

**ANALISIS KARAKTER DESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
PADA AKUN INSTAGRAM @QOMIKIN  
SEBAGAI MEDIA DAKWAH**

**SKRIPSI**

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



Oleh :

**QURROTUL UYUN**  
**NIM. 3418019**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN  
2022**

**ANALISIS KARAKTER DESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
PADA AKUN INSTAGRAM @QOMIKIN  
SEBAGAI MEDIA DAKWAH**

**SKRIPSI**

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



Oleh :

**QURROTUL UYUN**  
**NIM. 3418019**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN  
2022**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Qurrotul Uyun  
NIM : 3418019  
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi dengan judul “ANALISIS KARAKTER DESAIN KOMUNIKASI VISUAL PADA AKUN INSTAGRAM @QOMIKIN SEBAGAI MEDIA DAKWAH” 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, 9 Desember 2022

Yang Menyatakan,



**Qurrotul Uyun**  
**NIM. 3418019**

## NOTA PEMBIMBING

**Muhammad Rikzam Kamal, M.Kom**  
**Bligo RT 08 RW 03 Kecamatan Buaran, Kabupaten Pekalongan**

Lamp : 4 (Empat) eksemplar  
Hal : Naskah Skripsi Sdri. Qurrotul Uyun

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah  
c.q Ketua Jurusan 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 : Qurrotul Uyun  
NIM : 3418019  
Judul : **ANALISIS KARAKTER DESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
PADA AKUN INSTAGRAM @QOMIKIN SEBAGAI MEDIA  
DAKWAH**


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, 9 Desember 2022

Pembimbing,

  
**Muhammad Rikzam Kamal, M.Kom**  
**NIP. 198812312019031011**



**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](http://fuad.uingusdur.ac.id) | Email : [fuad@uingusdur.ac.id](mailto:fuad@uingusdur.ac.id)

### PENGESAHAN

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

Nama : **QURROTUL UYUN**  
NIM : **3418019**  
Judul Skripsi : **ANALISIS KARAKTER DESAIN KOMUNIKASI  
VISUAL PADA AKUN INSTAGRAM @QOMIKIN  
SEBAGAI MEDIA DAKWAH**

yang telah diujikan pada Hari Jum'at, 30 Desember 2022 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

Vyki Mazaya, M.S.I  
NIP. 199001312018012002

Penguji II

Mochammad Najmul Afad, M.A  
NIP. 199306192019031006

Pekalongan, 30 Desember 2022

Disahkan Oleh  
Dekan,



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

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB - INDONESIA

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	Nama
ا	Alif	Tidak Dilambangkan	Tidak Dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Sa'	ṡ	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ح	Ha'	Ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha'	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Zai	Ẓ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra'	R	Es
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	'Ayn	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	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	W

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
هـ	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

## 2. Vokal

Vokal tunggal	Vokal rangkap	Vokal panjang
أ = a إ = i أ = u	أ ي = ai أ و = au	أ = ā إي = ī أو = ū

## 3. Ta Marbutah

Ta marbutah hidup dilambangkan dengan /t/ Contoh:

جميلة = jamīlah

مرأة = mar'atun

Ta marbutah hidup dilambangkan

dengan /h/ Contoh:

فاطمة = fātimah

## 4. Syaddad (tasydid, geminasi)

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

Contoh:

ربنا = rabbanā

البر = al-birr



## 5. Kata sandang (artikel)

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

Contoh:

الشمس = asy-syamsu  
الرجل = ar-rajulu  
السيدة = as-sayyidah

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

Contoh:

القمر = al-qamar  
البيدع = al-badī'  
الجالا = 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 = umirtu  
شيء = syai'un

## PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan rahmat Allah yang maha pengasih lagi maha penyayang. Shalawat serta salam tercurah kepada Nabi Muhammad SAW. Saya persembahkan karya ini untuk orang-orang yang selalu mendo'akan dan memberikan motivasi dan mendampingi peneliti :

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan kesempatan hidup sampai sekarang. Terima kasih atas segala nikmat yang engkau berikan dan atas ridho-Mu, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.
2. Terima kasih kepada Ibu Saya Mufiyah, terima kasih atas segala do'a, kasih sayang, pengorbanan, kesabaran, dukungan dan doa restunya. Kakak saya Faiz Kamil yang telah mendukung kuliah sampai sekarang. Adik saya Zahir dan Faidlul yang selalu mendoakan saya untuk bertahan selama ini. Terima kasih untuk Ayah saya Zamroni yang ada di surga yang jadi penyemangat dan pendengar baik dalam mendengarkan keluh kesah saya.
3. Terima kasih kepada bapak Muhammad Rikzam Kamal, M.kom, selaku dosen pembimbing skripsi. Terima kasih atas bimbingan dan koreksiannya skripsi saya.
4. Terima kasih kepada teman dan sahabat baik saya Nada, Ririn, Kaefa, Najmia, Ika, Istiqomah, Nahid, Atma yang selalu menjadi penghilang penat, motivasi, dan menghibur peneliti tidak merasa kehilangan semangat saat penyusunan skripsi. Semoga Allah mempermudah segala urusan kita.

5. Keluarga besar Jurusan KPI angkatan 2018, teman HMJ, teman UKM AL-MIZAN UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, teman PPL Polres Batang, teman KKN tematik angkatan 51, Khususnya kelompok 41 yang telah memberikan pengalaman berharga, dan bertambahnya silaturahmi. terima kasih sukses selalu.
6. Terima kasih untuk semua pihak yang sudah membantu dalam penelitian saya, terutama pemilik akun @qomikin dan teman-teman yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Semoga skripsi ini dapat membawa manfaat bagi peneliti dan pembaca.

## **MOTO**

Enjoy every process

“Apabila sesuatu yang kau senangi tidak terjadi, maka senangilah apa yang terjadi”

-Ali Bin Abi Thalib-

## ABSTRAK

Qurrotul Uyun, (3418019). 2022. “ Analisis Karakter Desain Komunikasi Visual Pada Akun Instagram @qomikin Sebagai Media Dakwah)”. Skripsi Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam. Universitas Islam Negeri (UIN) K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Pembimbing: M. Rikzam Kamal, M.Kom.

**Kata kunci: Instagram, Karakter Desain Komunikasi Visual, Media Dakwah**

Dakwah di era digital menjadi tantangan tersendiri bagi penda'i, terlebih tingginya minat mad'u terhadap penggunaan media sosial salah satunya Instagram. Instagram sendiri memiliki banyak pengguna yaitu sebanyak 2 milyar pengguna. Sebagai pendakwah, sudah menjadi keharusan untuk memanfaatkan media sosial sebagai media dakwah. Pesan dakwah dalam Instagram disampaikan melalui poster desain komunikasi visual.

