

**KOMUNIKASI DAKWAH VISUAL BERORIENTASI
MUHASABAH AKUN INSTAGRAM @dakwahvisual.id
(ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PEIRCE)**

SKRIPSI

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



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

**KOMUNIKASI DAKWAH VISUAL BERORIENTASI
MUHASABAH AKUN INSTAGRAM @dakwahvisual.id
(ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PEIRCE)**

SKRIPSI

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



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

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya :

Nama : Muhammad Nashih Ulwan

NIM : 3421069

Program Studi : Ilmu Al Qur'an Dan Tafsir

Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Menyatakan bahwa yang tertulis yang berjudul **“KOMUNIKASI DAKWAH VISUAL BERORIENTASI MUHASABAH AKUN INSTAGRAM @dakwahvisual.id (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce)”** 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, 26 Juli 2026



Muhammad Nashih Ulwan
NIM. 3421069

NOTA PEMBIMBING

Ahmad Hidayatullah, M. Sos

Jl. Pahlawan Km. 5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan 51161

Lamp. : 4 (empat) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdr. Muhammad Nashih Ulwan

Yth.

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah

c.q. Ketua Program studi Komunikasi Dan Penyiaran

Islam di-PEKALONGAN

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi Saudara/i:

Nama : Muhammad Nashih Ulwan

NIM : 3421069

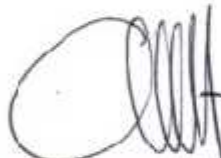
Judul Skripsi : **KOMUNIKASI DAKWAH VISUAL BERORIENTASI
MUHASABAH AKUN INSTAGRAM @dakwahvisual.id
(Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce)**

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 4 Juni 2026

Pembimbing,



Ahmad Hidayatullah, M. Sos
NIP. 199003102019031013

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan adalah sistem transliterasi arab- latin berdasarkan SKB Menteri Agama dan Menteri P&K RI No. 158/1987 dan No. 0543 b/U/1987 tertanggal 22 Januari 1988. 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 Tunggal

Huruf	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	-	tidak dilambangkan
ب	Bā	b	-
ت	Tā	t	-
ث	Śā	s	s (dengan titik diatasnya)
ج	Jīm	j	-
ح	Hā	h	h (dengan titik di
خ	Khā	kh	-
د	Dal	d	-
ذ	Žal	z	z (dengan titik di atasnya)
ر	Rā	r	-
ز	Zai	z	-
س	Sīn	s	-
ش	Syīn	sy	-
ص	Şād	ş	s (dengan titik di

Huruf	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ض	Dād	d	d (dengan titik di
ط	Ṭā	t	t (dengan titik di
ظ	Zā	z	z (dengan titik di
ع	‘Ain	‘	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	g	-
ف	Fā	f	-
ق	Qāf	q	-
ك	Kāf	k	-
ل	Lām	l	-
م	Mīm	m	-
ن	Nūn	n	-
و	Wāwu	w	-
هـ	Hā	h	-
ء	Hamzah	‘	apostrof, tetapi lambang ini tidak dipergunakan untuk hamzah di awal kata
ي	Yā	y	-

B. Konsonan Rangkap

Konsonan rangkap, termasuk tanda *syaddah*, ditulis rangkap.

Contoh: أحمدية ditulis *Ahmadiyyah*

C. Tā Marbutah di akhir kata

1. Bila dimatikan ditulis *h*, kecuali untuk kata-kata Arab yang sudah terserap menjadi bahasa Indonesia, seperti *salat*, *zakat*, dan sebagainya.

Contoh: جماعة ditulis *jamā’ah*

2. Bila dihidupkan ditulis *t*

Contoh: كرامة الأولياء ditulis *karāmatul-auliā'*

D. Vokal Pendek

Fathah ditulis *a*, kasrah ditulis *i*, dan dammah ditulis *u*

E. Vokal Panjang

A panjang ditulis *ā*, i panjang ditulis *ī*, dan u panjang ditulis *ū*,

masing-masing dengan tanda hubung (-) di atasnya.

F. Vokal Rangkap

Fathah + yā tanpa dua titik yang dimatikan ditulis *ai*

Fathah + wāwu mati ditulis *au*

G. Vokal-vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof (')

Contoh: أأنتم ditulis *a'antum*

مؤنث ditulis *mu'annaś*

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf qamariyah ditulis *al-*

Contoh: القرآن ditulis *Al-Qura'ān*

2. Bila diikuti huruf syamsiyyah, huruf 1 diganti dengan huruf syamsiyyah yang mengikutinya.

Contoh: الشيعة ditulis *asy-Syī'ah*

I. Huruf Besar

Penulisan huruf besar disesuaikan dengan EYD

J. Kata dalam rangkaian frasa atau kalimat

1. Ditulis kata per kata, atau

2. Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dalam rangkaian tersebut.

Contoh: شيخ الإسلام ditulis *Syaikh al-Islām* atau *Syakhul-Islām*

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmaanirrahiim,

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, teladan mulia yang telah membimbing umat manusia menuju jalan kebenaran. Penulis menyadari bahwa selesainya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, doa, dan dukungan berbagai pihak. Dengan penuh rasa hormat dan syukur, penulis mempersembahkan skripsi ini kepada:

Dalam syukur yang paling tulus, karya ini kupersembahkan bagi mereka, jiwa-jiwa yang kusebut 'Rumah.' Tempat yang paling teduh bagi segala lelah dan muara bagi seluruh cinta yang kupunya. Mereka yang menjadi cahaya, doa, dan alasan bagi setiap ikhtiar yang kutempuh saat ini. Dengan hati yang bergetar dan penuh kerinduan, kupersembahkan karya ini kepada Ayahanda Mohammad Makrus yang tercinta, panutanku, satu dari dua sandaran yang masih Allah titipkan untukku di dunia. Terima kasih atas setiap keringat yang tercurah, setiap doa yang tak pernah terucap namun selalu menguatkan, serta pengorbanan yang dijalani dalam diam tanpa pernah menuntut balasan. Karya ini menjadi saksi bahwa berkat doa dan perjuangan bapak, anakmu bisa meraih gelar sarjana pertama dalam keluarga.

Dan juga kepada Ibunda tercinta Siti Nurjatun Nabati sosok perempuan tangguh yang tidak pernah mengenal lelah demi masa depan anaknya. Terima kasih atas segala bentuk pengorbanan, kasih sayang, dan doa yang tidak pernah putus, bahkan di tengah keterbatasan. Ibu rela berjuang tanpa mengenal siang dan malam, hujan maupun panas, hanya untuk memastikan anakmu ini dapat menempuh pendidikan hingga menjadi sarjana. Ibu rela menahan lapar agar anakmu bisa makan di perantauan, rela berjalan kaki dan menahan panas matahari demi menabung sedikit demi sedikit untuk biaya kuliah. Meski sering menutupi rasa sakit dan berpura-pura kuat, Ibu selalu tersenyum agar anakmu tidak khawatir. Ibu tidak pernah mengeluh, tidak pernah menuntut, dan selalu mendahulukan kebahagiaan anak di atas segalanya. Gelar ini kupersembahkan untukmu perempuan luar biasa yang menjadi alasan terbesar di setiap langkah perjuanganku.

