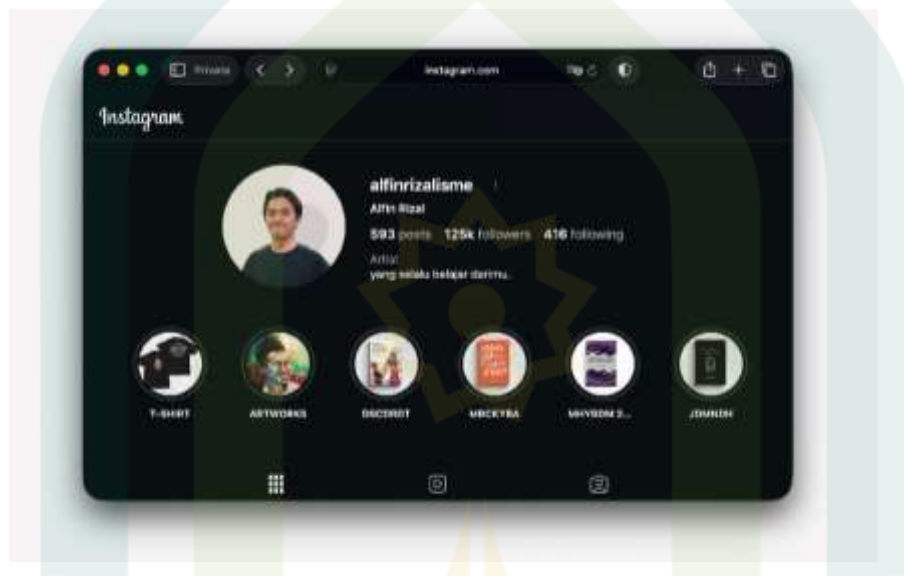




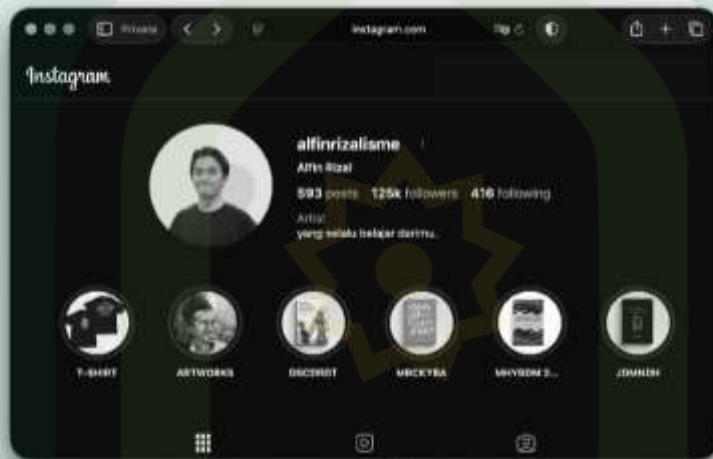
KOMUNIKASI DAKWAH VISUAL: ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PEIRCE PADA AKUN INSTAGRAM @alfinrizalisme



DIMAS KURNIAWAN PUTRA PRATAMA
NIM. 3419088



KOMUNIKASI DAKWAH VISUAL: ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PEIRCE PADA AKUN INSTAGRAM @alfinrizalisme



DIMAS KURNIAWAN PUTRA PRATAMA
NIM. 3419088

2026

**KOMUNIKASI DAKWAH VISUAL: ANALISIS
SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PEIRCE PADA AKUN
INSTAGRAM @alfinrizalisme**

SKRIPSI

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



Oleh :

DIMAS KURNIAWAN PUTRA PRATAMA
NIM. 3419088

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2026**

**KOMUNIKASI DAKWAH VISUAL: ANALISIS
SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PEIRCE PADA AKUN
INSTAGRAM @alfinrizalisme**

SKRIPSI

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



Oleh :

DIMAS KURNIAWAN PUTRA PRATAMA
NIM. 3419088

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2026**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dimas Kurniawan Putra Pratama
NIM : 3419088
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah
Judul Skripsi : Komunikasi Dakwah Visual: Analisis Semiotika
Charles Sanders Peirce Pada Akun Instagram
@alfinrizalisme

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi ini 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.

Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya, 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, 25 Juni 2026
Yang Menyatakan,



Dimas Kurniawan Putra Pratama
NIM. 3419088

NOTA PEMBIMBING

Lamp : 4 (Empat) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi Sdr. Dimas Kurniawan Putra Pratama

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah
c.q Ketua Program Studi 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 : Dimas Kurniawan Putra Pratama
NIM : 3419088
Judul : **KOMUNIKASI DAKWAH VISUAL: ANALISIS SEMIOTIKA
CHARLES SANDERS PEIRCE PADA AKUN INSTAGRAM
@alfinrizalisme**

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, 25 Juni 2026
Pembimbing,


Dr. H. Muhandis Azzuhri, Lc., M.A.
NIP. 197801052003121002



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/i:

Nama : **DIMAS KURNIAWAN PUTRA PRATAMA**
NIM : **3419088**
Judul Skripsi : **KOMUNIKASI DAKWAH VISUAL: ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PEIRCE PADA AKUN INSTAGRAM @alfinrizalisme**

yang telah diujikan pada Hari Hari Kamis, 09 Juli 2026 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

Dr. Ani, M.Pd.I
NIP. 198503072015032007

Penguji II

Miftahul Huda, M.Sos.
NIP. 199207022023211021

Pekalongan, 11 Juli 2026
Disahkan Oleh



Dr. Tri Astutik Haryati, S.Ag., M.Ag
NIP. 197411182000032001

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan skripsi 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:

A. 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	Ẓ	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	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	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

Vokal Tunggal	Vokal Rangkap	Vokal Panjang
أ = a		أ = ā
إ = i	إي = ai	إِيَّه = ī
أ = u	أو = au	أَوْ = ū

C. Ta Marbutah

Ta marbutah hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh:

مرأة جميلة ditulis *mar'atun jamiilatun*

Ta marbutah mati dilambangkan dengan /h/

Contoh;

فاطمة ditulis *faatimatun*

D. Syaddad (Tasydid, geminasi)

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

Contoh:

رَبَّنَا ditulis *rabbanaa*

الْبِرِّ ditulis *albirra*

E. 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 ditulis *asy-syamsu*

الرجل ditulis *ar-rajulu*

السيدة ditulis *as-sayyidatu*

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

Contoh:

القمر ditulis *al-qomaru*

البدیع ditulis *al-badiiu*

الجلال ditulis *al-jalaalu*

F. Huruf Hamzah

Hamzah yang terletak diawal tidak ditransliterasikan. Akan tetapi jika hamzah berada ditengah atau diakhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof /'/.

Contoh:

امرت ditulis *umirtu*

شيء ditulis *syai'un*

PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah SWT atas nikmat sehat, dan karunia baik lainnya yang diberikan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik dan di waktu yang tepat (maaf terlambat). Tak lupa shalawat serta salam penulis sampaikan pada nabi akhir zaman pembawa jalan terang Nabi Muhammad SAW., semoga kita semua senantiasa mendapat syafaatnya di Yaumil Akhir kelak. Aamiin. Oleh karena itu, dengan rasa bangga dan bahagia penulis ucapkan rasa syukur dan terima kasih kepada:

1. Allah SWT., yang telah memberikan kesehatan, kelancaran, kemudahan, rahmat, hidayah, sehingga hanya atas izin dan karunia-Nya lah skripsi ini dapat dibuat dan diselesaikan di waktu yang tepat.
2. Untuk kedua orang tua saya, Bapak Yudi Eryanto dan Ibunda saya Masruroh yang selalu memberikan motivasi dan kasih sayang, selalu sabar menunggu saya wisuda untuk berswafoto bersama keluarga serta doa-doa baik yang melangit untuk saya dalam segala hal.
3. Bapak Heriyanto, S.Sy., M.S.I. selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan arah selama saya menempuh pendidikan ini.
4. Bapak Dr. Muhandis Azzuhri, Lc., M.A. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah banyak meluangkan waktu, mendampingi, memberikan masukan, kritikan, saran, serta semangat kepada penulis selama penelitian dan penyusunan skripsi.
5. Ibu Mukoyimah, M.Sos., dan Bapak Dimas Prasetya, M.A., selaku Kepala Program Studi dan Sekretaris Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah membantu dan memberikan motivasi serta arahan dalam penyusunan skripsi.
6. Seluruh dosen dan staff Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah serta program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan, bimbingan, dan pengalaman selama masa perkuliahan.
7. Seseorang yang senantiasa memberikan inspirasi, doa, dorongan, semangat, motivasi serta membantu dan selalu bersabar

menghadapi segala *roller-coaster* perjalanan dari masa awal perkuliahan hingga penyusunan dan penyelesaian skripsi ini serta bisa membantu saya sampai di titik sekarang ini.

