunya grup *Meme Dakwah Islam*, juga dikenal sebagai MDI, merupakan sebuah komunitas publik di Facebook yang terdiri dari 292.798 anggota pada tanggal 29 Oktober 2024. Grup ini didirikan pada 29 Mei 2021 dan saat ini dikelola oleh tiga admin. Tujuan utama komunitas ini adalah menjangkau anak muda milenial pengguna Facebook sebagai target pembaca.

Gaya visual dalam meme sering kali unik dan beragam, menggabungkan unsur-unsur desain yang simbolis serta penuh dengan ironi atau sindiran halus. Hal ini membuat meme tidak hanya menjadi sarana komunikasi, tetapi juga wadah kreativitas yang menarik minat pengguna media sosial. Di tengah keunikan ini, muncul pertanyaan mendasar bagaimana elemen-elemen visual dalam meme dakwah memberikan makna atau simbolisme yang dapat dipahami oleh mad'u? Penggunaan tipografi yang khas, ilustrasi yang unik,

⁷ Nabilah Muhamad, *Proporsi Pengguna Facebook di Indonesia*. Databoks, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/22/ada-198-juta-pengguna-facebook-di-indonesia-gen-z-mendominasi>. Diakses 25 Maret 2024 pukul 16:51.

serta tata letak yang memperkuat pesan menjadi aspek-aspek menarik yang berpotensi mengungkap banyak hal terkait budaya, persepsi, dan interpretasi makna dakwah.

Di sisi lain, keberagaman gaya visual dalam meme dakwah yang beredar di platform media sosial menambah kompleksitas dalam penyampaian pesan. Dari banyaknya kreator meme pasti menggunakan pendekatan, gaya, dan estetika yang berbeda, menciptakan variasi yang dapat memengaruhi cara pesan dipahami oleh mad'u/pembaca. Dalam hal ini, meme yang dirancang dengan gaya yang berbeda-beda dapat menghasilkan reaksi dan interpretasi yang berbeda pula. Misalnya, meme dengan desain yang minimalis dan sederhana mungkin lebih mudah dipahami oleh sebagian pembaca, sementara meme yang lebih kompleks dengan banyak elemen visual dapat menimbulkan ambiguitas dalam pesan yang disampaikan.⁸ Variasi ini berpotensi menciptakan kebingungan di kalangan pembacanya. Dalam hal ini, desain komunikasi visual sangat krusial untuk diperhatikan, menurut Adi Kusrianto Desain Komunikasi Visual merupakan bidang studi yang mendalami prinsip-prinsip komunikasi dan menerapkannya secara kreatif melalui platform media sosial untuk menyampaikan ide-ide secara visual. Ini melibatkan penggunaan elemen grafis seperti bentuk, gambar, penataan teks, serta penggabungan warna dan susunan desain.⁹

⁸ Graduate Binus. "Memahami Meme, Cara Komunikasi Gaya Baru". <https://graduate.binus.ac.id/2021/11/04/memahami-meme-cara-komunikasi-gaya-baru/>. Diakses pada 29 Oktober 2024.

⁹ Adi Kusrianto. "Pengantar desain komunikasi visual." (Yogyakarta: penerbit ANDI, 2007): 173.

Melalui semiotika Ferdinand De Saussure, penulis akan menganalisis bagaimana makna pada setiap elemen visual meme tersebut dalam membangun pesan dakwahnya yang efektif. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang makna semiotis dari elemen-elemen visual dalam meme dakwah dan pengaruhnya terhadap interpretasi pesan. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan panduan bagi para kreator konten dan pelaku dakwah dalam merancang meme yang lebih efektif, sehingga pesan dakwah dapat disampaikan dengan jelas dan dipahami oleh mad'u yang beragam. Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, peneliti tertarik mengangkat penelitian ini dengan judul **Analisis Semiotika Desain Komunikasi Visual Pada Grup Facebook *Meme Dakwah Islam***.

A. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu, Bagaimana analisis semiotika terhadap makna elemen-elemen desain komunikasi visual pada konten di grup Facebook *Meme Dakwah Islam*?

B. Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitiannya yaitu, Untuk mengetahui bagaimana analisis semiotika terhadap makna elemen-elemen desain komunikasi visual pada konten di grup Facebook *Meme Dakwah Islam*.

C. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi sumber pengetahuan tambahan khususnya dalam bidang ilmu komunikasi. Serta memiliki manfaat ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan desain komunikasi visual.

2. Secara Praktis

Diharapkan bisa memberikan manfaat bagi Masyarakat luas khususnya bagi para praktisi dakwah untuk dapat mengembangkan tugas dakwah melalui media sosial seperti facebook.

D. Tinjauan Pustaka

1. Semiotika Ferdinand De Saussure

Semiotika adalah cabang ilmu yang mendalami arti dari tanda-tanda dan simbol-simbol yang digunakan dalam berbagai konteks. Menggali makna di balik setiap simbol yang diwakili, menguraikan struktur dan signifikasi yang tersembunyi di dalamnya. Secara mendasar, semiotika bertujuan ingin mengetahui bagaimana cara manusia memberikan penafsiran pada berbagai hal.¹⁰

Salah satu tokoh yang mengenalkan teori semiotika adalah Ferdinand De Saussure (1857-1913). Saussure meletakkan empat konsep dasar dalam linguistik. Empat konsep Saussure itu yakni dikotomi antara *langue* dan *parol*, *significant* dan *signified*, sinkronik dan diakronik, serta sintagmatik dan paradigmatis. Meskipun beberapa istilah tersebut ada sebelum

¹⁰ Bambang Mudjiyanto & Emilsyah Nur, "Semiotika Dalam Metode Penelitian Komunikasi". Jurnal Penelitian Komunikasi, Informatika dan Media Massa, Volume 16 No. 1 t April 2013. Hal. 74.

Saussure, namun Saussure lah yang pertama menggunakan istilah–istilah tersebut secara sistematis dalam perkuliahnya. Konsep tersebut dikenal dengan konsep dikotomi Saussure yang selanjutnya dikembangkan lebih jauh oleh Roland Barthes dengan konsep semiotiknya sendiri. Konsep semiotika Saussure menerangkan tentang bahwasanya tanda terbentuk dari dua hal yang keduanya tidak dapat dipisahkan satu dengan lainnya. Tanda tersebut terbentuk dari sebuah simbol baik bunyi maupun teks yang kemudian menghasilkan sebuah konsepsi di dalam pikiran manusia yang kemudian melahirkan interpretasi terhadap tanda tersebut.

Bagi Saussure, bahasa merupakan sistem tanda yang memiliki dua sisi yang tak terpisahkan. Saussure mengemukakan teori bahwa setiap tanda atau tanda linguistik (*sign* atau *signe linguistique*) dibentuk oleh dua buah komponen yakni *signifiant* (*signifier*) dan *signifie* (*signified*). Hubungan antara *signifiant* dan *signifie* sangat erat, karena keduanya merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan. Penanda (*signifier*) mencakup atribut fisik yang dapat dikenali dalam karya arsitektur, sedangkan petanda (*signified*) mengandung makna tersirat melalui konsep, fungsi, atau nilai-nilai yang terkandung dalam struktur arsitektural tersebut. Saussure menekankan bahwa eksistensi semiotika bergantung pada relasi antara penanda dan pertanda, yang diatur oleh konvensi dan dikenal sebagai signifikasi. Semiotika signifikasi adalah penelitian mengenai bagaimana elemen-elemen tanda saling berhubungan dalam suatu sistem berdasarkan

aturan atau konvensi tertentu, yang membutuhkan kesepakatan sosial untuk menginterpretasikan makna dari tanda tersebut.¹¹

2. Desain Komunikasi Visual

Secara etimologi, asal-usul kata desain berasal dari bahasa Italia, yaitu "*designo*" yang memiliki arti dasar sebagai gambar. Penggunaan kata "desain" dapat bervariasi, baik sebagai kata kerja maupun kata benda. Sebagai kata kerja, "desain" mencerminkan proses kreatif dalam menciptakan sesuatu yang baru. Sebagai kata benda, "desain" mengacu pada hasil akhir dari proses tersebut, seperti rencana, proposal, atau implementasi nyata dari ide yang telah digarap secara kreatif.