Untuk adik-adiku tercinta, Muhammd Nadhif dan Muhammad said, terima kasih atas dukungan, doa, dan kehangatan yang selalu kalian berikan. Terimakasih sudah mendukung setiap langkahku. Gelar ini mungkin hanya tercantum di belakang namaku, tapi semoga berkah dan bahagiannya sampai untuk kalian juga. Dan juga :

1. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, yaitu Dewi Rizqiah terimakasih selalu menemani di kala duka maupun suka, yang telah menjadi warna yang tidak pernah pudar, menjadi rasa yang tidak pernah hambar dan selalu memberikan semangat atas segala kerumitan perjalanan ini. Semoga ikatan ini tidak pernah selesai dan selalu bersama untuk merangkai cerita yang baru.
2. Kepada bapak Ahmad Hidayatullah M.Sos, selaku dosen pembimbing, saya menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala bimbingan, keluangan waktu dan kesabaran yang bapak berikan sepanjang proses penyusunan Skripsi ini. Terima kasih sudah memberikan banyak kesempatan

bagi saya untuk belajar. Setiap ilmu yang Ibu sampaikan menjadi penerang jalan bagi saya hingga karya ini dapat terselesaikan dengan baik. Terima kasih banyak pak. Semoga Allah membalas setiap kebaikan dan ketulusan yang Ibu curahkan dengan pahala jariyah dan keberkahan yang berlipat ganda.

3. Kepada Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Ibu Mukoyimah, M.Sos yang telah memberikan kemudahan dan dukungan sehingga penulis dapat menapaki tahap akhir perkuliahan.
4. Kepada seluruh dosen Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah, khususnya para dosen Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, yang telah membekali penulis dengan ilmu, wawasan, serta pengalaman berharga yang mungkin tidak akan terulang di masa mendatang.
5. Kepada teman baik saya Muhammad Afif Humam, terima kasih atas kebersamaan, dukungan, serta bantuan yang senantiasa diberikan dalam menghadapi berbagai kesulitan, hingga akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Kepada teman dekat, Fariz Hardian dan Khamidul Lafafi, terima kasih atas kebersamaan, dukungan, serta kesediaannya mendengarkan keluh kesah penulis selama proses penyusunan skripsi ini.

Terakhir, saya ucapkan terimakasih kepada dia yang sering terlupakan, sosok yang paling sering aku abaikan demi mengejar angka dan tumpukan aksara. Ila Ruhi wal Jasadi, terimakasih karena telah memilih untuk tetap tegak berdiri hingga di titik ini. Kepada diriku yang tetap memeluk harapan di antara tumpukan kertas dan lelahnya pikiran. Pencapaian ini adalah persembahan paling tulus untuk setiap peluh dan air mata yang kita hapus bersama saat kata-kata tak lagi mampu bicara. Terimakasih karena tidak menyerah dan berani melawan rasa takut, serta keraguan terbesar dalam diri. Terimakasih untuk tidak menyerah tetapi memilih melangkah dan terus berjuang walau kadang merasa terlambat dari yang lainnya. Sampai ditahap ini bukanlah hal yang mudah bagimu, tapi kamu hebat. Kamu berhak bermimpi tinggi dan kamu layak untuk sampai di tujuan ini. Teruslah tumbuh. Teruslah hidup dengan hati yang jujur, berjalanlah dengan niat yang baik. Terimakasih Wan, kamu hebat sudah sejauh ini. Semoga Allah Ridho dengan setiap langkah yang telah dan akan kita tempuh.

MOTTO

“Dakwah bukan hanya tentang kata-kata yang diucapkan, tetapi tentang makna yang dirasakan — sebab sebuah gambar bisa berbicara lebih keras dari seribu khotbah.”



ABSTRAK

Ulwan, Muhammad Nashih. 2026. Komunikasi Dakwah Visual Berorientasi Muhasabah Akun Instagram @dakwahvisual.id (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce). Skripsi Jurusan/Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri (UIN) K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Pembimbing : Ahmad Hidayatullah M.Sos.

Kata Kunci: *Komunikasi Dakwah Visual, Muhasabah, Instagram, Semiotika Charles Sanders Peirce*

Perkembangan dakwah di era digital menjadikan media sosial, khususnya Instagram, sebagai ruang yang strategis untuk menyebarkan pesan-pesan keislaman melalui komunikasi visual. Akun Instagram @dakwahvisual.id dipilih sebagai objek penelitian karena konsistensi dan keunikan visualnya dalam mengemas konten dakwah bertema muhasabah, yaitu pesan yang mengandung unsur refleksi dan introspeksi diri. Meski memiliki pengikut yang besar dan diterima luas oleh masyarakat, pesan dakwah yang disampaikan melalui gambar berpotensi menimbulkan makna ganda sehingga tidak selalu dapat dipahami secara utuh oleh audiens.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini merumuskan dua permasalahan, yaitu bagaimana komunikasi dakwah visual berorientasi muhasabah pada akun Instagram @dakwahvisual.id dan bagaimana analisis semiotika Charles Sanders Peirce terhadap muatan muhasabah pada akun tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui komunikasi dakwah visual sekaligus mengungkap makna tanda pada konten muhasabah akun @dakwahvisual.id, dengan kegunaan baik secara teoritis sebagai referensi kajian dakwah visual dan semiotika, maupun secara praktis untuk memperkaya wawasan mengenai pesan dakwah dalam ilustrasi digital.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode analisis semiotika Charles Sanders Peirce. Objek penelitian berupa enam sampel gambar bertema muhasabah dari akun Instagram @dakwahvisual.id periode Januari–Maret 2026 yang dipilih secara purposif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan dokumentasi, sedangkan analisis data menggunakan tiga komponen triangle semiotika Peirce, yaitu representamen, objek, dan interpretan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi dakwah visual pada akun @dakwahvisual.id telah memenuhi unsur-unsur komunikasi dakwah secara utuh (da'i, mad'u, maddah, wasilah, thariqah, dan atsar) dengan menerapkan prinsip qaulan sadida, qaulan baligha, qaulan ma'rufa, qaulan layyina, dan qaulan maysura secara kontekstual. Melalui analisis semiotika Peirce, ditemukan bahwa setiap konten mengandung unsur ikon berupa ilustrasi aktivitas ibadah, unsur indeks berupa hubungan sebab-akibat kondisi spiritual dan emosional tokoh, serta unsur simbol melalui teks, warna, cahaya, dan objek bernilai Islami. Ketiga unsur tersebut secara bersama-sama menjadikan konten dakwah visual akun @dakwahvisual.id tidak hanya berfungsi sebagai media informasi keagamaan, tetapi juga sebagai sarana muhasabah yang mengajak audiens mendekatkan diri kepada Allah SWT dalam kehidupan sehari-hari.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT, Tuhan semesta alam yang atas limpahan rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul "KOMUNIKASI DAKWAH VISUAL BERORIENTASI MUHASABAH AKUN INSTAGRAM @dakwahvisual.id (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce)". Sholawat serta salam semoga tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, yang telah menjadi suri tauladan bagi umat manusia dalam segala aspek kehidupan.