8. Teman *online* saya, Haikal Romi yang telah memberikan saya fasilitas berupa laptop dalam menunjang penyelesaian skripsi ini. Serta Kautsar Herlambang yang telah meluangkan waktu untuk bertukar pikir dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Teman-teman seangkatan baik yang sedang menyusun dan menyelesaikan bersama maupun sudah lulus terlebih dahulu, telah mengisi dan membersamai segala pengalaman semasa perkuliahan hingga selesainya masa perkuliahan ini. Gilang, Didin, Falah, Ezap, Barok, Faris, Huda, Haidar, Najib, dan semua teman-teman KPI Angkatan 2019.
10. *Last but not least, i wanna thank me. I wanna thank me for believing in me, i wanna thank me for doing all this hard work, i wanna thank me for having no days off, i wanna thank me for never quitting, i wanna thank me for always being a giver and trying give more than i receive, i wanna thank me for trying to do more right than wrong, i wanna thank me for just being me at all times.*

MOTTO

“Until death, all defeat is psychological.”

-Jocko Willink.



ABSTRAK

Dimas Kurniawan Putra Pratama. Komunikasi Dakwah Visual: Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce Pada Akun Instagram @alfinrizalisme. Skripsi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Pembimbing Dr. H. Muhandis Azzuhri, Lc., M.A

Kata Kunci: Dakwah Visual, Desain Komunikasi Visual, Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce.

Perkembangan media sosial menghadirkan pendekatan baru dalam dakwah untuk menjangkau generasi Z, salah satunya melalui akun Instagram @alfinrizalisme yang menyampaikan pesan dakwah melalui ilustrasi digital dan kutipan keislaman. Rumusan masalah penelitian ini adalah (1) bagaimana unsur desain komunikasi visual dalam poster akun Instagram @alfinrizalisme, dan (2) bagaimana pesan dakwah di dalamnya melalui analisis semiotika Charles Sanders Peirce.

Penelitian ini dilandasi teori komunikasi dakwah, desain komunikasi visual dengan empat unsurnya, yakni warna, ilustrasi, tipografi, dan layout. Serta semiotika Charles Sanders Peirce dengan model triadic, yakni representamen, object (ikon, indeks, simbol), dan interpretant. Pesan dakwah diklasifikasikan berdasarkan empat nilai dakwah menurut Yusuf Qordhowi.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis semiotika Peirce terhadap delapan sampel poster yang dipilih berdasarkan klasifikasi nilai dakwah tersebut. Data dikumpulkan melalui observasi, dokumentasi, dan studi pustaka, kemudian dianalisis menggunakan model triadik.

Hasil penelitian menunjukkan poster akun @alfinrizalisme memadukan empat unsur desain komunikasi visual, yakni warna dengan tone lembut, ilustrasi hasil gambar ulang video real footage, tipografi yang mudah dibaca dengan penekanan kata penting, serta layout picture window dengan ilustrasi mendominasi. Ilustrasi berperan sebagai ikon sekaligus indeks peristiwa nyata, sedangkan kutipan ayat dan quotes tokoh menjadi simbol penguat makna. Kedelapan poster mengandung pesan tauhid rububiyah dan uluhiyyah, persaudaraan yang melampaui perbedaan, keadilan ekonomi melalui sedekah, serta toleransi antarumat beragama dan keberpihakan pada korban perang sebagai wujud perdamaian dunia. Dengan demikian, akun Instagram @alfinrizalisme tidak hanya menyajikan karya seni, tetapi juga menjadi media dakwah yang menyampaikan nilai keislaman secara kontekstual.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Puji syukur saya sampaikan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul Komunikasi Dakwah Visual: Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce Pada Akun Instagram @alfinrizalisme. sebagai syarat untuk mencapai gelar Sarjana Sosial.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya sampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M. Ag selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
2. Dr. Tri Astutik Haryati, M. Ag selaku Dekan FUAD UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
3. Mukoyimah, M. Sos selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam FUAD UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
4. Dr. H. Muhandis Azzuhri, Lc., M.A selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini
5. Heriyanto, S. Sy, M.S.I selaku Dosen Pembimbing Akademik selama kuliah
6. Seluruh dosen Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah serta prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, yang telah memberikan bekal dan ilmu pengetahuan, bimbingan dan pengalaman berharga selama perkuliahan.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Pekalongan, 3 Juli 2026

Dimas Kurniawan Putra Pratama

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI	v
PERSEMBAHAN	viii
MOTTO	x
ABSTRAK	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan Penelitian	7
E. Penelitian Relevan	7
F. Kerangka Berpikir	10
G. Metode Penelitian	11
H. Sistematika Pembahasan	15
BAB II KOMUNIKASI DAKWAH, DESAIN KOMUNIKASI VISUAL, DAN SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PEIRCE	17
A. Komunikasi Dakwah	17
B. Desain Komunikasi Visual	26
C. Semiotika Charles Sanders Peirce	35

BAB III GAMBARAN UMUM AKUN INSTAGRAM @alfinrizalisme, ANALISIS UNSUR DESAIN KOMUNIKASI VISUAL, DAN ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PEIRCE TERHADAP POSTER DI AKUN INSTAGRAM @alfinrizalisme	38
A. Profil Akun Instagram @alfinrizalisme	38
B. Data Penelitian	43
C. Unsur Komunikasi Visual dalam Poster Akun Instagram @alfinrizalisme.....	51
D. Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce Dalam Unggahan Poster Akun Instagram @alfinrizalisme	53
BAB IV PEMBAHASAN ANALISIS UNSUR DESAIN KOMUNIKASI VISUAL DAN ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PEIRCE DALAM UNGGAHAN AKUN INSTAGRAM @alfinrizalisme	58
A. Pembahasan Analisis Unsur Komunikasi Visual Pada Akun Instagram @alfinrizalisme	58
B. Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce dalam Akun Instagram @alfinrizalisme terhadap Nilai Dakwah Menurut Yusuf Qordhowi	76
BAB V KESIMPULAN	113
A. Kesimpulan	113
B. Saran.....	114
DAFTAR PUSTAKA	115

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Daftar poster yang dianalisis	43
Tabel 3. 2 Unsur Komunikasi Visual dalam Konten.....	51
Tabel 3. 3 Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce.....	53
Tabel 4. 1 Psikologi Warna.....	58
Tabel 4. 2 Unsur Warna	60
Tabel 4. 3 Unsur Ilustrasi	68
Tabel 4. 4 Unsur Layout.....	74
Tabel 4. 5 Analisis Poster Tauhid 1	77
Tabel 4. 6 Analisis Poster Tauhid 2	82
Tabel 4. 7 Analisis Poster Persamaan dan Persaudaraan Manusia 1...	86
Tabel 4. 8 Analisis Poster Persamaan dan Persaudaraan Manusia 2...	91
Tabel 4. 9 Analisis Poster Keadilan 1.....	96
Tabel 4. 10 Analisis Poster Keadilan 2.....	100
Tabel 4. 11 Analisis Poster Perdamaian Dunia 1	104
Tabel 4. 12 Analisis Poster Perdamaian Dunia 2	109