Dalam hal ini poster desain dimanfaatkan menjadi media dakwah di Instagram akun @qomikin. Penggunaan poster didesain dengan mengelola elemen-elemen desain komunikasi visual. Akun Instagram @qomikin juga menerapkan elemen-elemen visual disetiap postingannya. Rumusan masalah dan tujuan penelitian ini untuk mengetahui elemen-elemen desain komunikasi visual yang digunakan pada akun Instagram @qomikin dan untuk mengetahui karakter desain komunikasi visual yang dibentuk akun Instagram @qomikin.

Dalam penelitian ini, untuk mengidentifikasi persoalan tersebut secara mendalam maka peneliti menggunakan analisis deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Kemudian data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi, selanjutnya data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan analisis Miles dan Huberman.

Adapun hasil dari penelitian yaitu bentuk elemen yang ada dalam postingan akun Instagram @qomikin berupa garis, bentuk, tipografi, ilustrasi, warna, dan layout. Adapun karakter elemen yang dihasilkan dari setiap elemen secara keseluruhan memiliki karakter sederhana namun terlihat kalem, ramah, rapi, bersahabat dan dinamis. Karakter – karakter itu sesuai dengan dakwah visual dengan ajaran nilai – nilai dalam Islam dan prinsip – prinsip dakwah.

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

Segala puji bagi Allah SWT, yang maha pengasih lagi maha penyayang. Terima kasih atas limpahan dan karunianya. Peneliti panjatkan atas kehadirannya, segala nikmat, rahmat dan hidayah kepada kita semua. Shalawat serta salam penulis haturkan kepada suri tauladan kita Rasulullah Muhammad SAW. Semoga kita semua termasuk sebagai umat beliau yang selalu dirindukan dan mendapatkan syafa'atnya di hari akhir nanti. Skripsi yang berjudul "Analisis Karakter Desain Komunikasi Visual Pada Akun Instagram @Qomikin Sebagai Media Dakwah" proses skripsi tentunya ada kesulitan, hambatan dan akhirnya dapat diselesaikan. Saya persembahkan karya ilmiah ini untuk seseorang yang selalu memberikan saran, motivasi, dan mendampingi proses skripsi. Ucapan terimakasih setinggi-tingginya kepada:

1. Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan Bapak Prof. Dr. H. Zainal Mustakim, M. Ag., Wakil Rektor Bidang Akademik dan Kelembagaan Bapak Prof. Dr. H. Maghfur, M.Ag., Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan Bapak Dr. H. Moh. Muslih, Ph.D., dan wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama Dr. H. Muhlisin, M.Ag yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk belajar dan menggali ilmu di kampus UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan Bapak Dr. KH. Sam'ani, M.Ag., yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk belajar di Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan Ibu Vyki Mazaya, M.S.I, yang telah memberikan motivasi, nasehat, meluangkan waktunya, serta telah memberi kesempatan peneliti bisa belajar, menyelesaikan skripsi dan wisuda.

4. Pembimbing M. Rikzam Kamal, M.Kom, Terimakasih atas kerjasamanya telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran, maupun dukungan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi.
5. Bapak Dr. H.Muhandis Azzuhri, Lc, M.A selaku dosen wali saya selama belajar di bangku perkuliahan yang sudah memberikan bimbingan serta motivasi.
6. Dosen-dosen Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam atau yang pernah menyampaikan ilmunya, semoga ilmunya bermanfaat dan staf karyawan beserta staf akademik Fakultas UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan terimakasih atas bantuan dan pelayanannya mengurus urusan bagi mahasiswa hingga selesai perkuliahan.

Peneliti menyadari bahwa pada penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. karena itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk penyempurnaan skripsi ini. Semoga dengan adanya hasil penelitian ini bermanfaat bagi kita semua. Aamiin

Pekalongan, 2022

Penulis,



**Qurrotul Uyun**  
NIM. 3418019

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>NOTA PEMBIMBING.....</b>	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB - INDONESIA.....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>ix</b>
<b>MOTO.....</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Kegunaan Penelitian.....	7
E. Tinjauan Pustaka .....	7
F. Kerangka Berpikir.....	10
G. Metodologi Penelitian .....	11
H. Sistematika Penulisan.....	16
<b>BAB II DESAIN KOMUNIKASI VISUAL DAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA DAKWAH.....</b>	<b>18</b>
A. Desain Komunikasi Visual.....	18
B. Instagram.....	28
C. Dakwah .....	30
<b>BAB III GAMBARAN UMUM AKUN INSTAGRAM @QOMIKIN.....</b>	<b>39</b>
A. Profil Akun Instagram @Qomikin.....	39
B. Penyajian Data .....	41



<b>BAB IV ANALISIS PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>54</b>
A. Analisis Elemen Desain Komunikasi Visual Pada Akun Instagram @qomikin.....	54
B. Analisis Karakter Desain Komunikasi Visual Pada Akun Instagram @Qomikin Sebagai Media Dakwah.....	73
C. Interpretasi Teoritik Sesuai Perspektif Islam .....	75
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>81</b>
A. Kesimpulan .....	81
B. Saran.....	82
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>84</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Elemen Garis.....	55
Tabel 4.2 Ruang Kosong.....	59
Tabel 4.3 Ilustrasi.....	64
Tabel 4.4 Warna .....	68
Tabel 4.5 Karakter Warna .....	70
Tabel 4.6 Layout .....	72

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Berfikir.....	10
Gambar 3.1 Screenshoot Profil Instagram @qomikin .....	39
Gambar 3.2 Sampel Poster 1 .....	42
Gambar 3.3 Sampel Poster 2 .....	43
Gambar 3.4 Sampel Poster 3 .....	44
Gambar 3.5 Sampel Poster 4 .....	45
Gambar 3.6 Sampel Poster 5 .....	46
Gambar 3.7 Sampel Poster 6 .....	47
Gambar 3.8 Sampel Poster 7 .....	48
Gambar 3.9 Sampel Poster 8 .....	49
Gambar 3.10 Sampel Poster 9 .....	50
Gambar 3.11 Sampel Poster 10 .....	51
Gambar 3.12 Sampel Poster 11 .....	52
Gambar 3.13 Sampel Poster 12 .....	53
Gambar 4.1 Contoh Huruf Dengan Rata Tengah.....	61
Gambar 4.2 Contoh Huruf Dengan Rata Kanan Dan Kiri .....	61

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Media sosial merupakan media di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual.<sup>1</sup> Awalnya, jejaring sosial hanya digunakan sebagai sarana komunikasi terhubung dengan teman, kolega, dan keluarga. Tapi di media sosial tidak terbatas dalam perkembangannya. Media sosial kini banyak digunakan sebagai sarana distribusi atau donasi informasi dari politik, perdagangan, pendidikan, budaya, hiburan, iklan juga kegiatan keagamaan. Hadirnya media sosial membuat informasi bisa didapatkan secara mudah dan cepat. Dengan penggunaan media sosial yang sangat tinggi seharusnya dapat digunakan dalam menyebarkan kebaikan, misalnya berdakwah.