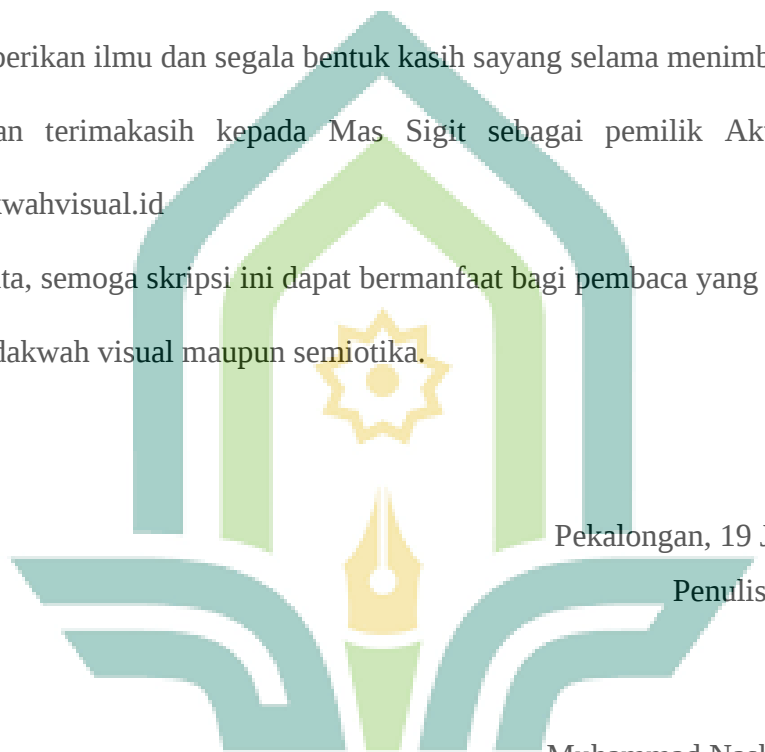
Skripsi ini penulis susun dalam rangka memenuhi syarat studi S1 pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri (UIN) K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan serta untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos). Skripsi ini secara umum berisi mengenai Pesan Dakwah yang berorientasi Muhasabah pada Postingan akun isntgram @dakwahvisual.id

Penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, dorongan dan dukungan dari berbagai pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati, penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Dr. Hj. Tri Astutik Haryati, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Mukoyimah, M.Sos selaku Ketua Prodi Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

4. Dimas Prasetya, M.A. selaku Sekretaris Program Studi Bimbingan Penyuluhan Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Ahmad Hidayatullah M.Sos. selaku Dosen Pembimbing skripsi.
6. Segenap Civitas Akademik UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah memberi pelayanan dengan baik.
7. Dosen beserta Staf UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah memberikan ilmu dan segala bentuk kasih sayang selama menimba ilmu.
8. Ucapan terimakasih kepada Mas Sigit sebagai pemilik Akun Instagram @dakwahvisual.id

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca yang ingin meneliti tentang dakwah visual maupun semiotika.



Pekalongan, 19 Juni 2026

Penulis

Muhammad Nashih Ulwan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB - LATIN	v
PERSEMBAHAN.....	viii
MOTTO	x
ABSTRAK	xi
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Tinjauan Pustaka.....	5
F. Kerangka Berpikir.....	12
G. Metode Penelitian.....	14
H. Sistematika Pembahasan	17
BAB II LANDASAN TEORI	19
A. Konsep Komunikasi Dakwah	19
B. Konsep Pesan Dakwah Berorientasi Muhasabah	28
C. Konsep Semiotika Charles Sanders Peirce	36
BAB III GAMBARAN UMUM AKUN INSTAGRAM @dakwahvisual.id	
DANHASIL PENELITIAN.....	43
A. Gambaran Umum Akun Instagram @dakwahvisual.id.....	43
B. Klasifikasi Sampel Data Berdasarkan Indikator Manfaat Muhasabah	45
C. Komunikasi Dakwah Visual Berorientasi Muhasabah Akun Instagram @dakwahvisual.id	50

BAB IV ANALISIS KOMUNIKASI DAKWAH DAN SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PEIRCE PADA KONTEN BERORIENTASI MUHASABAH AKUN INSTAGRAM @ dakwahvisual.id.....	59
A. Analisis Komunikasi Dakwah Berorientasi Muhasabah Akun Instagram @dakwahvisual.id	59
B. Analisis Semiotika Charles Sander PeircePada Konten Dakwah Visual Berorientasi Muhasabah Akun Instagram @dakwahvisual.id	67
BAB V PENUTUP	107
A. Kesimpulan.....	107
B. Saran	108
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dakwah menggunakan berbagai metode adalah perintah dari Allah SWT dan menjadi kewajiban bagi setiap kaum muslimin maupun muslimat, bisa menggunakan amar maruf, nahi anil munkar, nasehat dan apapun itu. Sub ini menunjukkan bahwa sari at atau hukum-hukum islam lebih fokus pada perjuangan manusia lewat kemauan atau keahlian yang mereka punya di bandingkan hasil yang maksimal. Dakwah merupakan anjuran dan ajakan kepada kebaikan-kebaikan yang di ajarkan oleh islam.¹ Yang di maksudnya yaitu ajakan atau seruan itu perlu di arahkan pandangan islam dengan pendekatan dan cara yang santun. Hal ini yang menjadikan islam dikenal dengan “agama dakwah”, agama yang tersebar luas dengan keramahan, kedamaian, tidak menggunakan kekerasan.