Desain Komunikasi Visual (DKV) adalah istilah yang lebih umum digunakan untuk menggambarkan peran desain grafis dalam mengkomunikasikan pesan atau informasi kepada pembaca melalui elemen visual seperti tipografi, ilustrasi, warna, garis, dan tata letak. DKV juga mencerminkan evolusi desain grafis yang semakin luas, yang tidak hanya terfokus pada aspek visual, tetapi juga didukung oleh teknologi modern. Berdasarkan uraian tersebut, penulis menyimpulkan bahwa desain komunikasi visual merupakan bentuk komunikasi nonverbal yang memanfaatkan objek visual untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada penerima pesan.

¹¹ Badar Sabawana Arga Dayu, Muhamad Rifat Syadli, "Memahami Konsep Semiotika Ferdinand De Saussure dalam Komunikasi". *LANTERA: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* Vol. 01 No. 02 (2023). Hal. 157.

Oleh karena itu, seorang desainer perlu memahami dengan baik esensi pesan yang hendak disampaikan. Dengan pemahaman ini, desainer dapat mengarahkan pembaca untuk terlibat dalam komunikasi visual yang dia tawarkan. Secara mendasar, desain komunikasi visual menyatukan dua jenis pesan, yaitu pesan verbal dan visual. Dalam ranah desain komunikasi visual, pesan visual memiliki daya tarik yang kuat bagi pembaca karena sifatnya yang lebih cepat dan mudah dipahami.

Desainer juga harus mengerti cara membaca serta memahami kondisi fisik dan psikologis kelompok audien yang dituju. Selain itu, desainer perlu mampu memilih gaya bahasa yang cocok dengan esensi pesan yang ingin disampaikan. Karena dengan gaya bahasa yang pas dapat mengkomunikasikan pesan dengan tepat, simpel, dan mengesankan bagi penerima.¹²

3. Elemen Desain Komunikasi Visual

Seorang desainer memanfaatkan beragam elemen visual dalam karyanya, termasuk tipografi, simbol, ilustrasi, dan foto. Elemen-elemen ini bisa digunakan secara terpisah atau digabungkan untuk menciptakan komunikasi visual yang efektif dan menarik. Dengan kombinasi yang tepat, desainer mampu menyampaikan pesan dengan cara yang lebih jelas dan menarik bagi pembaca.

¹² Nilnah Ni'mah. "Dakwah Komunikasi Visual". *Islamic Communication Journal*, Vol. 01, No. 01, (Semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo, 2016): 109.

a. Tipografi

Tipografi adalah seni menyusun huruf-huruf agar dapat dibaca dengan indah. Melalui tipografi, kata-kata bisa berubah menjadi gambaran visual yang menyampaikan ide dan informasi. Dalam kehidupan sehari-hari, tipografi hadir dalam berbagai media seperti pakaian, rambu lalu lintas, dan poster. Seorang tipografer berperan penting dalam memilih jenis huruf yang tepat untuk mempengaruhi reaksi dan emosi pembaca.

Meskipun ilustrasi dan fotografi sering dipakai, tipografi tetap dianggap kunci dalam Desain Komunikasi Visual. Mengabaikan pengaruh dan pentingnya dapat merusak desain dan fungsinya. Sebagai contoh, saat melihat brosur hotel, kita mungkin terpicat oleh foto-foto menarik dari tempat dan fasilitasnya yang mengundang untuk berkunjung dan bersantai. Namun, jika brosur tersebut menggunakan jenis huruf seperti *Times New Roman*, kesan santai dan nyaman tidak akan terpancar dengan baik.¹³

b. Ilustrasi

Ilustrasi adalah penggunaan visual untuk memberikan penjelasan tentang berbagai konsep. Ketika menulis cerita, penulis sering membutuhkan ilustrasi untuk mengisi ruang kosong dalam karya seni mereka. Secara bentuk, ilustrasi dapat berupa sketsa, lukisan, gambar digital, atau hasil fotografi. Tujuan utama ilustrasi adalah

¹³ Cenadi, C. S. "Elemen-elemen dalam desain komunikasi visual". (Jakarta: Nirmana,) cet. I. Hal. 5.

menggambarkan teks atau kalimat tertentu, terutama untuk pembaca yang belum lancar membaca, seperti anak-anak.

Penjelasan tentang adegan dalam alur cerita secara umum mencerminkan karakter atau keseluruhan cerita. Selain itu, ilustrasi berfungsi untuk memikat pembaca agar lebih tertarik pada bacaannya. Dengan menggunakan ilustrasi, nilai estetika meningkat dan pesan yang ingin disampaikan lebih mudah dipahami. Secara dasar, gambar atau foto ilustrasi memiliki karakter dan fokus pada fungsi gambar sebagai bahasa komunikasi.¹⁴

c. Layout

Layout adalah usaha untuk membentuk dan menata unsur-unsur grafis (teks dan gambar) menjadi media komunikasi yang efektif. Jika data/unsur grafis dan warna yang akan dipakai telah dipastikan sebelumnya, selanjutnya kita dapat melakukan proses *layouting*. Peletakan dan susunan unsur-unsur visual harus terkendali dengan baik agar memperjelas hierarki/tingkatan perhatian sasaran terhadap semua unsur yang ditampilkan.¹⁵

d. Fotografi

Fotografi membuat subjek desain terlihat lebih autentik dan hidup. Karena keasliannya, elemen-elemen fotografi membedakannya dari ilustrasi adalah hasilnya terlihat lebih nyata dan menarik. Elemen-elemen

¹⁴ Riau Liswanda, E, M. Skripsi: "Makna Pesan Dakwah Dalam Desain Komunikasi Visual Akun Instagram @Qomikin". (Semarang: UIN Walisongo, 2020) hal. 19-23.

¹⁵ Leonardo Adi Dharma Widya, "Pengantar Desain Grafis". (Jakarta: Kemendikbudristek, 2016). Hal 20.

fotografi berfungsi sebagai media untuk menyampaikan pesan melalui foto kepada penonton. Foto juga dapat menjadi simbol yang dapat diinterpretasikan sebagai pesan oleh penontonnya.¹⁶

4. Meme

Arti kata meme dalam bahasa Yunani kuno adalah “*mimetes*” yang artinya peniru atau pelaku. Menurut Dawkins, ia mengartikan meme sebagai sikap, perilaku, dan budaya berupa gambar dari acara TV, film, dan gambar lain yang mengandung unsur humor dan teks lain yang bertujuan untuk hiburan.¹⁷

Meme adalah kreasi dari orang-orang yang digunakan untuk mengomentari peristiwa tertentu dengan menggunakan template gambar online yang populer. Namun, seiring berjalannya waktu, "meme" tidak lagi hanya terbatas pada gambar diam. Sekarang, meme lebih sering dianggap sebagai istilah untuk gambar-gambar yang telah diubah dari cuplikan video atau foto yang beredar di internet. Meme tidak hanya menyajikan humor dan lelucon, tetapi juga sindiran, kritik, serta menyampaikan ide-ide tentang fenomena terkini yang sedang populer. Meme diciptakan untuk mengungkapkan kritik dari pengguna internet, mengikuti tema yang diusung oleh pembuatnya untuk menyampaikan ide atau kritik terhadap isu-isu

¹⁶ Cenadi, C. S. *op. cit.* hal. 8.