Perkembangan desain komunikasi visual di era teknologi internet dan media sosial saat ini telah mendapatkan tempat tersendiri bagi masyarakat yang memanfaatkannya. Desain komunikasi visual yang dulunya hanya sebagai alat yang bertujuan untuk membuat suatu iklan berwujud poster, baliho, spanduk, brosur dan lain sebagainya, kini dapat dikembangkan lagi untuk keperluan penyampaian informasi yang dikolaborasikan dengan adanya media sosial. Salah satu bentuk pemanfaatan desain komunikasi visual yang dikolaborasikan

---

<sup>1</sup> Bulan Cahya Sakti, Much Yulianto, "Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Identitas Diri Remaja". *Jurnal Studi Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro*.

dengan adanya *new media* adalah dalam kegiatan dakwah di Indonesia yang kini semakin dimudahkan. Saat ini, untuk mendengarkan pengajian tidak harus berhadapan langsung dengan ulama, namun cukup dengan mengakses internet, masyarakat bisa mendapatkan bahan bacaan keagamaan sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan dan dimanapun mereka berada.<sup>2</sup>

Dengan pertumbuhan media massa milenial yang semakin berkembang ini. Masyarakat harus lebih cerdas dalam mengkonsumsi media mencari fakta atau bukti untuk mempercayai sesuatu. Sesuai dengan istilah "*seeing is believing*" bahwa kita akan percaya setelah melihat sendiri kenyataannya. Akan ada lebih banyak orang lebih percaya pada apa yang dia lihat daripada apa yang dia dengar. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi visual adalah sarana yang efektif untuk mendorong dan mempengaruhi orang lain untuk berpikir, bertindak sesuai dengan harapan pembuat pesan.<sup>3</sup> Berangkat dari stigma tersebut, dakwah pun bisa dilakukan melalui media komunikasi visual, yaitu semua media komunikasi yang sedang booming beberapa tahun terakhir ini dan masih berkembang hingga saat ini adalah poster bernuansa islami, karena kecenderungan orang untuk menangkap makna dari sebuah gambar lebih efektif daripada hanya mendengar ceramah saja.<sup>4</sup>

Munculnya media sosial Instagram sebagai wujud adanya *new media* juga menjadi salah satu media alternatif kegiatan dakwah yang kini populer dan

---

<sup>2</sup> Pardianto, "Meneguhkan Dakwah Melalui New Media", *Jurnal Komunikasi Islam*, Jurusan KPI Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya, Vol. 3 : 01 (Juni, 2013), hlm.23.

<sup>3</sup> Sumbo Tinarbuko, *Semiotika Komunikasi Visual*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2008), hlm. 23.

<sup>4</sup> Nilna Ni'mah, "Dakwah Komunikasi Visual". *Islamic Communication Journal Voll. 01, No. 01, Mei-Oktober 2016*.

banyak digunakan oleh beberapa da'i di Indonesia. Hal ini mengingat bahwa Indonesia memiliki jumlah pengguna aktif media sosial Instagram dengan jumlah lebih dari 99,5 juta orang pengguna.<sup>5</sup> Tentunya dengan jumlah pengguna aktif Instagram di Indonesia yang terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yang ada mampu menjadi media atau sarana dakwah yang tepat dalam menyampaikan pesan dakwah kepada mad'u. Oleh sebab itu, seorang da'i menyampaikan pesan dakwah dapat menggunakan berbagai macam media dakwah, baik itu media modern maupun media tradisional.<sup>6</sup>

Dakwah merupakan kegiatan peningkatan iman menurut syariat Islam.<sup>7</sup> Berdakwah menggunakan *Instagram* untuk saat ini banyak diminati para da'i karena dianggap lebih efektif terutama sasarannya generasi milenial. Perkembangan teknologi mengharuskan para pendakwah untuk membuat konten menarik dan mudah dipahami oleh sasaran dakwahnya. Dalam membuat sebuah konten yang menarik diperlukan orang yang menguasai desain grafis. Desain grafis atau desain komunikasi visual merupakan salah satu cara mengkomunikasikan pesan atau informasi kreatif, yang diaplikasikan dengan mengolah elemen desain grafis yaitu gambar (ilustrasi), huruf atau tipografi, warna, garis dan layout.<sup>8</sup>

---

<sup>5</sup> <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia> di akses pada 25 Juni 2022 Pukul 22.41.

<sup>6</sup> Mahmudin, *Manajemen Dakwah Rasulullah*, (Jakarta: Restu Ilahi, 2014), hlm. 7.

<sup>7</sup> Prof. Dr. Moh. Ali Aziz, M. Ag., *Ilmu Dakwah (Edisi Revisi)*, (Jakarta: Kencana, 2017), hlm. 16.

<sup>8</sup> Namuri Migotuwio, *Desain Grafis Kemarin, Kini, dan Nanti* (Lampung Selatan: Alinea Media Dipantara, 2020), hlm. 5.

Konsep desain komunikasi visual merupakan salah satu konsep yang dapat digunakan untuk merancang sebuah dakwah yang kreatif dan menarik. Konsep ini juga memberikan strategi alternatif untuk visualisasi digital dari praktik atau kegiatan dakwah tradisional atau umum. Artinya, para da'i tidak harus meninggalkan cara lama berdakwah, namun mereka perlu mengembangkan dan memperkuat melalui komunikasi visual. Kini da'i harus terlibat langsung sebagai *content creator* yang aktif mempublikasikan dakwahnya di jejaring sosial.<sup>9</sup>