Di dalam surat An-Nahl ayat 125 :

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ ۖ [الْمَوْعِظَةُ الْحَسَنَةُ وَجَدِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَرُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ
ذُو أَعْلَامٍ يَمَسُّ ظُهُورَ سَبِيلِهِ ۚ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ]

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

Selaras dengan perkembangan zaman yang kilat dakwah juga ikut akan kemajuan-kemajuan yang ada, dari segi metode, materi, hingga sampai media penyampaian yang di gunakan. Berdakwah di zaman sekarang dapat sangat mudah untuk menyebar luas dan mampu mencapai seluruh golongan masyarakat dengan media dan metode-metode baru yang bermacam-macam.²

¹ Aziz, Moh. Ali. Ilmu Dakwah. Edisi revisi. Jakarta: Kencana, 2017.

² Zahra, U. F., Sarbini, A., & Shodiqin, A. (2016). Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah. Tabligh: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam, Vol.1.

Dalam dakwah tentu terdapat komunikasi di dalamnya. Komunikasi Dakwah merupakan proses penyampaian pesan-pesan Islam yang dilakukan secara sadar, terencana, dan persuasif kepada mad'u dengan tujuan mengajak manusia memahami, menghayati, serta mengamalkan nilai-nilai ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari. Komunikasi dakwah tidak hanya berorientasi pada penyampaian informasi keagamaan (transfer of knowledge), tetapi juga pada pembentukan sikap (attitude), perubahan perilaku (behavior), serta peningkatan kualitas spiritual individu maupun masyarakat.³ Dengan demikian, komunikasi dakwah tidak hanya menitikberatkan pada apa yang disampaikan, tetapi juga bagaimana pesan tersebut dikomunikasikan agar dapat diterima secara efektif oleh khalayak.

Dalam perkembangannya, komunikasi dakwah mengalami perubahan seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi. Jika pada masa sebelumnya dakwah lebih banyak dilakukan melalui mimbar, majelis taklim, dan pengajian secara langsung, kini penyampaian pesan dakwah memanfaatkan berbagai media komunikasi modern, termasuk media digital. Menurut Manuel Castells, perkembangan teknologi informasi telah melahirkan network society, yaitu masyarakat yang aktivitas komunikasinya banyak berlangsung melalui jaringan internet sehingga proses pertukaran informasi menjadi lebih cepat, luas, dan tanpa batas ruang maupun waktu.⁴

Internet adalah produk teknologi yang digunakan oleh hampir seluruh manusia, perkembangannya berjalan dengan sangat pesat. Internet menghadirkan berbagai model interaksi yang berbeda dengan masa sebelumnya. Dahulu, model interaksi dilakukan dengan saling bertemu tatap muka, tetapi pada masa ini hampir seluruh penduduk berinteraksi melalui internet atau yang akrab disebut dunia maya. Hal seperti ini yang menjadikan orang-orang mempunyai alternatif berinteraksi tanpa adanya pembatas ruang dan waktu.⁵

³ Wahyu Ilaichi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), 24–33.

⁴ Manuel Castells, *The Rise of the Network Society*, 2nd ed. (Oxford: Blackwell Publishing, 2010), 69–77.

⁵ Ithomas Alfiansyah dan Isa Anshori, “Jejaring Sosial: Transformasi Komunikasi dalam Era Digital,” *SOSFILKOM: Jurnal Sosial, Filsafat dan Komunikasi* 18, no. 1 (2024): 45–50,

Internet adalah sebuah wadah berisikan informasi yang bersifat puspawarna. Berbagai informasi bisa didapatkan di dalamnya, entah itu politik, pendidikan, hiburan, budaya, hingga religius. Selain itu, berita dalam negara maupun manca negara kerap kali ramai di ruang internet. Semua jenis memiliki potensi yang tidak berbeda di internet.⁶

Berdakwah melalui Media sosial merupakan ruang yang cocok, dakwah menggunakan media sosial dapat terlaksana dengan cukup baik karena masyarakat berada dalam kondisi "ketidak terpaksaan". Media Instagram menjadi salah satu sarana yang tepat karena kuantitas penggunaannya yang sangat besar.⁷

Instagram dengan komunikasi visual memiliki implikasi yang erat. Tampilan maupun fitur yang disajikan sangat menunjang penyebaran pesan dakwah. Komunikasi media ini dapat digunakan oleh para pendakwah dalam mendigitalisasi dakwahnya melalui model kekinian. Tujuan dari konsep visual komunikasi ini agar dakwah mempunyai daya magnet dan disukai oleh mad'u (objek). Pola visual ini selain mendatangkan bentuk baru di dalam dakwah sosial media juga mampu di jadikan sarana pengalihan perhatian pengguna medsos terhadap berita-berita bohong atau hoaks dan informasi yang sulit difilter.⁸

Berdasarkan laporan DataReportal Digital 2026 untuk wilayah Indonesia yang dipublikasikan pada Oktober 2025, Instagram tercatat memiliki sekitar 108 juta audiens iklan. Dari sisi kebiasaan penggunaan, Instagram menempati posisi kedua sebagai aplikasi yang paling sering diakses oleh masyarakat Indonesia, setelah WhatsApp. Adapun dari sisi tingkat kesukaan pengguna, Instagram berada di urutan ketiga aplikasi paling digemari, di bawah WhatsApp dan TikTok.⁹

⁶ T. B. Reinhard Pasaribu, Dana Alfi Anjani, Rahayu Indah Ramadhan, dan Iskandar Zulkarnain, "Navigating the Sea of Information: Effective Communication Strategies in the Digital Era," *MediaKom: Jurnal Ilmiah Komunikasi* 15, no. 1 (2024).

⁷ Umi Farida Zahra, Asep Sarbini, dan Ahmad Shodiqin, "Instagram sebagai Media Dakwah: Potensi dan Tantangannya dalam Menyampaikan Pesan Keislaman," *Tadbir: Jurnal Manajemen Dakwah* 1, no. 2 (2016): 1–15.

⁸ Afifah Nur Zahra, "Strategi Dakwah Desain Visual Grafis pada Media Sosial di Instagram," *HIKMAH: Jurnal Dakwah dan Sosial* 2, no. 2 (2022): 108–109.

⁹ Galuh Putri Riyanto, Yudha Pratomo, "10 Negara dengan Pengguna Instagram Terbanyak,

Melihat penjelasan di atas, akun @dakwahvisual.id menjadi objek yang tepat untuk diteliti. Akun ini memiliki keistimewaan dan daya tarik visual yang sangat konsisten serta estetik, yang membedakannya dengan akun dakwah lain. Hal yang paling fundamental adalah peran akun ini sebagai kurator konten repost yang sangat selektif. Mengingat banyaknya jumlah unggahan pada akun tersebut, peneliti membatasi ruang lingkup penelitian ini hanya pada konten dakwah bertipe muhasabah. Muhasabah di sini dipahami sebagai pesan-pesan yang mengandung unsur refleksi dan introspeksi diri bagi audiens. Pembatasan ini dilakukan agar peneliti dapat fokus membedah bagaimana tanda-tanda visual digunakan untuk mengomunikasikan pesan-pesan yang bersifat kontemplatif dan menyentuh sisi spiritualitas pengguna Instagram.