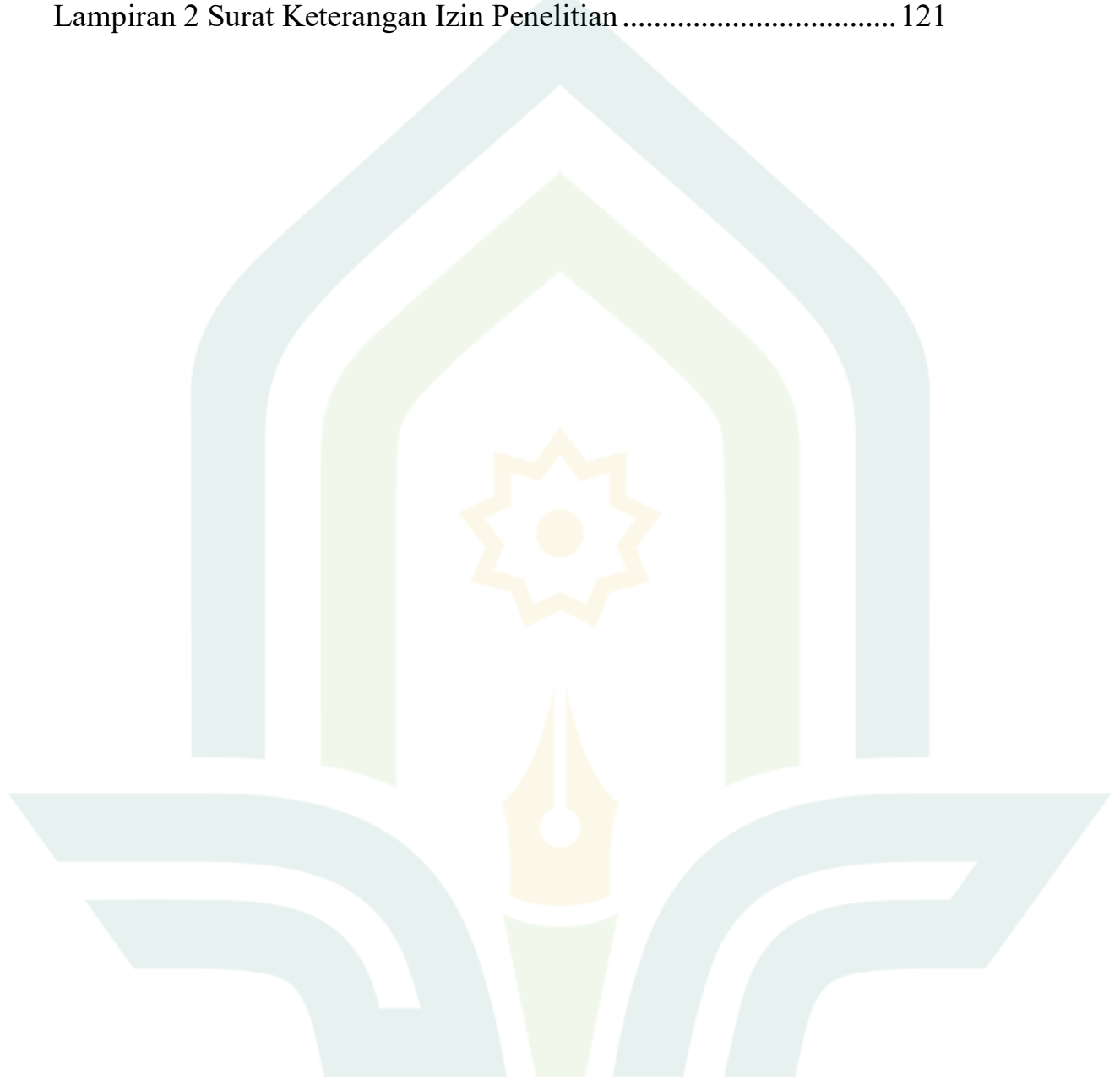
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Segitiga Makna Charles Sanders Peirce.....	36
Gambar 3. 1 Tampilan Akun Instagram @alfinizationalisme.....	38
Gambar 4. 1 Contoh Font Boyrun.....	72
Gambar 4. 2 Contoh Font Cochin LT Std	72
Gambar 4. 3 Contoh Font Avenir Next	72



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Riwayat Hidup.....	120
Lampiran 2 Surat Keterangan Izin Penelitian	121



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi telah menjamur begitu pesat di seluruh dunia. Perkembangan tersebut membawa beragam inovasi dengan membawa dampak yang dapat memudahkan manusia. Salah satu perkembangan teknologi tersebut ialah internet, dimana mulai dikenal pada tahun 1980-an dan kemudian mulai dikembangkan pada tahun 1990 dari sejak saat itulah internet terus berkembang hingga saat ini.¹ Hadirnya internet menjadikannya sebagai media komunikasi yang baru, mewujudkan perubahan nyata dalam desain dunia media komunikasi.² Internet membawa dampak baru dalam sektor media komunikasi, yakni memudahkan para penggunanya dalam mencari informasi ataupun berkomunikasi yang dapat dilakukan tanpa mengenal batas waktu serta wilayah selama terhubung dengan internet, salah satunya melalui sosial media.

Kemudahan dalam bersosialisasi ataupun mencari informasi yang dibawa oleh internet telah melahirkan berbagai macam *platform* sosial media, diantaranya Instagram, Facebook, Twitter, Tiktok, dan lain sebagainya. Instagram menjadi satu dari sekian jejaring media sosial yang populer di Indonesia. Data tersebut dapat dibuktikan dari data yang juga dihimpun oleh Data Reportal, yang dimana Instagram menjadi aplikasi yang digunakan oleh masyarakat Indonesia kedua setelah *WhatsApp*, yakni 86,5% pengguna berusia 16-64 tahun. Angka yang dipublikasi Meta menunjukkan jika Instagram memiliki 89,15 juta pengguna di Indonesia pada awal tahun 2023.³ Maka jika dihitung hingga sekarang memungkinkan adanya kenaikan signifikan dari penggunaan

¹ Siti Rohaya, "Internet: Pengertian, Sejarah, Fasilitas dan Koneksinya", *Jurnal Fihris: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*, Vol. III No. 1 (2017), hlm. 3

² Ida Ayu Nadia Varenia, Ida Bagus Yudha Phalguna, "Implikasi Media Baru Sebagai Media Komunikasi dan Teknologi Informasi", *Jurnal Ilmiah Komunikasi Hindu: Institut Agama Hindu Negeri Gde Pudja Mataram*, Vol. 4 No. 1 (2022), hlm. 627

³ Syarifuddin Pohan, Rahayu Indah Ramadhan, Dana Alfi Anjani, Reinhard Pasaribu, "Komunikasi Politik Calon Presiden Ganjar Pranowo Melalui Personal Branding Jelang Pilpres Tahun 2024 di Instagram", *Nivedana: Jurnal Komunikasi dan Bahasa*, Vol. 4 No. 2, (2023), hlm. 419

instagram itu sendiri. Instagram merupakan suatu aplikasi media sosial berbasis internet yang memungkinkan para penggunanya untuk membagikan dan juga mengabadikan momen dalam format foto maupun video, selain itu pengguna juga dapat saling berbagi pesan kepada pengguna lain dan juga berbagai fitur lain yang dibawa oleh Instagram.

Hadirnya media sosial sebagai perkembangan dari kemajuan teknologi telah membawa fenomena komunikasi dengan cara baru yang mencakup berbagai aspek, salah satunya dalam berdakwah. Syekh Ali Mahfud menjelaskan, dakwah adalah memotivasi manusia agar melakukan kebaikan menurut petunjuk, menyuruh mereka berbuat kebajikan dan melarang mereka berbuat kemungkaran, agar mereka mendapat kebahagiaan dunia dan akhirat.⁴ Dakwah dan komunikasi memiliki keterkaitan yang tidak dipisahkan. Dalam hal ini, sama halnya dengan cara komunikasi yang mulai beradaptasi dengan teknologi, begitu halnya dengan berdakwah. Sehingga dakwah pada masa sekarang tidak hanya dilakukan melalui media tradisional, yang dimana hanya sebatas bertatap muka secara langsung atau ceramah dari mimbar ke mimbar, akan tetapi aktivitas dakwah harus mulai beradaptasi beriringan dengan perkembangan zaman.

Generasi Z, yang dimana lahir antara tahun 1997 hingga 2012, merupakan generasi yang tumbuh serta berkembang dalam era digital. Generasi tersebut memiliki karakteristik tersendiri dalam mengakses serta mengonsumsi informasi, termasuk juga kecenderungan terhadap konten yang visual, interaktif, dan mudah diakses melalui perangkat mobile.⁵ Sehingga pada saat ini, dakwah harus mulai beradaptasi melalui pemanfaatan internet sebagai jembatan dalam penyampaian. Dalam hal ini, dibutuhkannya da'i yang mampu beradaptasi dengan teknologi dengan memanfaatkan media digital untuk menyampaikan dakwah secara luas, menarik dan mudah diakses tanpa mengurangi substansi ajaran islam. Namun faktanya, tidak semua da'i mampu beradaptasi dengan teknologi yang dimana tidak semua da'i memiliki kemampuan

⁴ Ahmad Hawassy, *Pengantar Ilmu Retorika Dakwah*, (Tangerang: PT. Ruang Rosadi Corpora, 2023), hlm. 25

⁵ Noviana Aini, "Pemanfaatan Media Dakwah Platform Digital di Era Generasi Z", *Jurnal Lintas Negara* Vol. 5 No. 2, (Desember, 2023), hlm. 110

teknis atau strategi yang memadai dalam pemanfaatan teknologi serta masih berpegang pada metode tradisional yang cenderung kurang menarik, terutama bagi generasi muda atau generasi Z yang lebih menyukai konten visual dan interaktif.⁶ Penggunaan internet sangat penting untuk memahami perilaku digital mereka hingga mahir memanfaatkan teknologi untuk mengakses informasi, terhubung dengan orang lain serta mengekspresikan diri secara kreatif.⁷

Dakwah melalui Instagram sebagai medianya yang dimana penyampaian nilai-nilai dakwah atau materi ke-Islaman yang disajikan dalam bentuk visual mulai banyak diimplementasikan oleh para pelaku dakwah, salah satunya akun Instagram dengan nama pengguna @alfinrizalisme. Akun tersebut konsisten menggunakan konten digital sebagai jembatan dalam menyampaikan dakwahnya, yang dimana di dalamnya berisi karakter ilustrasi digital yang dibuat dari video real atau video *real footage* yang terjadi di jalan-jalan untuk kemudian dipadukan, baik itu dengan kutipan ayat Al-Qur'an maupun *quotes* dari para tokoh.