Penggunaan Instagram berbeda-beda, sesuai dengan tujuan mereka. Salah satu tujuannya untuk berdakwah. Melalui akun instagram, da'i juga dapat mengekspresikan dakwahnya melalui gambar visual lalu dibagikan pada akunnya. Salah satu akun instagram dengan ciri khas sendiri terhadap postingan yang dibagikannya adalah akun @qomikin. Akun @qomikin ini adalah salah satu dari sekian banyak akun instagram dengan konten islami. Tapi apa yang membuat akunnya berbeda dibandingkan dengan akun Instagram lain, akun @qomikin menggunakan desain visual untuk berkomunikasi menggunakan bahasa yang sederhana dalam kombinasi dengan gambar yang menarik, serta menciptakan isi konten pesan-pesannya mudah dan menarik untuk dilihat dan dibaca. Ditambah akun @qomikin terus-menerus memperbarui berbagai topik agar pengikutnya juga dapat melihat berbagai desain visual gambar serta dapat belajar memahami isi pesan tertulis

---

<sup>9</sup> Ari Wibowo, "Digitalisasi Dakwah Di Media Sosial Berbasis Desain Komunikasi Visual". *Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam*, Vol. 02, No. 02 Juli-Desember 2020

di akun tersebut tentang berbagai jenis pengetahuan mengenai ajaran islam secara luas.<sup>10</sup> Akun ini mengunggah konten-kontennya berupa informasi seputar dunia islam, seperti akhlak, akidah dan syariah yang dikemas dalam ilustrasi visual yang menarik dan berbeda dari akun lain.

Oleh karena itu, dakwah komunikasi visual melalui akun instagram @qomikin dapat mengekspresikan nilai dakwah dengan lebih mudah dan efisien. Penelitian ini melihatnya dari perspektif yang berbeda dari biasanya. Kajian ini membahas dua unsur, yaitu pesan dakwah dan interpretasi komunikasi visual dakwah. Unsur dakwah yang meliputi pesan atau materi yang disampaikan melalui akun Instagram @qomikin. Interpretasi dakwah dikaitkan dengan elemen desain komunikasi visual studi tentang imajinasi kreatif yang digunakan dalam berbagai media melalui elemen desain seperti garis, bidang, warna, ilustrasi, tipografi, dan tata letak.<sup>11</sup> Kelebihan menariknya kemasan yang disampaikan kepada semua orang, dibuat secara ringan, ada gambar, dan kata-kata yang mudah dimengerti.

Sebagai akun dakwah di media sosial, ada beberapa bagian desain dengan ciri khas akun instagram @qomikin yang berbeda dengan akun dakwah lainnya. Karakteristik desain dakwah visual instagram @qomikin menarik untuk diteliti. Dilihat dari pengikut @qomikin saat ini telah mencapai 123 ribu pengikut dengan total 371 konten dakwah dan masih terus meningkat setiap

---

<sup>10</sup> Nur Rizky Toybah, "Dakwah Komunikasi Visual Melalui Instagram Akun @HADITSKU". *Jurnal Ilmu dan Teknik Dakwah* Vol. 04 No. 07 Januari-Juni 2016, hlm. 56

<sup>11</sup> Nur Rizky Toybah, "Dakwah Komunikasi Visual Melalui Instagram Akun @HADITSKU". *Jurnal Ilmu dan Teknik Dakwah*,..., hlm. 57



harinya.<sup>12</sup> Banyak pesan dakwah menarik di akun @qomikin yang mudah untuk dibaca, terbukti dari jumlah like yang mencapai ribuan dalam setiap postingan. Selain itu banyak juga seruan dakwah dengan nilai-nilai positif untuk diterapkan pada diri sendiri dan penggunaan gaya bahasa yang sederhana dipadukan dengan desain visual yang menarik, isi postingannya sederhana dan mudah dipahami dengan tetap menggunakan Al-Qur'an dan Hadits sebagai sumbernya. Maka dari itu penulis tertarik untuk membuat akun @qomikin sebagai objek penelitian dengan judul “*Analisis karakter desain komunikasi visual pada akun instagram @qomikin sebagai media dakwah*”.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana elemen desain komunikasi visual pada akun instagram @qomikin?
2. Bagaimana analisis karakter desain komunikasi visual pada akun instagram @qomikin sebagai media dakwah?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Menjelaskan secara mendalam elemen desain komunikasi visual yang digunakan pada akun sosial media instagram @qomikin dalam melakukan kegiatan penyampaian informasi dakwah kepada masyarakat.
2. Menjelaskan konsep karakter desain komunikasi visual pada akun sosial media instagram @qomikin dalam membuat konten dakwah yang unik dan menarik.

---

<sup>12</sup> Instagram, <https://www.instagram.com/qomikin/>, diakses 19 Juni 2022

## D. Kegunaan Penelitian

### 1. Kegunaan Praktis

Dari hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi rujukan atau referensi akun Instagram yang digunakan untuk keperluan dakwah Islam dalam mengelola konten yang memuat serta memperhatikan desain komunikasi visual yang menarik jamaah sebagai target dakwah (*mad'u*).

### 2. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan sumbangan pemikiran mengenai konsep desain komunikasi visual, dakwah Islam, new media dan bidang disiplin komunikasi yang lainnya dan juga dapat merumuskan karakteristik media dakwah kekinian yang efektif dan efisien melalui media desain yang dilakukan oleh da'i dalam kegiatan dakwah Islam.

## E. Tinjauan Pustaka

*Pertama*, Mohammad Zamroni Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam 2018 dengan judul “Desain Komunikasi Visual *Journalism Online* (Analisis Kualitatif Deskriptif Karakter Desain Komunikasi Visual Website Suaramuslim.Net)” Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Karya ini bertujuan untuk mengetahui elemen dan karakter desain komunikasi visual yang meliputi elemen tipografi, font, shape, ruang, warna, gambar, dan tata letak pada postingan website suaramuslim.net.<sup>13</sup> Persamaan penelitian ini

---

<sup>13</sup> Mohammad Zamroni, “Desain Komunikasi Visual Journalism Online (Analisis Kualitatif Deskriptif Karakter Desain Komunikasi Visual Website suaramuslim.net)”, Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel (2018).

dengan peneliti ialah sama-sama meneliti elemen desain komunikasi visual. Perbedaannya terletak pada subyek yang diteliti. Mohammad Zamroni menggunakan subyek suaramuslim.net sedangkan peneliti subyek utamanya menggunakan akun instagram @qomikin.

*Kedua*, Ilyunal Iqbal Kahfi Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam 2021 dengan judul “Desain Dakwah Visual pada Akun Instagram @lemonmove” Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Karya ini bertujuan untuk mengetahui elemen dan karakter desain komunikasi visual yang meliputi elemen tipografi, font, shape, ruang, warna, gambar, dan tata letak pada postingan Instagram @lemonmove.<sup>14</sup> Persamaan penelitian ini dengan peneliti ialah sama-sama meneliti elemen desain komunikasi visual. Perbedaannya terletak pada subyek yang diteliti. Ilyunal Iqbal Kahfi menggunakan subyek akun Instagram @lemonmove sedangkan penelitik subyek utamanya menggunakan akun instagram @qomikin.