Hal ini disebabkan akun @dakwahvisual.id banyak digemari para pengguna Instagram, terlihat dari jumlah pengikutnya yang mencapai 118 ribu dengan 3.420 unggahan. Akun ini memiliki ciri khas tersendiri; model dakwah yang digunakan dapat dengan mudah diterima oleh masyarakat era sekarang. Meski demikian, makna pesan dakwah muhasabah yang disiarkan melalui gambar tidak selalu bisa dipahami secara menyeluruh karena komunikasi visual sering kali menghasilkan makna ganda yang berpotensi menimbulkan kesalahan pemahaman. Berdasarkan batasan masalah di atas, peneliti ingin mengkaji lebih mendasar melalui pendekatan metode Charles Sanders Peirce yang mengacu pada representamen, objek, dan interpretant guna membedah pesan dakwah muhasabah yang tersirat pada unggahan gambar di akun @dakwahvisual.id.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Komunikasi Dakwah Visual Berorientasi Muhasabah akun Instagram @dakwahvisual.id
2. Bagaimana Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce pada Akun Instagram @dakwahvisual.id dalam Muhasabah.

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Komunikasi Dakwah Visual Akun Instagram @dakwahvisual.id
2. Untuk mengetahui Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce pada Akun Instagram @dakwahvisual.id dalam muhasabah.

D. Kegunaan Penelitian

Dilihat dari keterangan di atas, maka peneliti mencantumkan beberapa poin menyangkut manfaat penelitian sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

- a. Peneliti berharap dari hasil penelitiannya bisa jadi referensi bagi peneliti-peneliti setelahnya terutama mahasiswa prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN K. H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
- b. Peneliti berharap dari hasil penelitiannya bisa berguna bagi peneliti selanjutnya yang akan meneliti tentang dakwah visual maupun semiotika.
- c. Peneliti berharap dari hasil penelitiannya bisa menambah pengetahuan terkait metode Semiotika Charles Sanders Peirce

2. Manfaat Praktis

- a. Manfaat yang peneliti dapatkan yaitu, untuk menggali wawasan penulis mengenai pesan dakwah dalam karya ilustrasi digital akun Instagram @dakwahvisual.id dengan analisis semiotika dari Charles Sanders Peirce.
- b. Diharapkan dapat menambah ketertarikan bagi para pengguna instagram akan pendakwah-pendakwah pada media instagram.

E. Tinjauan Pustaka

1. Analisis Teoritis

- a. Komunikasi Dakwah

Komunikasi dakwah merupakan perpaduan antara dua disiplin ilmu yang saling melengkapi, yakni ilmu komunikasi dan ilmu dakwah. Untuk memahami komunikasi dakwah secara komprehensif, perlu terlebih dahulu dipahami masing-masing pengertian dari kedua konsep tersebut secara terpisah, kemudian dilihat keterkaitannya dalam satu kesatuan yang utuh.

Secara etimologis, kata komunikasi berasal dari bahasa Latin *communicare* yang berarti "menjadikan milik bersama" atau "berbagi" dan "*who says what in which channel to whom with what effect,*" yang mengandung lima unsur pokok yaitu komunikator, pesan, media, komunikan, dan efek.¹⁰ Komunikasi pada dasarnya adalah proses penyampaian pesan dari satu pihak kepada pihak lain dengan tujuan menghasilkan pemahaman bersama atau perubahan tertentu pada penerima pesan.¹¹ Sekalipun definisi komunikasi itu berbeda-beda, orang dapat menarik unsur-unsur tertentu dari komunikasi yang tampaknya mendapatkan penekanan yang terbesar dalam definisi-definisi tipikal.¹² Dari pendapat-pendapat di atas dapat penulis simpulkan bahwa komunikasi adalah suatu proses tindakan untuk menyampaikan pesan dari pihak tertentu pada pihak lain (baik perseorangan/lembaga) dengan tujuan dapat dipahami/adanya perubahan tertentu dari penerima pesan.

Adapun dakwah secara etimologis berasal dari bahasa Arab *da'a* – *yad'u* – *da'watan* yang bermakna memanggil, mengajak, atau menyeru. Secara terminologis mendefinisikan dakwah sebagai kegiatan mengajak manusia dengan cara yang bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan, untuk kemashlahatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan akhirat.¹³ Sementara itu, lalu ada juga salah satu tokoh mendefinisikan dakwah sebagai suatu kegiatan ajakan baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku, maupun media lainnya yang dilakukan secara sadar dan terencana dalam usaha mempengaruhi orang lain agar mau menerima, meyakini, dan mengamalkan ajaran Islam.¹⁴

¹⁰ Harold D. Lasswell, *"The Structure and Function of Communication in Society,"* dalam Lyman Bryson (ed.), *The Communication of Ideas* (New York: Harper and Row, 1948), hlm. 37.

¹¹ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003), hlm. 10.

¹² B. Aubrey Fisher, *Teori-Teori Komunikasi*, terj. Soejono Trimo (Bandung: CV Remadja Karya, 1986), hlm.10

¹³ Toha Yahya Omar, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Widjaya, 1992), hlm. 67.

¹⁴ M. Arifin, *Psikologi Dakwah: Suatu Pengantar Studi* (Jakarta: Bumi Aksara, 2000), hlm.

Komunikasi dakwah sebagai suatu proses penyampaian informasi atau pesan yang bersumber dari ajaran-ajaran Islam, yang bertujuan agar orang lain mau menerima, meyakini, dan mengamalkan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari, komunikasi dakwah tidak sekadar transfer informasi biasa, melainkan mengandung misi suci (risalah) yang berorientasi pada keselamatan manusia di dunia dan akhirat.¹⁵

Sejalan dengan bergai pendapat di atas tentang komunikasi dan dakwah, penulis berkesimpulan bahwa komunikasi dakwah adalah *merupakan proses penyampaian pesan-pesan keislaman dari pihak tertentu(da'i) kepada pihak lain(mad'u) melalui berbagai media dan pendekatan, dengan tujuan agar di pahami/ada perubahan oleh/pada penerima pesan untuk mengajak kepada kebaikan dan ketaatan kepada Allah SWT yang mengandung misi suci (risalah) pada keselamatan manusia di dunia dan akhirat.*

Berbagai pendapat di atas, akan lebih melengkapi kesimpulan bahwa komunikasi dakwah adalah proses interaksional yang bersifat terarah, terencana, dan bernilai transendental, di mana da'i sebagai komunikator menyampaikan pesan-pesan yang bersumber dari Al-Qur'an dan As-Sunnah kepada mad'u sebagai komunikan, melalui media dan metode yang sesuai, dengan tujuan akhir yaitu tercapainya keselamatan dan kebahagiaan manusia di dunia maupun di akhirat (*falah*).

b. Muhasabah

Muhasabah merupakan suatu tindakan untuk menilai dan mengevaluasi berbagai perbuatan yang telah dilakukan oleh seseorang, baik yang bersifat baik maupun buruk. Dalam proses ini, juga dilakukan peninjauan terhadap niat serta tujuan di balik setiap perbuatan tersebut.¹⁶ Selain itu, sebagian ulama berpendapat bahwa muhasabah adalah bentuk kesiapan akal dalam mengendalikan diri agar tidak terjerumus ke dalam

¹⁵ Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah* (Jakarta: Gaya Media Pratama, 1997), hlm. 31.