Poster merupakan salah satu media yang berupa desain grafis yang berisi informasi berupa iklan atau pengumuman yang dipajang di tempat umum yang bertujuan untuk mengumumkan atau mengajak banyak orang untuk melakukan sesuatu sesuai dengan yang tertulis pada poster.⁸ Namun seiring perkembangan dengan teknologi, keberadaan poster tidak hanya terdapat pada dinding, maupun mading saja. Akan tetapi juga tersebar luas dan kita dapat melihatnya melalui media sosial dengan berbagai macam jenis pesannya, baik itu yang berisi ujaran kebencian, politik, hingga menjadi media dan strategi baru bagi para *da'i* dalam berdakwah.⁹

Komunikasi visual dan Instagram memiliki kaitan yang erat. Komunikasi visual sendiri menurut Martin Lester adalah segala bentuk

⁶ Noviana Aini, "Pemanfaatan Media Dakwah Platform Digital di Era Generasi Z", *Jurnal Lintas Negara* Vol. 5 No. 2, (Desember, 2023), hlm. 110

⁷ Gracia Rachmi Adiarsi, "Motivasi Penggunaan Media Sosial di Kalangan Mahasiswa Gen-Z", *Jurnal Nomosleca* Vol. 10 No. 2, (Oktober 2024), hlm. 271

⁸ Mustofa Hilmi, *Buku Ajar Pengantar Desain Komunikasi Visual*, (Pekalongan: Nasya Expanding Management, 2022), hlm 77.

⁹ Muh. Heriadi, Tawvicky Hidayat, "Analisis Diksi dan Gaya Bahasa Dalam Poster Dakwah Pada Akun Instagram @Bantu_Dakwah", *Al-Ittishol: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* Vol. 4 No. 1 (Januari 2023), hlm. 54

pesan yang menstimulasi indra penglihatan yang dipahami oleh orang yang menyaksikannya. Komunikasi visual merupakan proses komunikasi dengan mengutamakan indra visual antara komunikator dan komunikan dan menghasilkan *feedback* tertentu.¹⁰ Dalam menyajikan konten dakwah melalui komunikasi visual, desain memiliki peran penting dalam menarik serta memberi pengaruh kepada audiensi dalam proses penyebaran pesan-pesan dakwah. Tidak hanya berfokus dalam kemenarikan atau estetika juga berfokus pada bagaimana penyampaian atau mengkomunikasikan pesan-pesan dakwah tersebut sehingga pesan pun bisa tersampaikan dengan baik.

Di dalam akun instagram @alfinrizalisme tersebut beliau mencoba menyesuaikan perkembangan teknologi serta mempertimbangkan agar viewers akun tersebut dapat dinikmati oleh kalangan, terutama generasi Z. Adanya penelitian yang mengungkap tentang unggahan konten dan informasi kreatif seputar islam yakni konten dakwah dan agenda kegiatan kajian rutin berhasil membuat pengikutnya untuk berkunjung ke akun @realmasjid.info yang dimana menyebarkan pesan-pesan keislaman yang relevan dengan kehidupan mereka dapat menarik para pengikutnya¹¹. Dalam hal ini sejalan dengan penelitian ini yang membedakannya dari segi objeknya di Instagram @alfinrizalisme yang dimana dalam menyampaikan dakwahnya menggunakan ilustrasi karakter yang dibuat dari video real atau aktivitas real yang ditemukan di jalan-jalan untuk kemudian diselipkan kutipan-kutipan Al-Qur'an, hadist, ataupun penggalan kalimat. Selain itu juga, dalam penelitian tersebut belum menganalisis unsur-unsur komunikasi visual serta bagaimana makna yang terkandung dalam Posternya. Sehingga penelitian ini akan menganalisis komunikasi visual dalam akun @alfinrizalisme dan bagaimana makna yang terkandung dalam Posternya.

Pemilihan akun Instagram @alfinrizalisme sebagai objek penelitian didasarkan pada konsistensi akun tersebut dalam menyajikan konten

¹⁰ Pundra Rengga Andhita, *Komunikasi Visual*, (Purwokerto: Zahira Media Publisher, 2021), hlm. 3

¹¹ Naufaldhi, M. R. (2024). *Strategi Kreatif Komunikasi Dakwah di Media Sosial Untuk Generasi Z Studi Kasus Realmasjid 2.0* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).

dakwah berbasis visual yang khas, reflektif, dan dekat dengan realitas kehidupan anak muda. Akun ini tidak hanya menyampaikan pesan keislaman secara normatif, tetapi juga mengemasnya dalam bentuk visual yang komunikatif dan simbolik. Hingga saat ini, belum banyak penelitian yang secara spesifik mengkaji akun @alfinrizalisme menggunakan pendekatan semiotika Peirce, sehingga penelitian ini memiliki kebaruan (*novelty*) dan relevansi akademik, yakni desain komunikasi visual pada poster akun Instagram @alfinrizalisme, kemudian *object* dalam semiotik Pierce mempunyai tiga klasifikasi yakni ikon, indeks dan simbol. Hal tersebut digunakan untuk menganalisis data peneliti nanti sebagai jembatan memperoleh nilai dakwah pada konten tersebut. Dengan demikian, topik penelitian ini diharapkan layak untuk diteliti karena mampu memperkaya kajian komunikasi dakwah, khususnya dalam konteks dakwah visual di media sosial.

Penyampaian dakwah melalui komunikasi visual pada akun instagram @alfinrizalisme, mencakup penggunaan bahasa kata (*verbal*), termasuk juga lambang, gambar, warna ataupun juga pada simbol (*non-verbal*). Adapun pengondisian pesan didesain mengikuti konsep yang ditumpahkan melalui simbol atau tanda yang representatif akan penyampaian tujuan tertentu, yang dimana dari hal tersebut dapat dikaji dan diteliti melalui jalan bedah teori semiotika *triadic model* oleh Charles Sanders Peirce.¹² Teori semiotika milik Charles Sanders Peirce digunakan untuk membedah makna dari ilustrasi dakwah komunikasi visual yang dilakukan oleh @alfinrizalisme.¹³

Melalui teori semiotika dari Charles Sanders Peirce, peneliti akan menganalisis berdasarkan uraian tersebut, peneliti tertarik untuk mengkaji lebih lanjut mengenai dakwah melalui komunikasi visual yang disajikan oleh akun Instagram @alfinrizalisme dengan menggunakan analisis Semiotika Charles Sanders Peirce yang berjudul Komunikasi Dakwah Visual (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce Dalam Akun Instagram @alfinrizalisme).

¹² Arifah Armi Lubis, "Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce Pada Sampul Annual Report Bank BCA", *IKRA-ITH Humaniora* Vol. 5, No. 1 (2021), hal. 186

¹³ Hening Laksani & Brilindra Pandawangi, "Analisis Semiotika Pada Iklan dan Implikasinya Dalam Pembelajaran Bahasa Inggris Prodi Desain Komunikasi Visual", *Aksa Jurnal Komunikasi Visual* Vol. 6, No. 2 (Mei 2023), hlm. 945

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang telah dijelaskan, maka adapun beberapa hal yang akan dikaji terkait penelitian yang berjudul yaitu:

1. Bagaimana unsur desain komunikasi visual dalam poster di akun Instagram @alfinrizalisme?
2. Bagaimana pesan dakwah yang terkandung dalam komunikasi visual melalui analisis semiotika Charles Sanders Peirce dalam akun Instagram @alfinrizalisme?

C. Tujuan Penelitian

Dari pejabaran latar belakang dan rumusan masalah di atas, peneliti menetapkan tujuan guna mendalami interpretasi komunikasi dakwah visual terhadap poster serta analisis semiotika model Charless Sander Peirce dalam akun Instagram @alfinrizalisme.

1. Untuk mengetahui unsur desain komunikasi visual dalam unggahan poster akun Instagram @alfinrizalisme.
2. Untuk mengetahui pesan yang terkandung dalam unggahan dakwah visual melalui analisis semiotika Charles Sanders Peirce akun Instagram @alfinrizalisme.

D. Kegunaan Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan penulisan penelitian ini bisa menjadi acuan atau berkontribusi untuk bidang akademik. Mulai dari pendalaman ilmu hingga perluasan wawasan untuk penelitian selanjutnya khususnya dalam penelitian komunikasi dakwah visual.

2. Manfaat akademis

Peneliti berharap penelitiannya bisa dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya dalam hal ini penyempurnaan untuk penelitian selanjutnya, terutama program studi komunikasi dan penyiaran islam guna mengkaji mengenai analisis semiotika model Charles Sander Pierce.

3. Manfaat Praktis

Kehadiran penelitian ini diharapkan menambah referensi tambahan bagi generasi pengguna media sosial dalam memandu

pemanfaatnya secara positif terutama jembatan dakwah yang berkelanjutan melalui komunikasi visual.