*Ketiga*, Nadya Khennis Rozana Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam 2019 dengan judul “Makna Karakter Desain Komunikasi Visual Website NU Online Sebagai Media Dakwah: Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure” Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Karya ini bertujuan untuk mengetahui makna karakter desain komunikasi visual di website NU online.<sup>15</sup> Persamaan penelitian ini dengan peneliti ialah sama-sama meneliti karakter

---

<sup>14</sup> Ilyunal Iqbal Kahfi “Desain Dakwah Visual pada Akun Instagram @lemonmove”. Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel (2021).

<sup>15</sup> Nadia khennis rozana, “Makna Karakter Desain Komunikasi Visual Website NU Online Sebagai Media Dakwah: Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure”. Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel (2019).

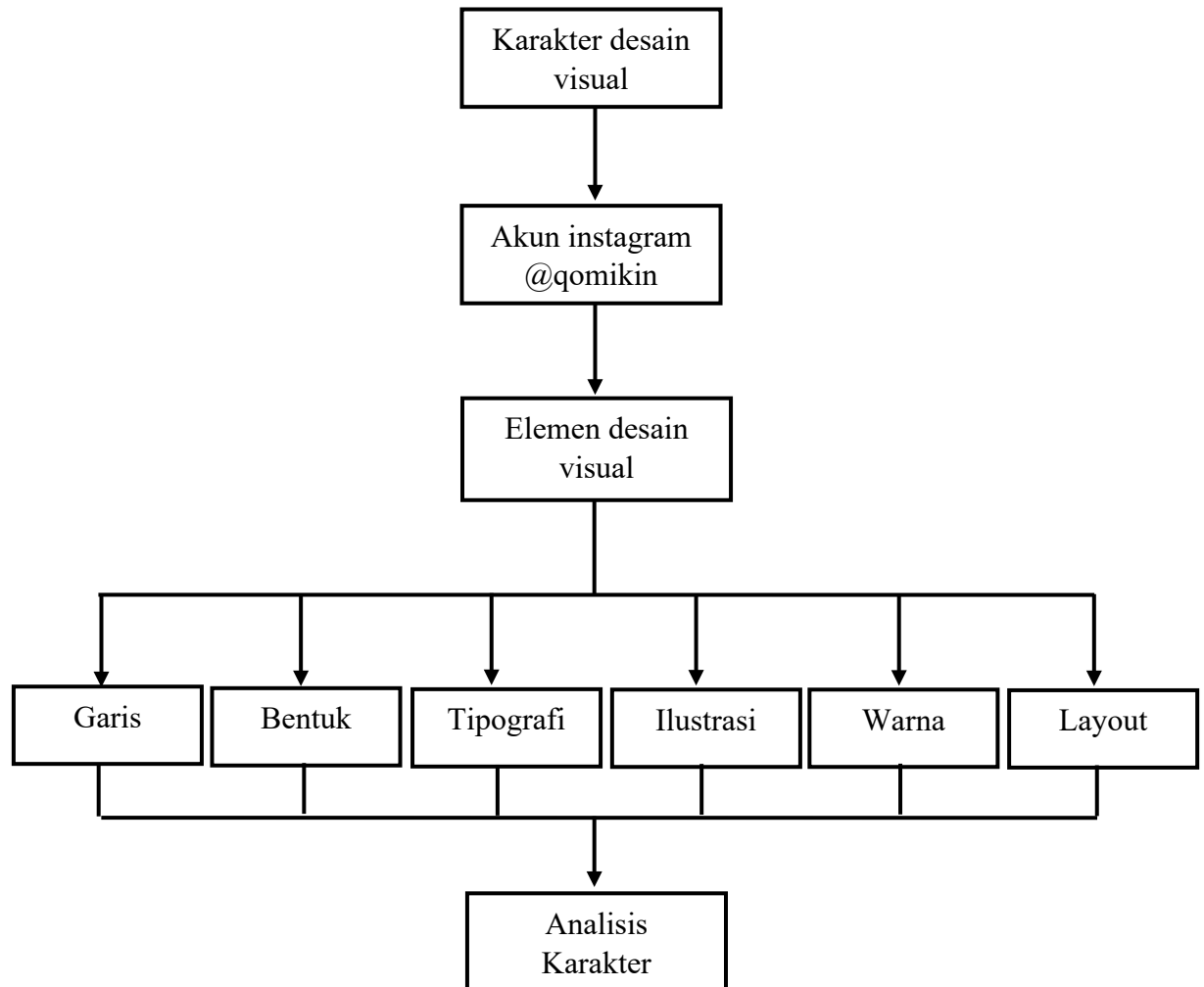
desain komunikasi visual. Perbedaannya terletak pada subyek yang diteliti. Nadya Khennis Rozana menggunakan subyek website NU Online sedangkan penelitik subyek utamanya menggunakan akun instagram @qomikin.

*Keempat*, Naura Firdaus Haidar dan Martadi jurusan desain, fakultas bahasa dan seni dengan judul “Analisis Konten Visual *Post* Instagram Riliv Dalam Membentuk *Customer Engagement*” universitas negeri Surabaya. Karya ini bertujuan mengetahui komponen konten visual yang digunakan pada akun Riliv dalam membentuk *customer engagement* serta tingkatan *customer engagement* yang telah didapatkan.<sup>16</sup> Persamaan penelitian ini dengan peneliti ialah sama-sama menggunakan analisis teori desain komunikasi visual guna membedah dan mengetahui komponen konten visual. Sedangkan, perbedaannya terletak pada tujuan dan subyek yang diteliti. Naura Firdaus Haidar dan Martadi meneliti konten Instagram @Riliv dalam membentuk *customer engagement* serta tingkatan *customer engagement* sedangkan peneliti meneliti konten Intagram @qomikin sebagai media dakwah.

---

<sup>16</sup> Haidar, Nurul Firdaus dan Martadi “Analisis Konten Visual Post Instagram Riliv Dalam Membentuk Customer Engagement”. *Jurnal Barik*, Vol.2 No.2 Tahun 2021, Jurusan Desain, Fakultas Bahasa & Seni, Universitas Negeri Surabaya.

## F. Kerangka Berpikir



Gambar 1.1 Skema kerangka berpikir

Berdasarkan kerangka berpikir berdasarkan Gambar 1.1 peneliti ingin meneliti mengenai karakter desain komunikasi visual melalui akun instagram @qomikin dengan menggunakan elemen desain komunikasi visual seperti garis, bentuk, tipografi, ilustrasi, warna, layout. Dengan teori diharapkan dapat mengetahui karakter dakwah komunikasi visual dari akun @qomikin.