¹⁷ Jeconia Raven Karuniawan, Dkk, “Penggunaan Meme Sebagai Media Pendukung Pembelajaran Ips Dalam Menumbuhkan Minat Belajar Dan Berpikir Kritis”. *Jurnal Dialektika Pendidikan IPS*, Volume 3 (3) (2023). Hlm. 51.

sosial, peristiwa politik, dan kebijakan pemerintah yang sering tersebar luas di platform-platform daring seperti Facebook, Twitter, dan Instagram.¹⁸

Meme telah menjadi salah satu cara baru berkomunikasi di berbagai platform media sosial. Berbagai cara digunakan untuk memanfaatkan meme sebagai alat komunikasi di dunia media social, antara lain:

a. Meme dijadikan untuk menciptakan Humor dan hiburan.

Unsur yang paling penting dalam meme adalah humor. Humor dalam meme digunakan untuk menyampaikan suatu pesan. Meme sebagai bahasa tersendiri. Di kalangan komunitas meme, meme dianggap sebagai bahasa atau simbol komunikasi. Meme membentuk identitas budaya digital dan menjadi bahasa bersama yang dipahami oleh komunitas online. Meme sering kali menampilkan ekspresi wajah sebagai respons terhadap situasi tertentu, menggambarkan reaksi emosional yang sering dikenal oleh banyak orang.

b. Meme Sebagai pendekatan ringkas dan singkat.

Dalam era informasi yang berjalan cepat saat ini, meme mengomunikasikan pesan secara singkat dan padat. Mereka mampu menggambarkan ide atau situasi kompleks dengan cara yang sederhana, memudahkan pemahaman dalam waktu yang singkat. Meme digunakan sebagai tanggapan terhadap berita atau kejadian tertentu, menyediakan platform yang cepat dan kreatif untuk merespons perkembangan terbaru atau insiden tertentu. Mereka memberi kesempatan kepada pengguna

¹⁸ Rahmi Surya Dewi, "Meme Sebagai Sebuah Pesan Dan Bentuk Hiperrealitas Di Media Sosial". *Mediakom: Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol 1, No 1 (2017). Hal. 17-18.

untuk menyampaikan opini, reaksi, atau kritik terhadap suatu topik dengan cara yang menghibur.

c. Meme sebagai Pemberian Pesan dengan Gaya Kreatif.

Meme memberikan cara yang kreatif untuk menyampaikan pesan dengan menggabungkan teks dan gambar, sehingga pesan yang disampaikan terasa serius namun tetap menghibur dan tidak terlalu kaku atau formal. Meme biasanya menggunakan karakter atau personifikasi untuk menyampaikan pesan, membuatnya lebih mudah dipahami dan meningkatkan kedekatan komunikasi dengan pembaca.

d. Meme Sebagai Alat Kampanye.

Dengan visual yang menarik dan lucu, serta pesan didalamnya yang singkat dan tidak formal menjadikan meme sering dimanfaatkan sebagai media untuk membangkitkan kesadaran dan dukungan dalam berkampanye dengan tujuan menyebarkan pesan mereka secara lebih luas.¹⁹

5. Dakwah

Kata "dakwah" berakar dari bahasa Arab yang berarti mengajak, menyeru, memanggil, atau mengundang. Secara umum, ilmu dakwah adalah disiplin ilmu yang mempelajari metode dan pedoman untuk menarik perhatian manusia agar mereka menerima, menyetujui, dan menjalankan ideologi, pandangan, atau tugas tertentu. Dalam Al-Qur'an surat An-Nahl

¹⁹ Adella Haviza, "Meme Menjadi Komunikasi Gaya Baru dalam Bermedia Sosial". <https://www.kompasiana.com/adellahaviza1388/65808592c57afb2cca02e5a3/meme-menjadi-komunikasi-gaya-baru-dalam-bermedia-sosial>. Diakses Pada 19 Juni 2024, Pukul 23.49.

ayat 125, terdapat penjelasan yang jelas mengenai teori-teori atau metode berdakwah. Ayat tersebut memberikan pedoman dasar yang dapat dijadikan acuan dalam melaksanakan dakwah.

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجِدْ لَهُم بِآيَاتِي هِيَ أَحْسَنُ

إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ١٢٥

Artinya: “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk”.

Secara etimologis, kata "dakwah" berasal dari bahasa Arab "*da'a - yad'u - da'watan*" yang berarti menyeru, memanggil, mengajak, atau mengundang. Kata ini kadang digunakan untuk menggambarkan ajakan kepada kebaikan yang dilakukan oleh Allah SWT., para Nabi dan Rasul, serta orang-orang beriman dan beramal saleh. Namun, kata "dakwah" juga dapat berarti ajakan kepada keburukan yang dilakukan oleh setan, orang-orang kafir, munafik, dan lainnya.²⁰

Secara terminologis, definisi dakwah bertujuan untuk saling melengkapi. Meskipun ada variasi dalam penyusunannya, maksud dan inti dari definisi tersebut tetap konsisten, seperti yang dikutip di bawah ini:

²⁰ M. Qadaruddin Abdullah, PENGANTAR ILMU DAKWAH. (Pasuruan: Cv. Penerbit Qiara Media. 2019) hal. 2.

- a. Prof. Toha Yahya Omar, MA Secara terminologi, dakwah merujuk pada upaya mengajak manusia dengan penuh kebijaksanaan untuk mengikuti jalan yang benar sesuai dengan perintah Allah, demi keselamatan dan kebahagiaan mereka baik di dunia maupun di akhirat.
- b. Prof. A. Hasjmy menjelaskan bahwa dakwah Islam adalah usaha untuk mengajak orang lain agar mempercayai dan menjalankan akidah serta syariah Islam yang sebelumnya sudah diyakini dan dipraktikkan oleh pendakwah itu sendiri.
- c. Syaikh Ali Mahfudz menjelaskan bahwa dakwah adalah menggerakkan orang untuk melakukan kebaikan, mengikuti petunjuk, menyuruh melakukan kebajikan, dan mencegah kemungkaran agar mereka dapat meraih kebahagiaan di dunia dan di akhirat.²¹

Dari definisi-definisi yang telah disajikan sebelumnya, kesimpulan yang dapat diambil adalah bahwa ilmu dakwah membicarakan cara-cara untuk menyampaikan ajaran Islam kepada individu atau kelompok, terutama mengenai strategi untuk menarik minat mereka agar menerima dan mengamalkan ajaran Islam secara menyeluruh.

Dakwah dianggap sebagai upaya persuasif yang mengajak manusia secara lembut, tanpa menggunakan kekerasan, pemaksaan, intimidasi, atau ancaman. Ini berbeda dengan pendekatan yang mencoba memaksa orang untuk mengikuti ajaran Islam. Pentingnya dakwah adalah dalam mengajak, berdoa, mengadu, memanggil, meminta, dan mengundang. Ini menekankan

²¹ Saidulkarnain Ishak, *Dakwah Sambil Ngenet* (Jakarta: Gramedia 2015), hal. 7.

bahwa fokus utama dakwah adalah pada proses dan tugasnya, bukan pada hasil akhirnya. Kita hanya memiliki kewajiban untuk menyampaikan ajaran Islam dengan sungguh-sungguh, tanpa ada jaminan bahwa kita akan berhasil. Keberhasilan dakwah diyakini tergantung pada intervensi Tuhan, yaitu hidayah Allah SWT.