¹⁶ Anas Ahmad Kazron, *Takziyatun Nafs*, (Jakarta Timur: Akbar Media, 2010), 154.

perbuatan yang dapat menimbulkan kerugian.¹⁷ Secara etimologi, muhasabah berasal dari bahasa Arab *hasaba – yuhasibu - muhasaban* yang berarti menghitung, menilai, atau melakukan perhitungan.

Dari akar kata tersebut, muhasabah diartikan sebagai proses menghitung atau mengevaluasi diri kita, yakni menilai segala perbuatan yang telah dilakukan, baik yang baik maupun yang buruk. Dalam konteks ini, terdapat ungkapan yang disandarkan kepada Umar bin Khattab: “*Hasibu anfusakum qabla antuhasabu,*” yang bermakna agar setiap individu melakukan evaluasi terhadap dirinya sendiri sebelum nantinya ia akan diperhitungkan (diadili).

Muhasabah juga terkait dengan pengelolaan diri (*self-management*). Fungsi pengelolaan dasar yang umum dikenal meliputi perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), penggerakan (*actuating*), dan pengendalian atau evaluasi (*controlling*), yang sering disingkat POAC. Muhasabah memiliki keterkaitan dengan keempat fungsi pengelolaan tersebut.¹⁸ Muhasabah secara terminologi merujuk pada evaluasi diri individu atas setiap tindakan yang telah dilakukan. Hal ini dapat dianalogikan seperti pemilik toko yang melakukan perhitungan terperinci atas modal, keuntungan, dan kerugiannya.¹⁹ Dalam konteks keagamaan, modal seorang hamba adalah pelaksanaan ibadah-ibadah yang bersifat fardhu, keuntungannya adalah pelaksanaan ibadah-ibadah sunnah, sedangkan kerugiannya terletak pada perbuatan-perbuatan yang bersifat maksiat. Selanjutnya, Lalu ada definisi lain yang mengatakan introspeksi diri sebagai suatu proses evaluasi diri yang bertujuan untuk mengendalikan dorongan diri yang sering disebut sebagai nafsu.²⁰ Berdasarkan definisi yang dikemukakan oleh para ulama sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa

¹⁷ Azyumardi Azra, *Ensiklopedia Tasawuf*, Jilid II, (Bandung: Angkasa, 2012), 881-882.

¹⁸ Abdullah, *The Power of Muhasabah Manajemen Hidup Bahagia Dunia Akhirat*, (Medan: Perdana Publishing, 2016), 3-4.

¹⁹ Abu Hamid Muhammad al-Ghazali, “*Ihya’ ‘Ulum al-Din*”, Jilid 4 (Beirut: Dar al-Kutub al-‘Ilmiyyah, 2005), 405–408.

²⁰ Siti Alfiatun Hasanah, *Konsep Muhasabah Dalam Al-Qur’an Telaah Pemikiran al-Ghazali*, *Jurnal Al-Dirayah*, Vol. 1, No. 1, Mei 2018, 57-65

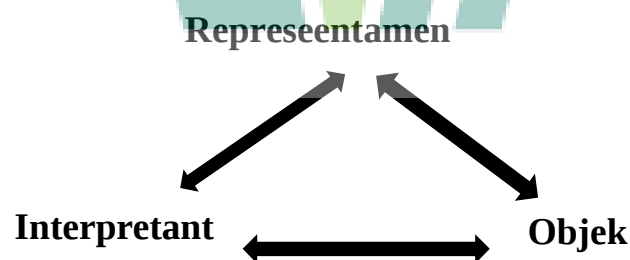
muhasabah adalah suatu upaya yang dilakukan oleh seorang individu untuk mengkaji dan menilai perbuatan-perbuatannya yang telah dilaksanakan dari waktu ke waktu.

Keempat, faktor pemahaman terhadap karakteristik mad'u. Salah satu kunci keberhasilan komunikasi termasuk komunikasi dakwah adalah kemampuan komunikator untuk memahami kerangka acuan dan bidang pengalaman komunikannya (*frame of reference dan field of experience*). Semakin besar persamaan kerangka referensi antara da'i dan mad'u, semakin besar pula peluang pesan dakwah untuk diterima dan diamalkan.²¹

c. Semiotika Charles Sanders Peirce

Charles Sanders Peirce memandang semiotika sebagai ilmu yang mempelajari tanda dan proses pemaknaannya. Menurut Peirce, tanda (*representamen*) adalah sesuatu yang mewakili sesuatu yang lain (*object*) dan menghasilkan pemahaman atau makna dalam benak penafsir (*interpretant*). Hubungan antara ketiga unsur tersebut dikenal sebagai model semiotika triadik, yang menegaskan bahwa makna tidak hanya terletak pada tanda itu sendiri, tetapi juga terbentuk melalui hubungan antara tanda, objek yang dirujuk, dan interpretasi yang muncul pada penerima tanda.²²

Gambaran trikotomis seperti di bawah ini



²¹ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2017), 18–19.

²² Charles Sanders Peirce, *Collected Papers of Charles Sanders Peirce*, Vol. 2, ed. Charles Hartshorne and Paul Weiss (Cambridge, MA: Harvard University Press, 1932), 228–231.