Berkaitan dengan model interactive Miles dan Huberman, maka di dalam menguraikan karakter desain grafis yang digunakan dalam membuat konten poster pada akun Instagram @qomikin, maka dilakukan tahapan sebagai berikut:

1. Melakukan pengumpulan data dokumentasi yang ditemukan pada konten akun media sosial Instagram @qomikin dan mentranskrip hasil wawancara terkait kedalam bahasa tekstual.
2. Menyeleksi hasil data dokumentasi dengan mengambil beberapa sampel desain konten berdasarkan ketentuan yang sudah ditetapkan tentang adanya unsur visual yang sesuai dengan teori desain komunikasi visual.
3. Menyusun data dan menyajikannya guna memudahkan dalam memahami penelitian.
4. Mengambil kesimpulan tentang karakter desain dakwah visual pada akun media sosial Instagram @qomikin.

## **G. Metodologi Penelitian**

### **1. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan sendiri adalah penelitian yang mengharuskan peneliti terjun langsung ke lokasi yang diteliti.<sup>17</sup> Dalam penelitian ini peneliti memilih media sosial Instagram @Qomikin.

---

<sup>17</sup> Dewan Firmansyah & Febby Soesilo, Sejarah Singkat Kecamatan Singosari dan Mengenal Tinggalan Kesejarahannya (Malang: Intelengensi Media, 2018), hal 12.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan secara kualitatif deskriptif (*descriptive research*), dimana data yang diperoleh dari sumber yang dapat dipercaya berupa data-data deskriptif berupa lisan maupun tulisan, gambar dan dokumen. Dengan menggunakan metode deskriptif, penulis menganalisis data yang di peroleh dari wawancara, observasi/catatan lapangan atau dokumen lainnya yang berupa teks, gambar dan bukan angka. Sehingga analisis karakter desain komunikasi visual pada akun instagram @qomikin sebagai media dakwah dapat terungkap dengan jelas dan mendalam.

## **2. Subjek Dan Objek Penelitian**

Subjek penelitian ini adalah akun media sosial Instagram @qomikin dan pemilik akun untuk dilakukan proses wawancara. Sedangkan objek penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah tampilan poster pada postingan yang di dalamnya memberikan informasi mengenai seputar dakwah Islam pada akun Instagram @qomikin .

## **3. Sumber Data**

### **a. Data primer**

Sumber data primer bisa berasal dari teks hasil wawancara dengan informan terkait dalam sebuah penelitian. Data lainnya juga diperoleh dari unggahan akun instagram @qomikin. Penulis mengambil sampel dengan mengelompokkan pesan dakwah dalam poster yakni akidah, akhlak dan syariah. Masing-masing di ambil 4

sampel. Maka total unggahan yang diambil untuk sampel ialah sebanyak 12 (dua belas) buah.

b. Data sekunder

Sumber data dapat diperoleh dari studi kepustakaan, berita dan informasi yang terkait dengan subjek atau objek penelitian akun Instagram @qomikin.

#### 4. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi dilakukan dengan cara mengamati objek yang akan diteliti. Dalam hal ini peneliti hanya menjadi pengamat biasa yang melakukan observasi atau pengamatan proses pelaksanaan penelitian karakter desain dakwah visual terhadap subjek dan objek penelitian. Observasi dilakukan oleh peneliti selama sebulan pada awal bulan Januari sampai Februari tahun 2022.

b. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan cara mengumpulkan segala informasi dan bahan gambar visual berupa konten poster dari akun instagram @qomikin. Data tersebut didapat dari penelusuran data online melalui internet yang kemudian didokumentasikan dengan cara screenshot.

c. Wawancara

Kegiatan wawancara dilakukan secara daring atau online melalui *direct message* (DM) melalui Instagram dengan pemilik akun instagram



@qomikin. Wawancara tersebut bertujuan untuk memperdalam perolehan informasi serta mempermudah dalam menguraikan informasi terkait poster dan akun instagram tersebut. Wawancara dilakukan setelah mengirim surat izin penelitian kepada pemilik akun untuk melakukan penelitian terhadap objek yang akan diteliti.

## 5. Metode Analisis Data

Analisis data merupakan bagian terpenting dalam sebuah penelitian. Analisis data dapat digunakan sebagai upaya data yang tersedia lalu diolah dengan statistik serta sebagai jawaban atas rumusan masalah dalam sebuah penelitian. Wiratna Sujarweni dalam buku Metodologi Penelitian menyimpulkan bahwa analisis data dapat diartikan sebagai cara melaksanakan analisis terhadap data, dengan tujuan mengolah data tersebut untuk menjawab rumusan masalah yang ada dalam penelitian.<sup>18</sup> Analisis data juga bisa digunakan untuk menganalisis makna yang terdapat di balik informasi, data, dan suatu proses fenomena sosial. Pada intinya analisis data adalah proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan.<sup>19</sup> Dalam penelitian ini proses tersebut diolah dengan analisis data deskriptif model Miles dan Huberman

Berdasarkan pada analisis data kualitatif, data yang telah didapatkan selanjutnya diolah atau dianalisis dengan analisis data deskriptif model

---

<sup>18</sup> Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial*, (Jakarta : Kencana Perdana Media, 2007 ), hlm. 161.

<sup>19</sup> Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Rosda Karya, 2004), hlm. 189

Miles dan Huberman. Teknik analisis data model interaktif menurut Miles dan Huberman terdiri atas empat tahapan yang harus dilakukan.

Analysis interactive model miles dan Huberman, yang membagi langkah-langkah dalam kegiatan analisis data dengan beberapa bagian yaitu pengumpulan data (*data collection*), reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan penarikan kesimpulan atau verifikasi (*conclutions*).<sup>20</sup>

a. Pengumpulan data

Analisis model pertama dilakukan pengumpulan data hasil wawancara, hasil observasi, dan berbagai dokumen berdasarkan kategorisasi yang sesuai dengan masalah penelitian yang kemudian dikembangkan penajaman data melalui pencarian data selanjutnya.

b. Reduksi data

Reduksi data ialah suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa sehingga simpulan final dapat ditarik dan diverifikasi.

c. Penyajian data

Penyajian data ialah suatu rangkaian organisasi informasi yang memungkinkan kesimpulan riset dapat dilakukan. Penyajian data digunakan untuk menemukan pola-pola yang bermakna serta

---

<sup>20</sup> Prof. Dr. Emzir, M.Pd. *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hlm. 41.

memberikan kemungkinan adanya penarikan simpulan serta memberikan tindakan.

d. Penarikan kesimpulan

Penarikan kesimpulan ialah bagian dari satu tindakan konfigurasi yang utuh. Kesimpulan juga diverifikasi selama penelitian berlangsung. Kesimpulan ditarik selama penelitian menyusun pencatatan, pola-pola, pernyataan-pernyataan, konfigurasi, arahan sebab akibat, dan berbagai proporsi.<sup>21</sup>

## H. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pemahaman dan pembahasan maka penelitian menyusun menjadi empat bab dan beberapa sub bab yang saling terkait, sebagai berikut:

Bab I: Pendahuluan yang meliputi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, tinjauan pustaka, kerangka berpikir, metode penelitian, teknik pengumpulan data, metode analisis data, dan sistematika penulisan.