E. Penelitian Relevan

Sebelum melakukan penelitian ini, peneliti melakukan beberapa pengamatan terhadap penelitian-penelitian terdahulu yang memiliki persamaan dengan penelitian yang akan dilaksanakan diantaranya meliputi:

Pertama, skripsi yang berjudul “Komunikasi Visual Akun Instagram @quranreview Dalam Menyajikan Dakwah Kontemporer Islam Berkemajuan” oleh Reihana Bornov Ramadhani dari program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penelitian ini berfokus pada kemajuan teknologi dan komunikasi yang membawa dakwah kontemporer atau cara baru dalam berdakwah. Dalam hal ini @quranreview sebagai akun yang bergerak dalam bidang dakwah melalui komunikasi visual dalam Instagram.¹⁴ Persamaan dengan penelitian tersebut adalah peran komunikasi visual dalam penyampaian pesan dakwah di era perkembangan teknologi. Sedangkan perbedaan penelitian tersebut adalah dari sisi objek yang digunakan dalam penelitian tersebut serta belum adanya kajian mengenai tanda dan makna melalui teori semiotika.

Kedua, jurnal dengan judul “Dakwah Visual: Ekspresi Keimanan Seorang Muslim Dalam Bentuk Poster Digital” oleh Ahmad Faiz Muntazori, Bambang Sunarto, dan Tommy Christomy dalam jurnal Human Narratives Volume 1, Nomor 2 2020. Penelitian ini berfokus pada peran komunikasi visual sebagai media persuasif dalam menyampaikan ajaran-ajaran Islam melalui elemen-elemen visual dan teks. Riset di atas berupaya memahami pemaknaan pesan visual oleh desainer melalui poster dakwah. Riset tersebut memanfaatkan penggunaan metode kualitatif yang mana penyajian data dalam bentuk narasi dan gambar. Pendalaman analisisnya dikulik secara mendalam melalui teori semiotika dari Charles Sanders Peirce yang dilihat dari tiga tanda seperti representamen, objek, dan interpretan. Hasil dari penelitian tersebut

¹⁴ Reihana Bornov Ramadhani, “Komunikasi Visual Akun Instagram @quranreview Dalam Menyajikan Dakwah Kontemporer Islam Berkemajuan”. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, (Yogyakarta, 2025).

adalah bahwa poster dakwah yang berfungsi sebagai media persuasif kepada *mad'u* perihal kewajiban dalam beribadah. Selain berfokus pada pesan-pesan dakwah, poster tersebut juga memperhatikan aspek-aspek visual yang menarik agar pesan yang disampaikan lebih mudah diterima.¹⁵ Persamaan dari penelitian pada penelitian ini ialah metode dan pencarian masalah yang sama, yakni mencari tahu mengenai komunikasi visual yang dalam penelitian tersebut adalah poster, sebagai media untuk berdakwah. Sedangkan perbedaan dalam penelitian ini ialah objek kajian yang berbeda.

Ketiga, penelitian skripsi Moersito Al Ghifany (2025) UIN Prof K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Skripsi yang berjudul “Desain komunikasi Visual Sebagai Media Dakwah (Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Akun Instagram @OtoyCihuy).” Diteliti melalui pendekatan kualitatif dengan metode analisis semiotika Roland Barthes, riset tersebut fokus membedah tiga indikator yakni tipografi, ilustrasi, dan warna. Hasil penelitiannya menunjukkan adanya makna dan pemahaman tanda-tanda yang memiliki makna dan ajakan kepada khalayak media sosial untuk berbuat baik dan menjauhi keburukan. Persamaan penelitian ini sama-sama meneliti desain komunikasi visual pada akun instagram. Perbedaannya hanya di metode penelitian yang digunakan yakni semiotika Roland Barthes sedangkan penulis menggunakan semiotika Charles Sander Pierce.¹⁶

Keempat, skripsi yang berjudul “Karakter Desain Dakwah Visual Pada Akun Instagram @istgfr.id” oleh Nindia Aldama dari Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri pada tahun 2022. Latar belakang dari penelitian ini yaitu perubahan perilaku sosial dalam perkembangan teknologi yang mempengaruhi masyarakat dalam berkomunikasi. Sehingga dari hal tersebut pula kegiatan dakwah mulai beradaptasi dengan media penyampaian yang baru, salah satunya melalui desain visual. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk menganalisis elemen-elemen serta makna karakter dari desain visual sebagai

¹⁵Ahmad Faiz Muntazori, Bambang Sunarto, dan Tommy Christomy, “”, Human Narratives, Vol. 1 No. 2, (Jakarta, 2020)

¹⁶ Moersito Al Ghifany. “*DESAIN KOMUNIKASI VISUAL SEBAGAI MEDIA DAKWAH (Analisis Semiotika Roland Barthes pada Akun Instagram@ OtoyCihuy)*”, UIN Prof K.H. Saifuddin Zuhri (Purwokerto, 2025)

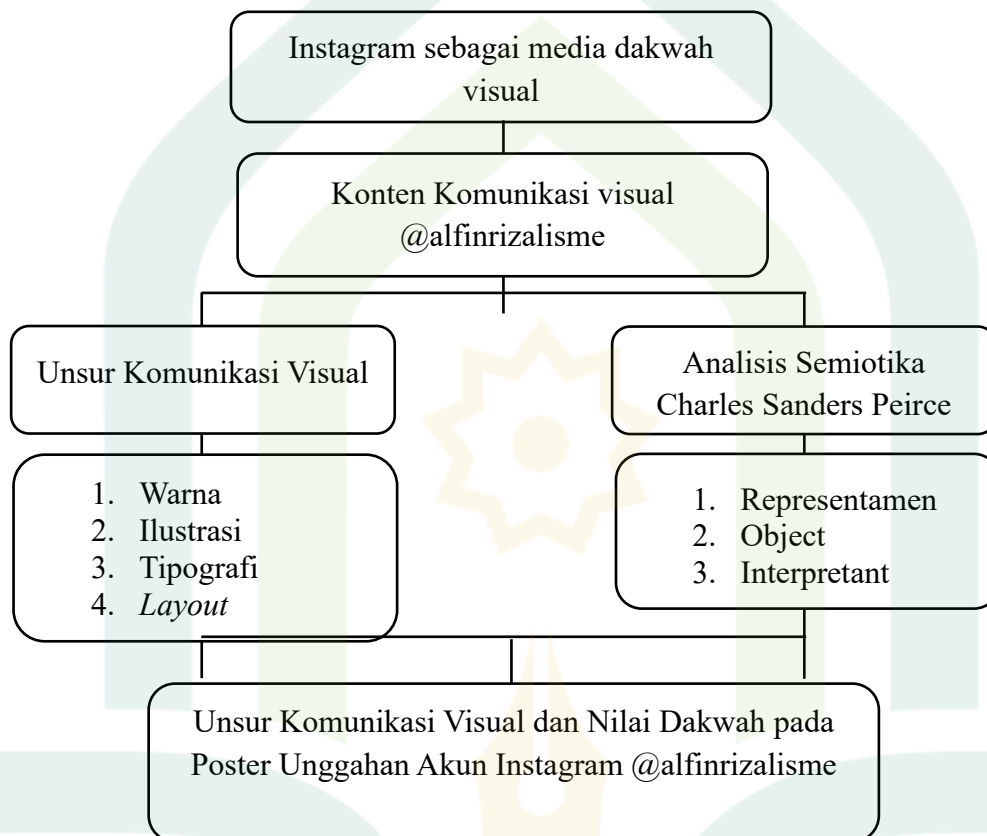
penyampaian pesan dakwah dalam konten unggahan akun Instagram @istgfr.id. Dikaji melalui pemanfaatan metode penelitian kualitatif, riset tersebut dibahas dengan teori semiotika dari Ferdinand de Saussure yang berfokus pada hubungan antara penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*) dengan mengulik makna dibalik visual dakwah melalui unggahan @istgfr.id. Adapun hasil dari penelitian menyatakan bahwa pengiriman pesan dakwah melalui media desain visual bersifat sederhana namun didukung oleh elemen visual atraktif serta tipografi yang mudah dibaca dalam akun Instagram @istgfr.id sangat efektif. Selain itu berdasarkan analisis semiotika dengan teori Ferdinand de Saussure desain visual yang diunggah oleh akun tersebut juga menyimpan pesan-pesan dakwah seperti menjauhi keburukan, ajakan untuk berbuat baik, dan memperbaiki diri sesuai dengan ajaran Islam.¹⁷ Persamaan dari penelitian ini adalah mengkaji dakwah yang dikemas dengan desain pada era digital. Sedangkan perbedaannya adalah objek yang dibawa serta teori yang digunakan dalam penelitian.