Dalam teorinya, Peirce juga mengelompokkan tanda menjadi tiga jenis, yaitu ikon (icon), indeks (index), dan simbol (symbol). Ikon merupakan tanda yang memiliki kemiripan dengan objek yang diwakilinya, indeks adalah tanda yang memiliki hubungan faktual atau sebab-akibat dengan objeknya, sedangkan simbol merupakan tanda yang maknanya diperoleh melalui kesepakatan atau konvensi sosial.² Klasifikasi tersebut banyak digunakan dalam penelitian komunikasi visual karena mampu menjelaskan bagaimana makna dibentuk melalui berbagai unsur visual maupun verbal.²³

2. Penelitian yang relevan

Dalam penelitian yang akan di teliti, peneliti tidak lupa menggunakan hasil penelitian terdahulu untuk perbandingan terhadap penelitian yang dikerjakan dan pastinya peneliti juga menggunakan hasil penelitian lampau sebagai referensi untuk penelitian yang di kerjakan peneliti selain buku jurnal, skripsi. Adapun kajian skripsi dan buku jurnal yang relevan dengan penelitian ini adalah :

- a. Skripsi karya Fitriana, Arum Sinta. Jurusan Pendidikan Agama Islamitu terletak pada fokus yang akan di teliti, di penelitian haya me. Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo., mahasiswa Studi Pendidikan Agama Islam Fakultas Tarbiyah Dan Ilmu Keguruan Institut Agama Islam Negeri Ponogoro, dengan judul “PESAN AKHLAK DALAM FILM MIRACLE IN CELL NO.7 KARYA HANUNG BRAMANTORO(Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce),tahun 2023 Dalam penelitian ini peneliti mengacu pada apa pesan akhlak yang terdapat pada film Miracle In Cell No.7 dengan pendekatan analisis Semiotika Charles Sanders Peirce yaitu Representamen, Interpretant dan Objek. Adapun persamaan dari pada penelitian ini dengan penelitian yang akan di teliti terletak pada fokus penelitiannya yaitu peneliti sama-sama mencari makna dari pada objek yang di teliti, kemudian

²³ Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2016), 41–44.

peneliti sama-sama menggunakan Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce. Adapun Perbedaan Penelitian terdahulu dengan yang akan diteliti ya ngacu pada pesan dakwah akhlak pada objek penelitiannya sedangkan penelitian ini mengacu pada pesan dakwah secara global, dan dalam penelitian terdahulu tidak menerapkan teori komunikasi pada telitianya sedangkan pada penelitian ini peneliti menerapkan teori komunikasi.²⁴

- b. Hasil penelitian Skripsi dari Dian Lestari, Mahasiswi dari Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung yang judulnya: “PESAN DAKWAH DALAM DESAIN KOMUNIKASI VISUAL PADA AKUN INSTAGRAM @gendhukstory (Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure)” tahun 2023. Peneliti titik fokus penelitian ini adalah pesan dakwah yang terdapat dalam elemen-elemen desain komunikasi visual pada akun instagram @gendhukstory. Sedangkan sub fokus dalam penelitian ini adalah pesan dakwah yang mengandung pesan aqidah, akhlak dan syariah yang di analisis menggunakan semiotika Ferdinand De Saussure. Adapun perbedaan penelitian tersebut terletak dalam objek dan teori semiotika yang di gunakan. Dalam penelitian ini objek dari penelitian yaitu akun instagram @gendhukstory, teroti yang di gunakan menggunakan Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure. sedangkan penelitian ini sumber objeknya yaitu akun Instagram @dakwahvisual.id, lalu teori yang di gunakan menggunakan teori Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce. Dan kesamaan dari penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu dari platform yang di teliti yaitu media instagram dan sama-sama menjabarkan dan mencari pesan dakwah.²⁵

- c. Skripsi karya Mia Endika Rahma, Mahasiswa program studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, Uin Prof. K. H. Saifuddin Zuhri

²⁴ Fitriana, Arum Sinta. “Pesan Akhlak Dalam Film *Miracle In Cell No. 7* Karya Hanung Bramantyo (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce).” Diss. IAIN Ponorogo, 2023.

²⁵ Dian, Lestari. “PESAN DAKWAH DALAM DESAIN KOMUNIKASI VISUAL PADA AKUN INSTAGRAM@ gendhukstory (Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure).” Diss. UIN RADEN INTAN LAMPUNG, 2023.

Purwokerto. Dalam penelitiannya peneliti mencari yang berjudul “*NILAI-NILAI DAKWAH PADA AKUN INSTAGRAM @Rumayshocom (Analisis Isi Model Philipp Mayring)*” tahun 2022, peneliti menggunakan analisis isi Philipp Mayring dan menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian kepustakaan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan di teliti yaitu terletak pada metode analisis dan objek, dalam penelitian terdahulu peneliti menggunakan metode analisis Philipp Mayring sedangkan pada penelitian yang akan di teliti, peneliti menggunakan metode analisis Charles Sanders Peire dan pada objek nya peneliti meneliti akun Instagram @dakwahvisual.id sedangkan pada penelitian terdahulu yaitu akun instagaram @rumayshocom. Adapun persamaannya yaitu pada sama-sama ingin mengetahui pesan dakwah ²⁶

F. Kerangka Berpikir

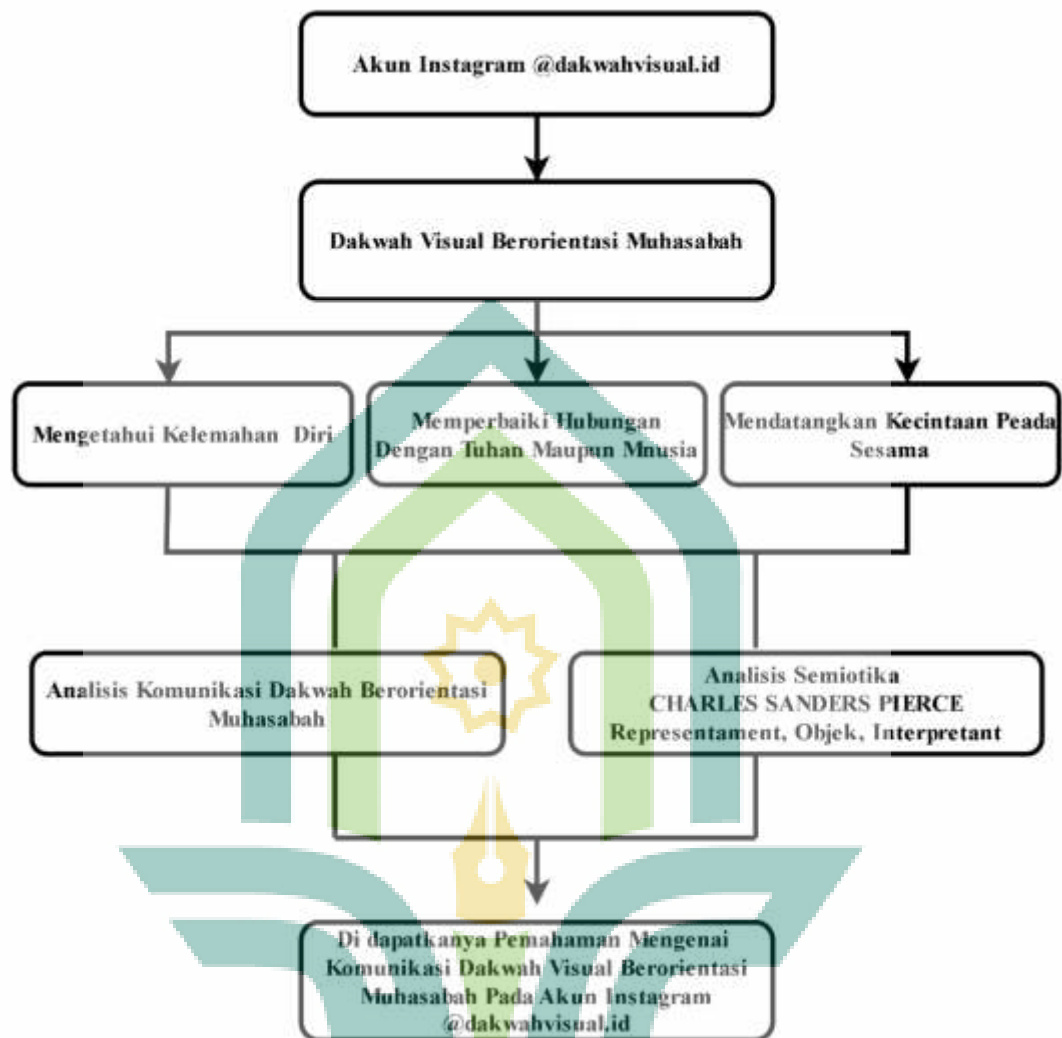
Kerangka berpikir ialah konsep keterkaitan antara variabel dengan objek penelitian yang akan pakai untuk menyelesaikan suatu masalah. Disusun menggunakan analisis teoritis yang ada.