Bab II: Kajian pustaka meliputi deskripsi desain komunikasi visual, media Instagram, teori dakwah dimana terdapat unsur-unsur dakwah, media dakwah, pesan dakwah dan dakwah *new media*.

Bab III: Gambaran umum dari akun Instagram @qomikin yang meliputi deskripsi singkat, dakwah yang dilakukan terhadap kaum muda melalui media

---

<sup>21</sup> Prof. Dr. Emzir, M.Pd. *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hlm. 42.

sosial Instagram dan juga konsep desain komunikasi visual yang dilakukan pada akun Instagram @qomikin.

Bab IV: Analisis penelitian dan pembahasan meliputi analisis data, analisis karakter, dan interpretasi teoritik sesuai perspektif Islam.

Bab V: Penutup yang didalamnya terdiri dari kesimpulan, saran dan penutup.

Pada bagian akhir ini terdapat daftar pustaka dan lampiran-lampiran yang berhubungan dengan penelitian yang akan dilakukan

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan pemaparan yang dilakukan terhadap 12 sampel poster dakwah tentang karakter desain komunikasi visual akun Instagram @qomikin, penulis menarik beberapa kesimpulan yaitu:

1. Desain komunikasi visual di akun Instagram @qomikin telah menerapkan dan mempertimbangkan elemen-elemen desain yaitu garis, bentuk, tipografi, warna, ilustrasi dan layout. Dari elemen desain yang telah diterapkan, elemen desain yang sangat dominan dan menjadi ciri khas adalah penggunaan ilustrasi *hand drawn* pada karya visual dan penggunaan warna yang sesuai dengan isi pesan, temanya happy warna dominan ke warna cerah sedangkan temanya deep warna dominan ke dark dan warna hitam dan putih sebagai garis *outline* dan tipografi. Karya-karya visual didominasi menggunakan garis ilusi horizontal dan diagonal, bentuk-bentuk non-geometris, dan sistem *layout center image* dan *circus layout* yang memfokuskan pembaca pada ilustrasi dan penggunaan layout yang bervariasi dan penonjolan ilustrasi membuat kesan kuat untuk menarik perhatian, membuat tidak bosan, dan mudah untuk diingat. Selain itu, penggunaan tipografi jenis comic yang santai, *fun*, informal, kekinian dan tepat untuk kaum muda.
2. Berdasarkan analisis tentang elemen desain komunikasi visual, maka dakwah visual di akun Instagram @qomikin secara keseluruhan memiliki

karakter sederhana namun terlihat kalem, ramah, rapi, bersahabat dan dinamis. Karakter-karakter itu sesuai dengan dakwah visual dengan ajaran nilai-nilai dalam Islam dan prinsip-prinsip dakwah.

## **B. Saran**

1. Penelitian ini bisa dijadikan referensi untuk kalangan mahasiswa dalam bidang komunikasi khususnya dengan memberikan pembahasan yang baru dengan metode lain, dalam upaya pemanfaatan sosial media sebagai media dakwah dengan penggunaan desain komunikasi visual.
2. Peneliti berharap dalam bidang komunikasi bukan hanya publik speaking yang dijadikan skill, tetapi desain komunikasi visual juga bisa dijadikan skill dalam mengembangkan bakat dan mengekspresikan ide-ide dalam membuat konten yang diterapkan dimedia sosial, khususnya bagi mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Kepada penelitian selanjutnya, yang ingin mengkaji tentang dakwah visual, kembangkanlah kajian dakwah visual ke arah yang lebih luas, seperti mengkaitkan karya dakwah dengan psikologi objek dakwah, sosiologi, keadaan masyarakat dan sebagainya. Karena ruang lingkup desain itu sangatlah luas, ditambah dengan perkembangan media tren desain visual semakin dinamis.
4. Untuk *founder* qomikin, berusaha lebih baik dan istiqomah dalam menyiarkan dakwah, meskipun melalui media sosial yang diterapkan

dengan desain komunikasi visual dan ilustrasi yang dituangkan dalam bentuk quote.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alif Pradita, Damara. "Miskomunikasi Visual dalam Poster Instastory Acara Gelar Cipta Tata Rias 2009: Indonesian Floklora". *Art and Design Journal*, Vol. 3, No. 1, Juni 2020.
- Anggraini S, Lian dan Kirana Nathalia. 2014. *Desain Komunikasi visual Dasar-dasar Panduan Untuk Pemula*. Bandung : Nuansa Cendekia.
- Ardiyansyah. 2017. *Islam Itu Ramah Bukan Marah*. Jakarta: Gramedia.
- Asmaran. 2007. Pengantar Studi Akhlak. Jakarta: PT Rajar Grafindo Persada.
- Ayu Rizaty, Monavia. "Pengguna Instagram Indonesia Terbesar Keempat di Dunia", <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-instagram-indonesia-terbesar-keempat-di-dunia>, diakses pada 31 Desember 2022 pukul 23.30 WIB.
- Aziz, Moh. Ali. 2017. *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*. Jakarta : Kencana.
- Bakhtiar, Wardi. 1997. *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*. Jakarta: Logos Wacana Ilmu.
- Baskara, I Ketut. "Prinsip Desain Komunikasi Visual Perancangan Media Komunikasi Visual Sebagai Sarana Kampanye Imunisasi Campak, di Bali" *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, ISI Denpasar.
- Bungin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, Dan Ilmu Sosial*. Jakarta : Kencana Perdana Media.
- Cahaya Sakti, Bulan. "Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Identitas Diri Remaja". *Jurnal Studi Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro*.
- Claudia Tumewan, Patricia. "Pengembangan Media Pembelajaran Tutorial Desain Komunikasi Visual di SMK Negeri 3 Tondano". *Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi dan Komunikasi*. Vol. 1, No. 1. Februari 2021.
- Emzir. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Ernis. 2005. *Buku Ajar: Dasar Konsep Visual*. Padang: UNP.