Kelima, skripsi dengan judul “Pesan Dakwah Melalui “Meme” dalam Group Meme Dakwah Islam Indonesia (Analisis Semiotika Ferdinand de Saussure)” oleh Nisa Syafa Farhani dalam Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri pada tahun 2022. Latar belakang dari penelitian ini yakni dalam era kemajuan terutama dalam bidang teknologi komunikasi dan informasi membawa perubahan dalam efektivitas kegiatan berdakwah terutama pengiriman pesan yang semakin dimudahkan. Sehingga da’i dalam berdakwah dituntut untuk lebih kreatif dalam menyampaikan pesan dakwah. Riset di atas ditunjukan guna tujuan untuk mengetahui pesan dakwah serta makna melalui analisis semiotika berdasarkan teori Ferdinand de Saussure dalam postingan di grup Facebook Meme Dakwah Islam. Dikaji melalui deskriptif kualitatif, temuan penelitian ini mengungkapkan bahwa meme dakwah yang diunggah pada grup tersebut menunjukkan jika tanda verbal memiliki keterkaitan dengan tanda visual akan makna yang disampaikan yang dalam hal ini ialah tentang pesan

¹⁷Nindia Aldama, *Karakter Desain Dakwah Visual Pada Akun Instagram @istgfr.id*, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri, (Purwokerto, 2022)

moral atau ajaran agama Islam.¹⁸ Persamaan dari penelitian adalah membahas perihal penyampaian pesan-pesan dakwah dengan media komunikasi visual, yakni pada penelitian tersebut menggunakan meme. Sedangkan perbedaan terletak pada objek kajian, teori yang dibawakan dan juga memiliki keunikan masing-masing.

F. Kerangka Berpikir



Bagan 1.1 Kerangka Berpikir

Sebagaimana kerangka berpikir ditampilkan, dimulai dengan mengidentifikasi masalah yang akan diangkat sebagai fokus dari kajian. Konsen dari pemecahan masalah penelitian yaitu menganalisis bagaimana Instagram dijadikan sebagai media dakwah visual dalam

¹⁸ Nisai Syaifai Fairhaini, *Piesain Daikwaih Mielailui "Miemie" Dailaim Grioup Miemie Daikwaih Islaim Indioniesiai (Anailisis Siemiitika Fierdinaind die Saïussurie)*, UIN Priof. K.H. Saiïfuddin Zuhri, (Purwiokierto, 2022)

akun Instagram @alfinrizalisme dengan mengetahui komponen komunikasi visual yang terkandung kemudian dianalisis dengan teori Semiotika Charles Sanders Peirce, sehingga dapat mengetahui makna atau nilai dakwah dalam unggahan akun tersebut.

Peneliti menetapkan sejumlah urutan langkah berdasarkan teori analisis semiotika Charles Sanders Peirce dalam segitiga makna/*triadic angle* di bawah ini:

1. Mengumpulkan temuan data dokumentasi melalui setiap unggahan akun Instagram @alfinrizalisme.
2. Menyeleksi hasil dari data-data yang dikumpulkan melalui penetapan sejumlah sampel desain konten berdasarkan sesuai kebutuhan penelitian yaitu konten komunikasi visual yang relevan sebagai pesan dakwah.
3. Menyusun data dan menyajikannya berdasarkan elemen-elemen dari desain visual untuk kemudian dianalisis melalui segitiga makna atau *triadic angle* dari teori semiotika Charles Sanders Peirce.
4. Menyimpulkan dan memberikan makna berdasarkan temuan hasil analisis bagaimana unggahan-unggahan dalam akun Instagram @alfinrizalisme tersebut mengandung makna pesan dakwah

G. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan kegiatan ilmiah yang berupaya mengumpulkan data yang dibutuhkan dalam penelitian bertahap mulai dari penentuan topik, pengumpulan data hingga menganalisis data.

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian dalam penelitian ini ialah *field research* atau penelitian lapangan. *Field Research* atau penelitian lapangan ialah suatu penelitian yang mengharuskan peneliti terjun langsung ke lokasi yang diteliti.¹⁹ Dalam hal ini, peneliti memilih akun media sosial Instagram @alfinrizalisme.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang dimana salah satu teknik penelitian yang berupaya mendekati fenomena melalui penumpahan deskripsi atas penafsiran makna dari terjadinya

¹⁹ Dewab Firmansyah & Febby Soesilo, *Sejarah Singkat Kecamatan Singosari dan Mengenal Tinggalan Kesenjariannya*, (Malang: Integensi Media, 2018), hlm. 12

fenomena, gejala, maupun kondisi sosial tertentu.²⁰ Peneliti menetapkan penggunaan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif melalui metode analisis semiotika Charles Sanders Peirce. Pendekatan kualitatif dipilih sebab berkesesuaian dengan tujuan dalam menganalisis data-data yang berbentuk objek visual dan teks dari unggahan akun Instagram @alfinrizalisme dengan mendalam untuk memahami makna dalam konteks komunikasi visual.

2. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah individu atau objek yang menjadi fokus dalam mendapatkan informasi, atau orang yang situasinya digunakan untuk menggambarkan kondisi latar belakang penelitian.²¹ Dalam penelitian kali ini, subjek penelitiannya adalah akun Instagram @alfinrizalisme.

b. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah subjek atau fenomena yang menjadi fokus dari suatu penelitian. Dalam hal ini berupa individu, kelompok, atau bahkan objek non-living seperti artefak, dokumen, atau data. Penelitian bertujuan memahami, menjelaskan, atau menguji sesuatu tentang objek tersebut.²² Objek yang menjadi fokus penelitian ini adalah karya desain visual yang diunggah oleh akun Instagram @alfinrizalisme, yang akan dianalisis menggunakan pendekatan semiotika yang dikembangkan oleh Charles Sanders Peirce.

3. Sumber Data

Rahmadi mengemukakan klasifikasi sumber data penelitian yang selaras dengan Bungin, dibagi atas pembagian berdasarkan sumbernya antara lain:²³

²⁰ Muhammad Rijal Fadli, "Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif", *Jurnal Humanikal*, Volume. 21, No. 1, 2021, Hlm. 36

²¹ Lexy J. Moleong, "Metode Penelitian Kualitatif". (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2017), hlm. 20.

²² Lexy J. Moleong, "Metode Penelitian Kualitatif". (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2017), hlm. 20.

²³ Markus Nduru, Adrianus Bawamenewi, Hendrikus Otniel Nasozaro Harefa, dan Berkat Persada Lase, "Upaya Guru Pendidikan Kewarganegaraan Dalam Menumbuhkan Budi Pekerti Siswa Melalui Gerakan Literasi Sekolah", *Inovasi: Jurnal Sosial Humaniora dan Pendidikan* Vol. 5 No. 1, (Januari, 2026), hlm. 135

a. Sumber data primer

Sumber data primer biasanya didapat dari pengamatan langsung.²⁴ Sumber data primer dari penelitian ini diperoleh dari unggahan akun Instagram @alfinrizalisme dan data tersebut berupa data gambar dan video reels Instagram. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh dari sejumlah unggahan desain visual dalam akun Instagram @alfinrizalisme yang mengandung tanda dakwah dalam poster dan mengelompokkannya berdasarkan pesan dakwah, yakni tauhid, persaudaraan dan persamaan manusia, keadilan, serta perdamaian dunia. Masing-masing diambil dua sampel, sehingga total unggahan yang dijadikan sebagai sampel sebanyak delapan unggahan poster.

b. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder merupakan perolehan data melalui perantara yang berasal dari sumber pendukung atau sumber data kedua yang didapatkan dari data tambahan yang dibutuhkan dalam penelitian. Sumber data sekunder pada penelitian ini yaitu referensi relevan dari buku, jurnal, dan sumber lainnya.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yaitu langkah sistematis yang mendukung strategi dengan muara menghimpun data dalam penelitian.²⁵ Proses mengumpulkan data juga sangat penting untuk mengkaji keabsahan data. Peneliti telah menetapkan urutan langkah dalam pengumpulan data di bawah ini:

a. Observasi

Observasi adalah suatu proses mencari bahan data yang diperoleh secara langsung dari lapangan.²⁶ Observasi dipahami sebagai teknik mengumpulkan data melalui pemantauan terhadap

²⁴ Nurul Melaini Haifai, Indaih Naibillai, Virdai Raihmaitika, Rully Hidaiaitullaih, dan Hairmionedi, "Identifikasi Variabel Penelitian, Jenis Sumber Data dalam Penelitian Pendidikan", *Dinamika Pembelajaran: Jurnal Pendidikan dan Bahasai* Vol. 2 No. 2 (Mei, 2025), hlm. 256

²⁵ Muhamad Ridwan Habibi, dkk., "Implementasi Manajemen Pendidikan Karakter di SD Negeri Landah Lombok Tengah", *Jurnal Ilmiah Global Education* Vol. 4 No. 1, (Maret, 2023), hlm. 426

²⁶ Gigih Daruhaidi dan Piai Siopiaiti, "Pengumpulan Data Penelitian", *J-CEKI: Jurnal Cendekiawan Ilmiah* Vol. 3 No. 5, (Agustus, 2024), hlm. 5428

objek penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti mengamati beberapa unggahan dakwah visual melalui poster desain dalam akun Instagram @alfinrizalisme. Dimana pengumpulan datanya dengan mengamati isi konten untuk kemudian *screenshot* gambar-gambar dari postingan yang diteliti yang berisikan dakwah dalam unggahan-unggahan dalam akun Instagram @alfinrizalisme.

b. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data baik itu berbentuk gambar maupun tulisan ataupun bahan-bahan referensi lainnya yang berkaitan dengan fenomena penelitian sebagai sumber data.²⁷ Dalam konteks penelitian ini, peneliti mendokumentasikan dengan cara mengumpulkan berbagai data atau informasi dan bahan poster dari unggahan akun Instagram @alfinrizalisme. Data tersebut didapat melalui penelusuran secara online yang kemudian pendokumentasinya melalui pengumpulan lewat *screenshot*.