E. Penelitian Relevan

Dalam pengambilan judul ini pastinya peneliti sudah melihat beberapa penelitian yang sebelumnya. Hal ini bermaksud agar terhindar dari plagiarisme, disisi lain juga bermaksud untuk membandingkan antara penelitian penulis dengan penelitian terdahulu. Berikut penelitian tersebut diantaranya:

1. Skripsi “Dakwah Melalui Desain Komunikasi Visual (Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure Pada Akun Instagram @Rezaquran)” karya Abimanyu Syah Putra mahasiswa jurusan Komunikasi dan penyiaran islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Penelitian ini bertujuan untuk memahami makna dari desain komunikasi visual yang digunakan oleh akun Instagram @rezaquran sebagai media dakwah, serta menganalisis pendekatan semiotika Ferdinand de Saussure dalam konteks tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa setiap poster di akun @rezaquran memiliki penanda dan petanda yang memberikan makna berbeda melalui elemen-elemen desain seperti tipografi, ilustrasi, dan warna, tetapi tetap mengacu pada pesan inti dakwah, yaitu amar ma'ruf nahi munkar.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis terdapat pada teori yang digunakan yaitu teori semiotika Ferdinand De Saussure, kemudian

sama-sama menganalisis elemen-elemen desain komunikasi visual yang terdapat pada subjek penelitiannya. Sedangkan perbedaannya terletak pada subjek penelitian, penelitian diatas menggunakan akun Instagram @rezaquran sebagai subjek penelitiannya, sedangkan penelitian ini menggunakan akun Facebook *Meme Dakwah Islam* sebagai subjek penelitian.

2. Skripsi “Analisi Semiotika Ferdinand De Saussure Terhadap Konten TikTok Husain Basyaiban” karya Viona Alvioniza mahasiswi UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. Penelitian ini bertujuan untuk mempelajari tanda-tanda yang terdapat dalam video Husain Basyaiban, serta untuk memahami bagaimana petanda dan penanda berperan dalam pesan dakwah dari konten TikTok Husain Basyaiban.

Adapun persamaan dari penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada teori yang digunakan yaitu sama-sama menggunakan teori semiotika dari pemikiran Ferdinand De Saussure. Sedangkan perbedaannya terdapat pada subjek penelitiannya, penelitian ini mengangkat akun Tiktok Habib Husein Basyaiban sedangkan penulis mengangkat akun Facebook *Meme Dakwah Islam* sebagai subjek penelitiannya.

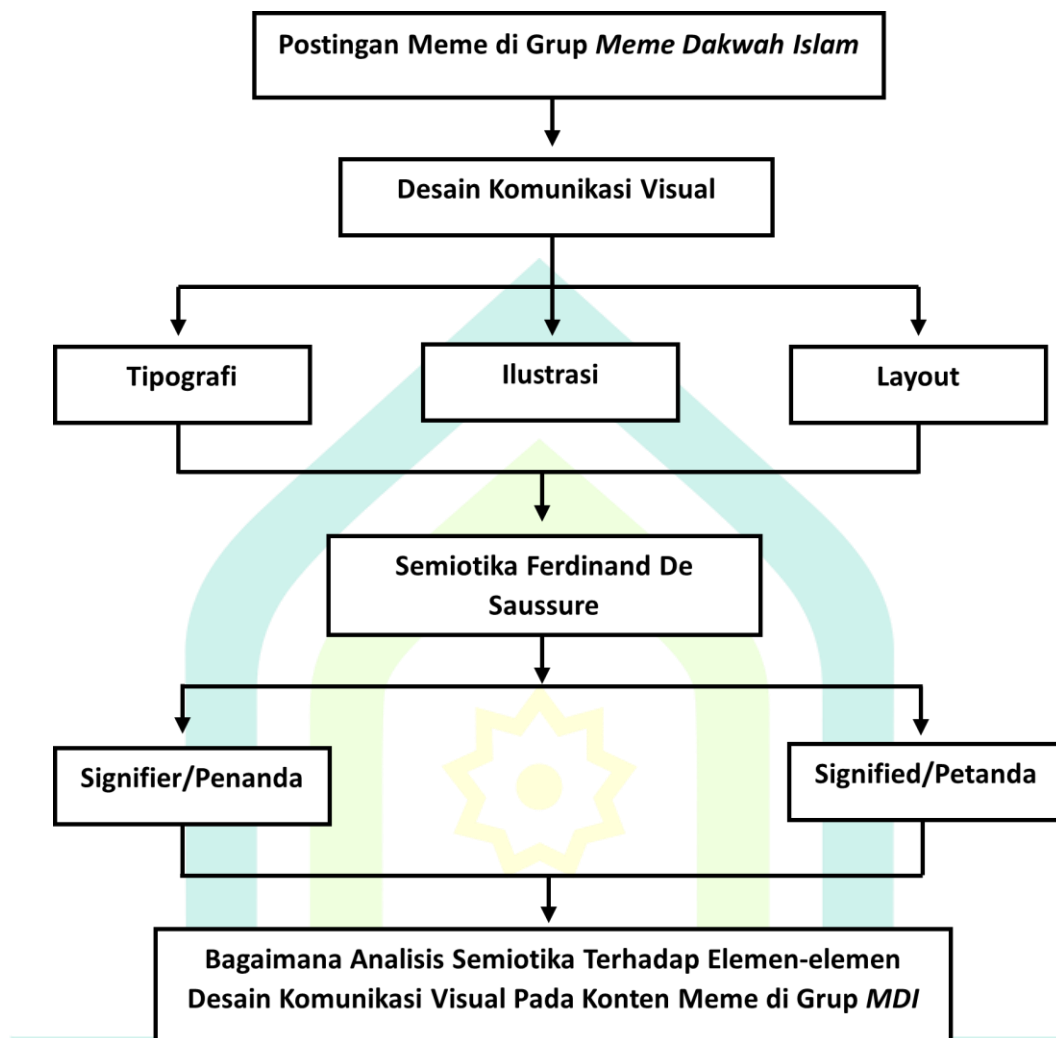
3. Jurnal “Analisa Semiotika Komunikasi Visual Iklan Layanan Masyarakat Lingkungan Hidup” karya Sinung Utami Hasri Habsari ”dalam jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat tahun 2016. Temuan dari penelitian ini adalah bahwa setiap poster mengandung konsep, isi atau makna, serta pesan-pesan visual yang persuasif.

Persamaan antara penelitian tersebut dengan penelitian penulis adalah keduanya menggunakan analisis semiotika untuk mengkaji tanda visual. Namun, penelitian yang disebutkan menggunakan tiga pendekatan semiotika berbeda, yakni semiotika Charles Sanders Peirce, Roland Barthes, dan Ferdinand de Saussure. Perbedaannya terletak pada fokus penelitian: Sinung Utami Hasri Habsari memusatkan pada desain poster iklan layanan masyarakat, sementara penelitian lain fokus pada elemen desain komunikasi visual seperti ilustrasi, tipografi, dan warna, yang kemudian dianalisis dengan menggunakan teori semiotika Ferdinand de Saussure.