- Eudaimonia, “How Instagram Started”, <https://obtaineudaimonia.medium.com/how-instagram-started-8b907b98a767> diakses pada 31 Desember 2022 pukul 23.09 WIB.
- Datzuku, Hafidz. *Al-quran dan Terjemahan*. Bandung: Risalah press.
- Ghazali, Milizia. 2016. *Buat Duit Dengan Facebook dan Instagram : Panduan Menjana Pendapatan dengan Facebook dan Facebook dan Instagram*. Malaysia : Publishing House.
- Gunawan, Agnes Paulina. “Fotografi Sebagai Ilustrasi” Binus University, <https://Dkv.Binus.Ac.ID/2015/10/12/Fotografi-Sebagai-Ilustrasi/> diakses pada 1 November 2022 pukul 20.08 WIB.
- Habibah, Syarifah. “Akhlak dan Etika Dalam Islam”. *Jurnal Pesona Dasar*, Vol. 1, No. 4. Oktober 2015.
- Haidar, Nurul Firdaus dan Martadi. “Analisis Konten Visual Post Instagram Riliv Dalam Membentuk Customer Engagement”. *Jurnal Barik*, Vol.2 No.2 Tahun 2021. Jurusan Desain, Fakultas Bahasa & Seni, Universitas Negeri Surabaya.
- Huda, Syamsul. 2011. *Komando Dakwah*. Bojonegoro: Pustaka Hakami.
- Iqbal Kahfi, Ilyunal. 2021. “Desain Dakwah Visual pada Akun Instagram @lemonmove”. Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.
- I Putu Arya Janottama, Agus Ngurah Arya Putra. “Gaya dan Teknik Perancangan Ilustrasi Tokoh pada Cerita Rakyat Bali” *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institute Seni Indonesia Denpasar, Vol. 5 November 2017.
- Kartini Streit, Aprilia. “Ilustrasi dan White Space Dalam Desain Poster”. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Universitas Bunda Mulia*. Vol. 1 No. 2. November 2016
- Kemendikbud, KBBI Daring “Dinamis” <https://kbbi.web.id/dinamis> Diakses pada tanggal 1 Desember 2022 pukul 19.00 WIB.
- Kemendikbud, KBBI Daring “Ramah” <https://kbbi.web.id/ramah> diakses pada 30 November 2022 pukul 19.35 WIB.
- Khennis Rozana, Nadia. 2019. “*Makna Karakter Desain Komunikasi Visual Website NU Online Sebagai Media Dakwah: Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure*”. Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.

- Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Make It Tasmania “James Cuda: Savage Interactive”  
<https://makeittasmania.com.au/stories/james-cuda-savage-interactive/>  
 diakses pada 31 Desember 2022 pukul 23.45 WIB.
- Migotuwio, Namuri. 2020. *Desain Grafis Kemarin, Kini, dan Nanti*. Lampung Selatan: Alinea Media Dipantara.
- Munawir, Warson. 1994. *Kamus Al-Munawwir*. Surabaya: Pustaka Progressif.
- Munir, M. 2006. *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Musthofa, Kurdi. 2012 *Dakwah Di Balilk Kekuasaan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Moleong, Laxy J. 2004. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : Rosda Karya.
- Najmul Afad, Mochammad. “Muda Berdaya: Sebuah Pendidikan Moderat Kritis Komunitas Santri Batang” *Islamic Management and Empowerment Journal*, Vol. 2, No. 1, Juni 2020, <https://www.e-journal.iainsalatiga.ac.id/index.php/imej/article/view/4454/1569>
- Nasution. 2014. *Metode Research*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nata, Abudin. 1994. *Al-Quran Dan Hadist*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Ni'mah, Nilna. “Dakwah Komunikasi Visual”. *Islamic Communication Journal* Voll. 01, No. 01, Mei-Oktober 2016.
- Nur Alhidayatillah, “Dakwah Dinamis Di Era Modern (Pendekatan Manajemen Dakwah)”, Dosen Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah Dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, *Jurnal Pemikiran Islam*, Edisi Desember 2017 Vol. 41 No.2 , Hal 265, <https://Ejournal.Uin-Suska.Ac.Id/Index.Php/Anida/Article/View/4658/2854>
- Putra, Ricky W. 2020. *Pengantar Komunikasi Visual Dalam Penerapan*. Yogyakarta: ANDI.
- Rahman P, Adb. 2013. *Teknologi Informasi Sebagai Peluang dan Tantangan Dakwah*.
- Rambatan Rakanda, Damas. 2020 “Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Identitas Diri Generasi Z atau Igeneration di Desa Cawas”.

Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, 2020, 1.

Rizky Toybah, Nur. “Dakwah Komunikasi Visual Melalui Instagram Akun @HADITSKU”. *Jurnal Ilmu dan Teknik Dakwah* Vol. 04 No. 07 Januari-Juni 2016.

Rustan, Suriyanto. 2013. *Font dan Tipografi*. Jakarta: Gramedia.

Rusyd, Daniel. 2020. *Ilmu Dakwah : Suatu Pengertian*. Bandung : abQarie.

Suhadang, Kustadi. 2013. *Ilmu Dakwah*. Bandung : Remaja Rodakarya.

Supriyono, Rakhmat. 2016. *Desain Komunikasi Visual –Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi Offset.

Tinarbuko, Sumbo. 2016. *DEKAVE (Desain Komunikasi Visual Penanda Zaman Masyarakat Global)*. Yoyakarta : Caps.

Tinarbuko, Sumbo. 2008. *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Jalasutra.

Ya’qub, Hamzah. 1981. *Publisistik; Teknik Berdakwah dan Leadership*. Bandung: CV. Diponegoro.

Wahana Komputer. 2007. *Seri Buku Pintar, Menjadi Dedainer Grafis*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.

Wibowo, Ari. “Digitalisasi Dakwah Di Media Sosial Berbasis Desain Komunikasi Visual”. *Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam*, Vol. 02, No. 02 Juli-Desember 2020.

Yunita Wijaya, Priscilia. “Tipografi Dalam Desain Komunikasi Visual”. *Jurnal Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain Universitas Kristen Petra*. [Http://Puslit.Petra.Ac.Id./Journals/Design](http://Puslit.Petra.Ac.Id./Journals/Design)

Zamroni, Mohammad. 2018. “Desain Komunikasi Visual Journalism Online (Analisis Kualitatif Deskriptif Karakter Desain Komunikasi Visual Website suaramuslim.net)”, Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.