5. Metode Analisis Data

Analisis data mengandung berbagai kajian serta cara mengolah suatu data mentah menjadi informasi yang terkoreksi, tertata dan disederhanakan. Analisis data merupakan tahapan pengondisian alur sistematis yang memasukan bahan kajian melalui pemetaan kategori, pola maupun satuan dasar. Analisis mencakup langkah nyata dalam menyederhanakan data guna mempermudah pemahaman dan pembacaan data.²⁸ Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data terkait, yakni beberapa unggahan dalam akun Instagram @alfinrizalisme untuk kemudian peneliti menggunakan teori semiotika Charles Sanders Peirce (*Representamen, object, dan interpretant*).

Dalam penelitian ini akan dilakukan beberapa prosedur metode Teknik analisis data semiotika sehingga mencapai pemahan dan hasil yang akurat. Berikut Langkah-langkah yang peneliti akan lakukan:

²⁷ Gigih Dairuhaidi dan Pia Siopiaiti, "Pengumpulan Data Penelitian", *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah* Vol. 3 No. 5, (Agustus, 2024), hlm. 5430

²⁸ Rifa'I Abubakar, *Pengantar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga, 2021), hlm. 121

1. Mengumpulkan data yakni berupa pengumpulan temuan data dokumentasi melalui setiap unggahan akun Instagram milik @alfinrizalisme.
2. Menentukan unit yang akan dianalisis yakni menyeleksi beberapa temuan data yang akan digunakan sesuai kebutuhan peneliti.
3. Mengidentifikasi data konten komunikasi visual berdasarkan elemen-elemen dari desain komunikasi visual yakni warna, ilustrasi, tipografi, dan *layout*.
4. Menganalisis hasil tanda temuan komunikasi visual dengan teori semiotika Charles Sander Pierce yakni *Representamen*, *Object*, dan *Interpretant*. Dalam tahap ini memungkinkan muncul beberapa tanda yang tersirat sebagai pesan dakwah.
5. Menafsirkan dan memberi makna berdasarkan temuan hasil analisis bagaimana unggahan-unggahan akun Instagram milik @alfinrizalisme mengandung pesan-pesan dakwah.
6. Penarikan kesimpulan dari hasil analisis serta mengaitkan tujuan penelitian atau hipotesis dalam penelitian ini.

H. Sistematika Pembahasan

Peneliti menjabarkan rangkaian pembahasan pada penelitian ini, dengan membagi 5 (lima) bab, dimana bab tersusun atas sejumlah sub bab dengan detail yang diuraikan di bawah ini:

BAB I: Pendahuluan, Bab ini menjabarkan terkait latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, analisis teori, penelitian relevan, kerangka berfikir, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II: Komunikasi Dakwah, Desain Komunikasi Visual, dan Semiotika Charles Sanders Peirce, Bab membahas terkait teori yang menjelaskan teori-teori yang dijadikan sebagai landasan untuk penelitian antara lain yaitu: Dakwah, Desain Komunikasi Visual, Semiotika Charles Sanders Peirce, dan Instagram

BAB III: Gambaran Umum Akun Instagram @alfinrizalisme, Analisis Unsur Desain Komunikasi Visual, dan Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce Terhadap Poster Unggahan Akun Instagram @alfinrizalisme, Bab ini berisi mengenai ringkasan general dari akun

Instagram @alfinrizalisme berupa deskripsi singkat hingga aktivitas dakwah yang dilakukan akun Instagram @alfinrizalisme serta hasil penelitian.

BAB IV: Analisis Hasil Penelitian dan Pembahasan, bab ini berisi mengenai pembahasan analisis hasil penelitian. Dalam hal ini pada bab ini merupakan jawaban dari penelitian.

BAB V: Penutup, bab ini berisi tentang saran dan kesimpulan. Dalam bab ini, penulis menyimpulkan hasil dari penelitian.



BAB V KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terhadap delapan sampel poster dalam akun Instagram @alfinrizalisme, penulis menarik kesimpulan, yaitu:

- 1) Poster dalam akun Instagram @alfinrizalisme memadukan empat unsur yang saling melengkapi, yakni warna, ilustrasi, tipografi, serta *layout*. Seperti unsur warna yang menggunakan warna dengan tone yang lembut sehingga menghadirkan kesan tenang dan reflektif, ilustrasi yang ditampilkan merupakan hasil dari gambar ulang video *real footage*, sehingga dapat dinikmati oleh kalangan muda hingga dewasa, penggunaan tipografi yang mudah dibaca serta terdapat penekanan melalui huruf tebal, huruf miring, bergaris bawah, dan lingkaran pada kata-kata penting. Selain itu, poster tersebut memiliki komposisi ilustrasi yang mendominasi. Sehingga gambar menjadi pusat perhatian dan lebih banyak bercerita dan teks sebagai penguat penyampaian pesan. Dalam hal ini, melalui keempat unsur komunikasi visual tersebut visual dan verbal saling melengkapi dalam menyampaikan pesan dakwah secara *relatable* dan mudah dipahami.
- 2) Analisis semiotika Charles Sanders Peirce melalui model triadik (*representamen*, *object*, dan *interpretant*) dengan trikotomi *object* berupa ikon, indeks, dan simbol pada poster unggahan akun Instagram @alfinrizalisme, ditemukan bahwa kedelapan sampel poster yang dianalisis mengandung pesan dakwah yang sejalan dengan nilai-nilai dakwah menurut Yusuf Qordhowi. Tanda-tanda dalam poster, seperti ilustrasi karakter dan benda pada poster berperan sebagai ikon sekaligus indeks yang merujuk pada peristiwa nyata sehari-hari. Sedangkan, kutipan atau penggalan ayat Al-Qur'an, maupun *quotes* dari tokoh berperan sebagai simbol yang memperkuat makna pesan. Dengan demikian, melalui

perpaduan tanda visual dan tanda verbal, akun Instagram @alfinrizalisme tidak hanya menyajikan karya seni, tetapi juga menjadi media dakwah yang menyampaikan nilai-nilai ke-Islaman secara kontekstual dan relevan dengan kehidupan masa kini.

B. Saran

Dari data penelitian komunikasi visual yang sudah disajikan dengan menggunakan analisis semiotika Charles Sanders Peirce terhadap konten unggahan ilustrasi dakwah komunikasi visual akun Instagram @alfinrizalisme:

1. Bagi pengelola akun dakwah @alfinrizalisme, disarankan agar tetap konsisten mempertahankan unsur desain komunikasi visual berupa warna lembut, ilustrasi yang dekat dengan realitas, tipografi yang indah dan mudah dibaca, serta layout picture window. Namun, perlu dikembangkan variasi visual dan eksplorasi format motion graphic atau Reels agar pesan dakwah tidak monoton dan mampu menjangkau audiens Gen Z yang lebih luas, tanpa menghilangkan nilai-nilai tauhid, persaudaraan dan persamaan manusia, keadilan, serta perdamaian dunia yang menjadi inti pesan.
2. Bagi audiens khususnya generasi Z pengguna media sosial, diharapkan mampu bersikap lebih kritis dan reflektif terhadap pesan dakwah visual yang diterima. Audiens tidak hanya menjadi penikmat estetika ilustrasi, tetapi juga memahami makna ikon, indeks, dan simbol yang terkandung dalam konten sehingga dapat menginternalisasi nilai dakwah secara utuh dalam kehidupan sehari-hari, bukan sekadar konsumsi visual sesaat.
3. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas objek kajian dengan melibatkan akun dakwah visual lain atau platform digital berbeda seperti TikTok dan YouTube Shorts. Selain itu, penelitian dapat dikombinasikan dengan metode kuantitatif atau kajian resepsi audiens agar diperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai efektivitas desain komunikasi visual dan pemaknaan tanda dalam menyampaikan dakwah di ruang digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Abu bakar, Rifa'i. (2021). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga.
- Adiarsi, G. R., Putra, A. E., & Raymond, R. (2024). Motivasi Penggunaan Media Sosial di Kalangan Mahasiswa Gen-Z. *Jurnal Nomosleca*, 10(2), 269-279.
- Aini, N. (2023). Pemanfaatan Media Dakwah Platform Digital di Era Generasi Z. *CBJIS: Cross-Bonder Journal of Islamic Studies*, 5(2), 109-116.
- Aldama, Nindia. (2022). *Karakter Desain Dakwah Visual Pada Akun Instagram @istgr.id*. Purwokerto: UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri.
- Amalia, N. (2021). *Strategi Kreatif Kreator Konten Dalam Memproduksi Video Dakwah Di Akun Instagram@ Bagussuhar* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU).
- Andhita, Pundra Rengga. (2021). *Komunikasi Visual*. Banyumas: Zahira Media Publisher.
- Andreas, A., Angela, S. J., Suhartono, A., & Mariati, M. (2022). Studi Gaya Komunikasi Visual pada Karya Pemenang Bhayangkara Mural Festival 2021. *Jurnal Visual*, 17(2).
- Aryani, S., & Yuwita, M. R. (2023). Analisis semiotika charles sanders peirce pada simbol rambu lalu lintas dead end. *Mahadaya: Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Budaya*, Vol. 3 No. 1.
- Darma, Surya. Et al, Sahri, G., Hasibuan, A., Wirta, I. W., Sili. (2022) *Pengantar Teori Semiotika*, Bandung: Media Sains Indonesia.
- Daruhadi, Gigih, dan Pia Sopiati. (2024). "Pengumpulan Data Penelitian". *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah* Vol. 3 No. 5.