4. Jurnal “Etnografi Virtual Komunitas Meme Dakwah Dalam Media Facebook” karya Riski Septiawan pada jurnal *Inteleksia* Volume 03 - No.02 Januari 2022. Hasil dari penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa Meme dakwah yang diposting di grup Facebook Meme Dakwah Islam memiliki pola yang sering terulang. Mereka sering mengangkat konteks masalah yang sedang atau pernah dialami oleh remaja, dengan tujuan untuk mengubah sikap dan perilaku orang lain menjadi lebih baik. Mereka menggunakan gaya bahasa informal percakapan dan memiliki genre meme motivasi serta meme sindiran.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu sama-sama meneliti grup Facebook *Meme Dakwah Islam* sebagai subjek penelitiannya. Sedangkan perbedaannya terdapat pada teori dan fokus penelitiannya pada penelitian ini menggunakan teori etnografi virtual sedangkan penulis menggunakan teori semiotika.

F. Kerangka Berpikir



Gambar 1.1 *Kerangka Berpikir*

Dalam riset ini, peneliti mengidentifikasi Desain komunikasi visual dakwah grup Facebook Meme Dakwah Islam. Dalam dunia desain visual ada satu hal penting yang harus diperhatikan ketika membuat suatu desain, yaitu elemen desain komunikasi visualnya. Dalam desain komunikasi visual terdapat beberapa elemen penting didalamnya, typography, ilustrasi, warna dan tata letak. Dari elemen-elemen tersebut menjadi analisis peneliti dalam menganalisa unggahan grup Facebook Meme Dakwah Islam.

Pada penelitian ini diperlukan pendekatan analisis yang tepat. Salah satu pendekatan yang relevan adalah analisis semiotika. Berangkat dari hal tersebut, peneliti ingin mengetahui lebih dalam bagaimana makna setiap elemen visual pada meme dalam mengkomunikasikan pesan dakwahnya. Dengan menganalisis elemen grafisnya yang digunakan dalam meme, penelitian ini akan memberikan wawasan yang mendalam tentang bagaimana meme-meme tersebut mengkomunikasikan pesan-pesan dakwah secara visual.

G. Metodologi Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan studi pustaka, yang menghimpun data melalui pemahaman dan telaah teori-teori dari berbagai literatur yang relevan. Sementara itu, pendekatan penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif.²² Jenis pendekatan deskriptif dalam penelitian mengarah pada penyelidikan menyeluruh terhadap suatu permasalahan.²³

2. Subjek dan Objek penelitian

a. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah individu atau objek yang menjadi fokus untuk mendapatkan informasi, atau orang yang situasinya digunakan untuk menggambarkan kondisi latar belakang penelitian.²⁴ Dalam

²² Miza Nina Adlini, DKK. "Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka" Edumaspul - Jurnal Pendidikan Vol. 6 (1), Year 2022. Hal. 975.

²³ Cut Medika Zellatifanny & Bambang Mudjiyanto. Tipe Penelitian Deskripsi Dalam Ilmu Komunikasi The Type Of Descriptive Research In Communication Study. Jurnal Diakom, Vol. 1 No. 2, Desember 2018: 83-90

²⁴ Lexy J. Moleong, "Metode Penelitian Kualitatif". (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2017) hal. 20.

penelitian ini, subjek penelitiannya adalah grup Facebook *Meme Dakwah Islam*.

b. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah subjek atau fenomena yang menjadi fokus dari suatu penelitian. Ini bisa berupa individu, kelompok, atau bahkan objek non-living seperti artefak, dokumen, atau data. Penelitian bertujuan untuk memahami, menjelaskan, atau menguji sesuatu tentang objek tersebut.²⁵

Objek atau fokus penelitian ini adalah karya desain visual yang diposting di grup Facebook *Meme Dakwah Islam*, yang akan dianalisis menggunakan pendekatan analisis semiotika yang dikembangkan oleh Ferdinand De Saussure.

3. Sumber Data

a. Data Primer

Sumber data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya.²⁶ Dalam studi ini, data primer diperoleh dari sejumlah postingan desain visual yang dipublikasikan di grup facebook *Meme Dakwah Islam* pada bulan Februari 2024, dengan memilih 8 postingan dengan jumlah 4 like terbanyak dan 4 like tersedikit dari total 138 postingan pada bulan Februari. Penulis mengambil sampel pada bulan Februari karena bulan ini menunjukkan aktivitas yang signifikan dalam

²⁵ *Ibid*, hal. 22.

²⁶ Sumandi Suryabrata, *Metode Penelitian* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), hal.

persebaran dan interaksi terhadap konten tersebut. Pada bulan Februari, peristiwa yang memengaruhi konteks tersebut adalah peringatan Isra' Mi'raj, hari raya Imlek, hari raya Nyepi, dan masuk awal bulan Ramadhan serta pesta pemilu. Peristiwa ini cenderung memicu peningkatan aktivitas online. Sebagai hasilnya, memilih bulan Februari sebagai waktu pengambilan sampel memungkinkan penulis untuk mendapatkan gambaran yang representatif tentang bagaimana desain komunikasi visual dalam meme islami dipengaruhi oleh dan berkontribusi terhadap diskusi dan interaksi online selama peristiwa-peristiwa penting tersebut. Berikut daftar 8 meme yang akan dianalisis :

Tabel 1.1 *Meme yang dianalisis*

No	Link	Kreator	Tanggal Upload	Jumlah Like	Jenis Meme
1.	https://www.facebook.com/share/p/rV9GaQyiuKumfuic/	Mas Apip	20 Februari 2024	1700	<i>Meme with picture and style text</i>
2.	https://www.facebook.com/share/JsGspbrETNBPUgg4/	Bang Kroyap	27 Februari 2024	40	<i>Meme based picture</i>
3.	https://www.facebook.com/share/	Thommy Hocking	16 Februari 2024	1800	<i>Meme parody</i>

	are/eD27FXxT MrnP84S5/				
4.	https://www.facebook.com/share/p/Zcju5F76R6Bppzok/	Danyy	25 Februari 2024	42	<i>Meme with picture and style text</i>
5.	https://www.facebook.com/share/bzAVCPVQyAqiKzMD/	Erix ilham	14 Februari 2024	2500	<i>Meme with picture and style text</i>
6.	https://www.facebook.com/share/p/WF4nigzwNojRwJTm/	Dani Sidik	25 Februari 2024	46	<i>Meme based text</i>
7.	https://www.facebook.com/share/p/ELzsvYhbZJ4GUSCz/	Ruang Dakwah Radio	3 Februari 2024	1000	<i>Meme with picture and style text</i>
8.	https://www.facebook.com/share/p/X1T5FuVDKKaiav5L/	Hako	10 Februari 2024	60	<i>Meme with picture and style text</i>

Penulis memilih like terbanyak karena penulis percaya bahwa jumlah like yang tinggi menunjukkan bahwa postingan tersebut disukai oleh para pengikut grup tersebut. Sebaliknya, jumlah like yang sedikit mungkin menandakan bahwa pesan atau desain postingan kurang menarik atau tidak sesuai dengan preferensi pengikutnya.

b. Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari studi literatur dan informasi terkait yang diambil dari grup Facebook *Meme Dakwah Islam*. Sumber data mencakup karya tulis ilmiah, buku referensi, jurnal ilmiah, dokumen, dan informasi tertulis lainnya yang relevan. Selain itu, penulis juga melakukan wawancara dengan admin grup Facebook tersebut untuk mendapatkan informasi tambahan yang mendukung aspek deskriptif penelitian.

4. Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan guna mendapatkan informasi yang pasti dan benar untuk penelitian ini dan untuk memperoleh data yang dibutuhkan, maka peneliti mengumpulkan berbagai data sesuai dengan tata cara penelitian.

a. Observasi

Observasi adalah upaya untuk mengumpulkan informasi yang bisa digunakan untuk menyimpulkan atau mendiagnosa suatu hal. Intinya, observasi melibatkan pengamatan langsung terhadap perilaku yang dapat

diamati, didengar, dan diukur langsung oleh pengamat.²⁷ Dalam konteks ini, peneliti melakukan observasi terhadap postingan di grup Facebook *Meme Dakwah Islam*.

b. Dokumentasi

Data yang di dalamnya berisi catatan penting terkait penelitian dan dikumpulkan secara lengkap. Peneliti mengumpulkan screenshot dari konten yang diunggah di grup *Meme Dakwah Islam* untuk menganalisis elemen desain komunikasi visual yang terdapat di dalamnya, kemudian menganalisisnya dengan menggunakan teori semiotika Ferdinand de Saussure.

c. Wawancara

Wawancara adalah bentuk interaksi di mana terjadi pertukaran informasi, serta melibatkan aturan, tanggung jawab, perasaan, kepercayaan, dan motif tertentu.²⁸ Dalam konteks penelitian ini, peneliti melakukan wawancara dengan pemilik grup *Meme Dakwah Islam* untuk mendapatkan data lebih mendalam terkait subjek penelitian.

5. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan adalah menggunakan analisis semiotika Ferdinand De Saussure. Saussure mengembangkan semiotika dalam bentuk bahasa yang didalamnya terdapat *signifier* (penanda) dan *signified* (petanda) yang mana pada penelitian ini

²⁷ Rachmat Kriyantono, Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif. (Jakarta: Prenadamedia Group, 2020). Hal 234.

²⁸ *Ibid*, hal. 232.

digunakan untuk memahami makna elemen-elemen desain komunikasi visual dari segi tipografi, ilustrasi, dan layout nya pada 8 meme yang dipilih penulis dalam grup facebook *Meme Dakwah Islam*. Berikut adalah tahapan-tahapan yang digunakan penulis dalam menganalisis data:

- a. Peneliti mencoba memilih dan menyederhanakan data yang kemudian diolah dan membuang yang tidak perlu (reduksi data). Dalam hal ini peneliti hanya akan memilih data-data berupa gambar 8 postingan pada bulan Februari yang memiliki 4 jumlah like terbanyak dan 4 like paling sedikit.
- b. Mencermati tanda-tanda elemen visual yang terdapat dalam meme yang dipilih. Dalam hal ini peneliti akan mengamati tanda-tanda berupa elemen tipografi, ilustrasi, dan warna.
- c. Peneliti akan menafsirkan arti dari tanda-tanda tersebut dan mengkombinasikannya dengan data pendukung yang diperoleh melalui studi kepustakaan.
- d. Peneliti akan menyusun data untuk ditarik kesimpulannya. Dalam hal ini peneliti akan menyusun dan memaparkan data yang telah diperoleh dan diteliti dalam penelitian.
- e. Penarikan kesimpulan. Dalam hal ini penulis akan menyimpulkan hasil penelitian dengan tujuan untuk memaparkan makna elemen-elemen desain komunikasi visual yang terdapat pada meme.²⁹

²⁹ Indiwana Setyo Wahyu Wibowo, "Semiotika Komunikasi: Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi". (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2011). Hal 56.

H. Sistematika Pembahasan

Untuk memperoleh pemahaman yang jelas, peneliti telah merancang penyusunan sistematis sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan, terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian dan sistematika penulisan pembahasan. Diharapkan dengan ini pembaca dapat memahami arah serta tujuan dari penelitian ini.

BAB II Tinjauan teoritis berfokus terhadap landasan teori yang digunakan, Dalam penelitian ini, pendekatan semiotika digunakan untuk memahami makna di balik pesan-pesan visual dalam meme. meliputi penjelasan Teori semiotika Ferdinand De Saussure, Desain komunikasi visual, unsur-unsur desain komunikasi visual, Ruang lingkup dakwah visual, serta Meme sebagai media dakwah.

BAB III Menjelaskan penyajian data analisis dan gambaran umum profil grup *Meme Dakwah Islam* meliputi, latarbelakang dan tujuan dibuatnya grup meme dakwah islam, sasaran dakwah grup meme dakwah islam, aturan dalam grup, dan Struktur kepengurusan dalam grup *Meme Dakwah islam*.

BAB IV Berisi analisis dan pembahasan mengenai bagaimana analisis semiotika terhadap makna elemen-elemen desain komunikasi visual dalam konten dalam grup *Meme Dakwah Islam*.

BAB V Penutup, mencakup rangkuman serta analisis atas masalah yang telah dibahas, serta menyajikan saran-saran sebagai solusi untuk mengatasi permasalahan tersebut.

BAB V

PENUTUP

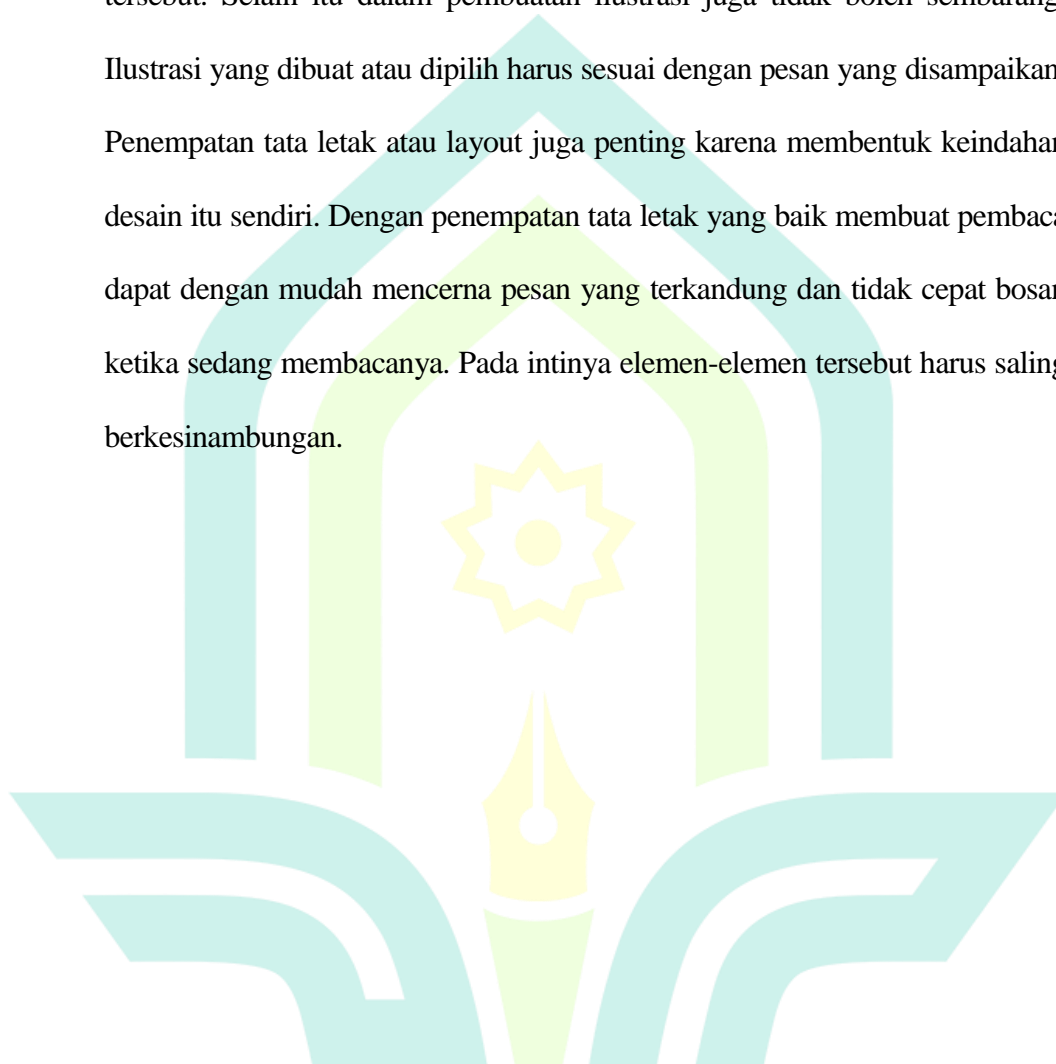
A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terhadap 8 meme pada grup Facebook *Meme Dakwah Islam* pada bulan Februari 2024 menggunakan analisis teori semiotika Ferdinand de Saussure maka penulis menarik kesimpulan bahwa dari elemen yang terdapat pada grup Facebook *Meme Dakwah Islam*, antara elemen tipografi, ilustrasi, layout, tanda visual dan verbal saling berkaitan sehingga dapat memperoleh suatu makna. Tanda visual yang dimunculkan berupa gambar, warna maupun garis memiliki makna sesuai dengan konteks yang melatarbelakangi pesan yang ingin disampaikan dalam meme. Sedangkan tanda verbal yang muncul pada meme menginterpretasikan makna himbauan, mengingatkan, dan mengajak sesama muslim melakukan amar ma'ruf nahi munkar dengan cara yang ringan dan santai namun jelas. Kedua tanda verbal dan tanda visual tidak dapat berdiri sendiri, keduanya saling berkaitan satu dengan yang lainnya dan memiliki makna tersendiri terhadap pesan yang ingin disampaikan kepada khalayak dan didukung dengan ilustrasi yang menarik sehingga dapat membuat pesan tersampaikan dengan baik.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terdapat saran-saran untuk kreator meme dalam mendesain sebuah karya visual agar pesan yang disampaikan dapat diterima baik oleh pembaca. Dalam mendesain karya visual

seorang kreator harus memperhatikan elemen desain yaitu tatanan huruf/ tipografi, ilustrasi, dan layout/tata letak. Tatanan huruf yang baik dalam sebuah desain penting sekali karena supaya pesan tersebut dapat tersampaikan dengan baik yaitu salah satunya dengan cara kemudahan membaca sebuah teks tersebut. Selain itu dalam pembuatan ilustrasi juga tidak boleh sembarang. Ilustrasi yang dibuat atau dipilih harus sesuai dengan pesan yang disampaikan. Penempatan tata letak atau layout juga penting karena membentuk keindahan desain itu sendiri. Dengan penempatan tata letak yang baik membuat pembaca dapat dengan mudah mencerna pesan yang terkandung dan tidak cepat bosan ketika sedang membacanya. Pada intinya elemen-elemen tersebut harus saling berkesinambungan.



DAFTAR PUSTAKA

- Abduh, Muhammad. 2024. *Penggunaan Meme Sebagai Media Dakwah (Analisis Isi Pada Akun Instagram @memedakwahislam*. Skripsi: UIN Antasari, Banjarmasin.
- Abdullah, M. Qadaruiddin. 2019. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Pasuruan: Cv. Penerbit Qiara Media.
- Ahmad Faiz Muntazor, Dkk. 2020. *Dakwah Visual: Ekspresi Keimanan Seorang Muslim Dalam Bentuk Poster Digital*. Jurnal Human Narratives Vol.1, No.2.
- Aini, Nur. 2021. *Representasi Spiritualitas dalam Meme Dakwah: Studi Kasus di Media Sosial Instagram*, Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam, Vol. 6, No. 1.
- Akbar, Arfan. 2014. *Olahraga Dalam Perspektif Hadis*. Skripsi: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Amarullah, Fikri. 2018 *Desain Komunikasi Visual (Dkv) Dalam Promosi Radio Mbs 107.8 Fm Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Uin Walisongo Semarang*. Skripsi: UIN Walisongo, Semarang.
- Ambarwati, Maylinda & Kurnia Kuiwahyuni. 2022. *Dasar-Dasar Desain Komunikasi Visual*. Jakarta: Kemendikbudristek.
- Anggarini, Anggi. 2021. *Desain Layout*. Depok: PNJ Press. Cetakan I.
- Annur, Cindy Mutia. 2024. *Jumlah Pengguna Internet di Indonesia per Januari (2014-2024)*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/02/27/ada-185-juta-pengguna-internet-di-indonesia-pada-januari-2024>.
- APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia).2023. *Survei Penetrasi & Perilaku Internet 2023*. Mei 15, 2023, <https://survei.apjii.or.id/survei/2023>.
- Ayu Pertiwi, Nindya, *Implikatur Pada Meme Dakwah Islam Di Media Sosial Instagram*. Jurnal Skripsi Prodi Bahasa dan Sastra Indonesia Universitas Diponegoro, Semarang.
- Bimo, Aryo, Martani Huseini, Dkk. 2021. *Pemaknaan Meme Stiker Whatsapp Sebagai Bentuk Ekspresi Milenial*. Jurnal ACTA DIURNA VOL. 17 NO.1.
- Bimo, Mahendra. 2017. *Eksistensi Sosial Remaja dalam Instagram (Sebuah perspektif Komunikasi*. Jurnal Visi Komunikasi. Vol. 16, No. 01.

- Buya Hamka, *Tafsir Al-Azhar*, Jilid 9 Juz 27. Jakarta: Pustaka Panjimas, hal. 7111.
- Cenadi, C. S. *Elemen-elemen dalam desain komunikasi visual*. Jakarta: Nirmana, 1999.
- Dewi, Rahmi Surya. 2017. *Meme Sebagai Sebuah Pesan Dan Bentuk Hiperrealitas Di Media Sosial*. Mediakom: Jurnal Ilmu Komunikasi. Vol 1.
- Dikutip dari laman https://qurano.com/id/3-ali-imran/ayat-104/#kemenag_ringkas. Diakses pada 29 Maret 2024 pukul 15.00.
- Dikutip dari laman, <https://quran.nu.or.id/yunus/12>, Pada Pukul 19.52, 6 Agustus 2024.
- Dikutip dari laman, <https://www.facebook.com/groups/183806310303581/about>. Diakses pada pukul 22:53, Tanggal 24 September 2024.
- Faisal, Sanapiyah. 2008. *Format-Format Penelitian Sosial*. Jakarta: Rajawali Pers, Edisi Pertama.
- Fanani, Fajriannoor. *Semiotika Strukturalisme Saussure*. Jurnal *The Messenger*, Volume II, Nomor 2, Edisi Januari 2013.
- Fatimah. 2020. *Semiotika Dalam Kajian Iklan Layanan Masyarakat*. Gowa: Tallasa Media.
- Febrina, Alisa Rahma. 2023 *Perancangan Komik Strip Digital Panduan Cosplay Bagi Pemula*. Skripsi, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
- Istanto, Freddy H. 2022. *Gambar Sebagai Alat Komunikasi Visual*. Nirmana Vol. 2, No. 1.
- Furqan & Diana Nabilah. 2021. *Istidraj menurut Pemahaman Mufasir*. Journal of Qur'anic Studies, Vol. 6, No. 1.
- Haviza, Adella. 2023. *Meme Menjadi Komunikasi Gaya Baru dalam Bermedia Sosial*.
<https://www.kompasiana.com/adellahaviza1388/65808592c57afb2cca02e5a3/meme-menjadi-komunikasi-gaya-baru-dalam-bermedia-sosial>.
Diakses Pada 19 Juni 2024, Pukul 23.49.
- Ishak, Saidulkarnain. 2015. *Dakwah Sambil Ngenet*. Jakarta: Gramedia.
- Karuniawan, Jeconia Raven Dkk. 2023. *Penggunaan Meme Sebagai Media Pendukung Pembelajaran Ips Dalam Menumbuhkan Minat Belajar Dan Berpikir Kritis*. Jurnal Dialektika Pendidikan IPS, Volume 3 (3).