- Etikasari. (2021). *Video Animasi Sebagai Strategi Dakwah Analisis Peluang dan Tantangan di Era Digital*. Sumatera Utara: Jurnal Al-Manaj, Vol. 01, No. 01.
- Farhani, Nisa Syafa. (2022). *Pesan Dakwah Melalui “Meme” Dalam Group Meme Dakwah Islam Indonesia (Analisis Semiotika Ferdinand de Saussure)*. Purwokerto: UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri.
- Fadli, R. M. (2021). “Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif”. *Jurnal Humanikal* Vol. 21 No. 1.
- Ghifany, A. M. (2025). *Desain Komunikasi Visual Sebagai Media Dakwah (Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Akun Instagram @otoycohuy)*. Purwokerto: Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri.
- Haifa, N. M., Indah Nabilla, Virda Rahmatika, Rully Hidayatullah, dan Harmoendi. (2025). “Identifikasi Variabel Penelitian, Jenis Sumber Data dalam Penelitian Pendidikan”. *Dinamika Pembelajaran: Jurnal Pendidikan dan Bahasa* Vol. 2 No. 2.
- Habibi, R. M., Meri Yuliani, Syaipul Pahru, dan Muhammad Irzan. (2023). “Implementasi Manajemen Pendidikan Karakter di SD Negeri Landah ‘ Lombok Tengah”, *Jurnal Ilmiah Global Education* Vol. 4 No. 1.
- Hawassy, A. (2023). *Pengantar Ilmu Retorika Dakwah*. Tangerang: PT. Ruang Rosadi Corpora.
- Hidayat, T. (2023). Analisis Diksi dan Gaya Bahasa dalam Poster Dakwah Pada Akun Instagram@ bantu_dakwah. *Al-Ittishol: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*. Vol 4 No. 1.
- Hilmi, M. (2022). *Buku ajar pengantar desain komunikasi visual*. Penerbit NEM.

- Iskandar, I. (2022). “Pengembangan Strategi Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah Melalui Seni Dan Budaya: Memahami Penyampaian Nilai-Nilai Islam Melalui Kesenian”. *Etika: Journal of Islamic Communication and Broadcasting Science*, Vol. 1 No. 2.
- Laksani, Hening. dan Brilinda Pandawangi. (2023). “Analisis Semiotika Pada Iklan dan Implikasinya Dalam Pembelajaran Bahasa Inggris Prodi Desain Komunikasi Visual”, *Aksa Jurnal Komunikasi Visual* Vol. 6, No. 2.
- Lubis, Arifah Armi. (2021). “Analisis Semoitik Charles Sanders Peirce Pada Sampul Annual Report Bank BCA”. *IKRA-ITH Humaniora*, Vol. 5, No. 1.
- Mahdaniar, F., & Surya, A. (2022). “Perumusan Etis Humor dalam Desain Pesan Dakwah”. *INTELEKSIA: Jurnal Pengembangan Ilmu Dakwah*, Vol 3. No. 2.
- Moleong, Lexy J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosda Karya
- Muntazori, Ahmad Faiz, Bambang Sunarto dan Tommy Christomy. (2020). “Dakwah Visual: Ekspresi Keimanan Seorang Muslim Dalam Bentuk Poster Digital”. *Human Narratives*, Vol. 1, No. 2.
- Musyafa’ah, N., & Mamlu’ah, A. (2022). “Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce Terhadap Kerukunan Sosial Dalam Budaya Makan Setelah Khataman Al Qur’an Pada Kelompok Tahfidz di Bojonegoro”, *Mu’alim : Jurnal Fakultas Agama Islam*, Vol. 4 No. 1.
- Naufaldhi, M. R. (2024). *Strategi Kreatif Komunikasi Dakwah di Media Sosial Untuk Generasi Z Studi Kasus Realmasjid 2.0* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).
- Nduru, Markus, Adrianus Bawamenewi, Hendrikus Otniel Nasozaro Harefa, dan Berkat Persada Lase. (2026). “Upaya Guru Pendidikan Kewarganegaraan Dalam Menumbuhkan Budi Pekerti Siswa Melalui

Gerakan Literasi Sekolah. *Inovasi: Jurnal Sosial Humaniora dan Pendidikan* Vol. 5 No. 1.

Nindia, A. (2022). *KARAKTER DESAIN DAKWAH VISUAL PADA AKUN INSTAGRAM@ ISTGFR. ID* (Doctoral dissertation, UIN Prof. KH Saifuddin Zuhri).

Patriansah, M., & Sapitri, R. (2022). Tanda dalam komunikasi visual iklan layanan masyarakat: analisis semiotika peirce. *Demandia: Jurnal Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain, Dan Periklanan*, 7(1), 101-120.

Putra, R. W. (2021). *Pengantar desain komunikasi visual dalam penerapan*. Penerbit Andi.

Radesi, Y., Septiani, R. R., Sakinah, W. A., & Lubis, N. U. (2025). “Fragmentasi Makna Hadis Dalam Konten Dakwah Media Sosial: Studi Kritis Terhadap Pesan Keislaman Di Tiktok”. *JURNAL SYIAR-SYIAR*, Vol. 5 No. 1.

Ramadhan, R. I., Syarifudin Pohan, Dana Alfi Anjani, dan TB. Reinhard Pasaribu. (2023). “Komunikasi Politik Calon Presiden Ganjar Pranowo Melalui Personal Branding Jelang Pilpres Tahun 2024 di Instagram”. *NIVEDANA: Jurnal Komunikasi dan Bahasa*, Vol. 4 No. 2.

Ramadhani, R. B. (2025). *Komunikasi Visual Akun Instagram @quranreview Dalam Menyajikan Dakwah Kontemporer Islam Berkemajuan*. Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Rorong, Michael J. (2024). *Semiotika*. Penerbit Deepublish Digital.

Rusyd, Daniel. (2020). *Ilmu Dakwah: Suatu Pengantar*. Bandung: abQarie Press

- Saleha dan Mia Rahmawati Yuwita. (2023). “Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce Pada Simbol Rambu Lalu Lintas Dead End”, *Mahadaya*, Vol. 3, No. 1.
- Setiawan, I. K., Judijanto, L., Imanto, T., Sujatmiko, W., Prasetyo, D., Widi, A., ... & Saibi, M. R. (2026). *Transformasi Praktik Desain Komunikasi Visual pada Era Artificial Intelligence*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Suriati dan Samisar S. (2021). *Ilmu Dakwah*. Tulungagung: Akademia Pustaka
- Tinarbuko, Sumbo. (2015). *Dekave (Desain Komunikasi Visual): Penanda Zaman Masyarakat Global*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Triyono, A., & Marhuda, N. K. (2020). Studi Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Media Sosial Instagram@ dakwah_tauhid. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 4 No. 1.
- Varenia, I. A. N., & Ida Bagus Yudha Phalguna. (2022) “Implikasi Media Baru Sebagai Media Komunikasi dan Teknologi Informasi”, *Jurnal Ilmiah Komunikasi Hindu: Institut Agama Hindu Negeri Gede Pudja Mataram*, Vol. 4 No. 1.
- Waruwu, Marinu. (2023). “Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif, dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)”. *Riau: Jurnal Pendidikan Tambusai* Vol. 7, No. 1.
- Zumaro, A. (2021). “Nilai Dakwah Dalam Al-Quran (Study Pemikiran Yusuf Qordowi)”. *Ath-Thariq* Vol. 5 No. 1.