- Kurniawan. 2021. *Semiologi Roland Barthes*. Magelang: IndonesiaTera.
- Kurniati, Yesi & Serapina. 2024. *Tata Kalimat Bahasa Indonesia*. Yogyakarta: PT. Green Pustaka Indonesia.
- Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar desain komunikasi visual*. Yogyakarta: Penerbit ANDI Alfabet Nusantara Data Intelektual.
- Linda K. Borzsei. 2013. *Makes a Meme Instead: a Concise History of Internet Memes*. Utrecht University Press.
- Liswanda, Riau E, M. 2020. *Makna Pesan Dakwah Dalam Desain Komunikasi Visual Grup Instagram @Qomikin*. Skripsi: Universitas Islam Negeri Walisongo
- Lola Sartika, Putri Muhammad Badri.2019. *Proses Penentuan Headline Di Halaman Metropolis Riau Pos*. Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi. Vol. 1 No. 5.
- Maghfirah Aesthetika, Nur, Poppy Febriana, Dkk. 2023. *Buku Ajar Komunikasi Visual*. Sidoarjo: Umsida Press.
- Meylana, Dinda. 2021: *Penerapan Ilustrasi Dan Desain Grafis Pada Media Sosial Pt Semen Indonesia (Persero) Tbk*. Skripsi: Universitas Internasional Semen Indonesia, Gersik. H
- Moleong, Lexy J. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mudjiyanto, Bambang & Emilsyah Nur. 2013. *Semiotika Dalam Metode Penelitian Komunikasi*. Jurnal Penelitian Komunikasi, Informatika dan Media Massa, Volume 16 No. 1 t April 2013.
- Muhamad, Nabilah. *Proporsi Pengguna Facebook di Indonesia*. Databoks, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/22/ada-198-juta-pengguna-facebook-di-indonesia-gen-z-mendominasi>. Diakses 25 Maret 2024 pukul 16:51.
- Murfianti, Fitri. 2019. *Meme Di Era Digital Dan Budaya Siber*. Jurnal Arsintya Jurnal Penelitian Seni Budaya, Vol. 11 No. 1.
- Nadhira Dkk. 2022. *Strategi Pengembangan Desain Komunikasi Visual Sebagai Media Dakwah Oleh Akhwat Creative Project (ACP)*. Jurnal Ilmiah Hospitality 11.2.
- Ni'mah, Nilnan. 2016. *Dakwah Komunikasi Visual*, Jurnal Komunikasi Islam Vol. 03 No. 01.

- Ningrum, Tiyaсти, Dkk. 2021. *Analisis Frasa Nominal Subordinatif pada Teks Berita Suara.Com*. Medan Makna, Jurnal Ilmu Kebahasaan dan Kesastraan UNNES.
- Pratama, Fikri Prasjaya. 2022. *Tinjauan Dakwah Visual Melalui Akun Instagram @Qomikin*, Skripsi: Uin Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Puji Astuti, Sri. 2016. *Apa dan Mana Dalam Kalimat Deklaratif*. FKIB UNDIP, Jurnal HUMANIKA Vol. 23 No. 1.
- Rasyid, Yulianti Rasyid & Utami Dewi Pramesti. 2021. *Pemerolehan Kalimat Majemuk Anak Usia 4;0 Tahun Melalui Kegiatan Bermain*. Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Vol 10, No. 04.
- Sabawana Arga Dayu, Badar & Muh Rifat Syadli. 2023. *Memahami Konsep Semiotika Ferdinand De Saussure dalam Komunikasi*. LANTERA: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam Vol. 01 No. 02.
- Seto Wahjuwibowo, Indiwani. 2018. *Semiotika Komunikasi Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Praktis*. Jakarta: Mitra Wacana Media. hal 8.
- Shihab, M. Quraish. 2002. *Tafsir Al-Mishbah jilid 2*. Jakarta: Lentera Hati.
- Subsidi As. 2015. *Metodologi Penelitian*. Bandar Lampung: Pusat Penelitian dan Penerbitan LP2M Institut Agama Islam Negeri Raden Intan.
- Suryabrata, Sumandi. 2012. *Metode Penelitian*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Syah Putra, Abimanyu. 2023. *Dakwah Melalui Desain Komunikasi Visual (Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure Pada Akun Instagram @Rezaquran)*. Skripsi: UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
- Tanzah, Ahmad. 2011. *Metodologi Penelitian Praktis*. Yogyakarta: penerbitterras, cet. I.
- Tinarbuko, Sumbo. 2003. *Semiotika Analisis Tanda Pada Karya Desain Komunikasi Visual*. Jurnal Nirmana Vol.5 No.1.Hal 32.
- Tri Andriyani, Hamidah, Ali Nurdin, Dkk. 2024. *Kreativitas Dalam Berdakwah: Menginspirasi Lewat Potret Instan*. Indramayu: CV. Adanu Abimata.
- Wahyuningsih, Sri. 2015. *Desain Komunikasi Visual*. Bangkalan: UTM Press.
- Wawancara via WhatsApp dengan Muhammad Tegar admin Grup *Meme Dakwah Islam*, 25 September 2024, Pukul 17.41 WIB

- Wibowo, Ari. 2020. *Digitalisasi Dakwah Di Media Sosial Berbasis Desain Komunikasi Visual*. Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam, Vol. 02, No. 02.
- Wibowo, Indiwana Setyo Wahyu. 2011. *Semiotika Komunikasi: Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Widya, Leonardo Adi Dharma. 2016. *Pengantar Desain Grafis* Jakarta: Kementrian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi.
- Witabora, Joneta. 2012. *Peran Dan Perkembangan Ilustrasi*. Jurnal HUMANIORA Vol.3 No.2.
- Yunita Wijaya, Priscilia. 2004. *Tipografi Dalam Desain Komunikasi Visual*. Jurnal NIRMANA Vol. 1 No. 1.
- Yusuf, Oik. 2014. *Pengguna Internet Indonesia Nomor Enam Dunia*. Kominfo., https://www.kominfo.go.id/content/detail/4286/pengguna-internet-indonesianomor-enamdunia/0/sorotan_media.
- Zainudin, Ahmad. 2021. *Tipografi*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik Redaksi.
- Zellatifanny, Medika, Cut & Bambang Mudjiyanto. 2018. *Tipe Penelitian Deskripsi Dalam Ilmu Komunikasi The Type Of Descriptive Research In Communication Study*. Jurnal Diakom, Vol. 1 No. 2.
- Zulfirman, Rony. 2022. *Implementasi Metode Outdoor Learning Dalam Peningkatan Hasil Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran Pendidikan Agama Islam Di Man 1 Medan*. Jurnal Penelitian, Pendidikan dan Pengajaran | Vol 3 No 2.
- Kurniati, Yesi & Serapina. 2024. *Tata Kalimat Bahasa Indonesia*. Yogyakarta: PT. Green Pustaka Indonesia.