Dalam kerangka konseptual ini, terpapar bagan yang memperkokoh penanda, yang mendasar pada pemikiran pembahasan dan mempermudah audiens melihat fokus jalan penelitiannya. Tema ini diawali dengan identifikasi masalah, pengimplementasikan metode penelitian, melaksanakan pengamatan, dan menyimpulkan hasil analisis kajian.

Kajian ini terfokuskan pada penguraian pesan dakwah yang tersirat dalam postingan yang berupa visual gambar pada akun instagram yang berinisial @dakwahvisual.id dengan menggunakan teori pendekatan Charles Sanders Peirce dengan gambaran kerangka berfikir sebagai berikut:

²⁶ Endika Rahma, M. *Nilai-Nilai Dakwah pada Akun Instagram @Rumayshocom (Analisis Isi Model Philipp Mayring)*. UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2022

Berikut gambaran kerangka berfikir:



Bagan 1.1. Kerangka Berfikir

Dari gambaran di atas terlihat jelas input dari penelitiannya yaitu akun instagram @dakwahvisual.id, lalu untuk menemukan makna yang terkandung pada dakwah dilakukan melalui mekanisme Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce atau tiga komponen diatas yaitu representamen, objek dan inpretan selanjutnya akan terdapat hasil yang peneliti cari.

G. Metodologi Penelitian

1. Jenis Pendekatan

Jenis pendekatan dalam penelitian ini diarahkan kepada pengungkapan pola pikir yang di pergunakan peneliti dalam menganalisis sasarannya atau dalam ungkapan lain pendekatan ialah disiplin ilmu yang dijadikan acuan dalam menganalisis objek yang diteliti sesuai dengan logika ilmu itu. Pendekatan penelitian biasanya disesuaikan dengan profesi peneliti namun tidak menutup kemungkinan peneliti menggunakan multi disipliner.²⁷ Dengan pendekatan yang cukup relevan, maka disini peneliti memakai dasar metodologi penelitian yang berjenis kualitatif. selanjutnya peneliti memakai simbol atau yang kita kenali sebagai “semiotika”. dengan menerapkan penelitian yang berjenis kualitatif deskriptif sebagai pendekatan dalam penelitian ini. Penelitian deskriptif dilakukan untuk mengetahui nilai masing-masing variabel baik satu atau lebih.²⁸ Maka peneliti dapat lebih mudah dalam membredel lebih mendalam data hasil dan mengantongi data sebanyak-banyaknya, semiotika metode sebenarnya memiliki sifat interpretatif kualitatif, adalah sebuah metode yang menitikfokuskan pada teks dan tandanya sebagai objek kajian.

2. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian adalah subjek yang dituju untuk diteliti oleh peneliti, sehingga subjek penelitian merupakan sumber informasi yang digali untuk mengungkapkan fakta-fakta di lapangan.²⁹ Sedangkan objek penelitian adalah tujuan ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan fungsi tertentu tentang sesuatu yang objektif, valid, dan reliabel mengenai variabel tertentu.³⁰

²⁷ Muliati Amin, *Dakwah Jamaah (Disertasi)* (Makassar, PPS. UIN Alauddin, 2010), hlm. 129.

²⁸ I Made Laut Mertha Jaya, *Metode Kuantitatif dan Kualitatif: Teori, Penerapan, dan Riset Nyata* (Yogyakarta: Quadrant, 2020), hlm.50.

²⁹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), hlm. 145.

³⁰ Sugiyono, “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*”(Bandung: Alfabeta, 2014), hlm.38.

Pada penelitian kali ini Subjek dan Objeknya memfokuskan pada postingan dari akun Instagram @dakwahvisual.id , setelah itu di cermati dan dipilah beralaskan jenisnya konten. Akun instagram @dakwahvisual.id sendiri, membagikan konten gambar dan video dengan berbagai informasi, promosi, dan pengetahuan pesan dakwah.³¹ Pada penelitian ini yaitu 6 gambar yang mengandung pesan-pesan dakwah terkait muhasabah lalu dipilah secara purposif, selanjutnya dianalisis memakai tiga komponen dari semiotika Charles Sanders Peirce.

3. Sumber Data

Sumber informasi atau data adalah salah satu fokus peneliti yang akan menjadi referensi mendasar bagi peneliti dalam kajian ini, sumber data atau sampel dalam penelitian kualitatif di namakan sumber data, informan dan narasumber yang merupakan sumber informasi.³²

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari lapangan oleh peneliti atau pihak yang membutuhkan. Data ini sering disebut sebagai data asli atau data yang benar-benar baru.³³ Pada penelitian ini, lantaran subjek dan objek pada dikajianya adalah Konten dari akun Instagram yang bernama @dakwahvisual.id, maka peneliti menggunakan media Soasial. Akun instgram yang bernama @dakwahvisual.id.³⁴ Dari Akun tersebut di ambil 6 sampel gambar konten periode Januari-Maret2026, adapun konten yang di pilih meliputi konten yang bertema Muhasabah dan di pilih secara purposif .

b. Sumber Data Skunder

Sumber data sekunder diperoleh secara tidak langsung dalam penelitian ini mencakup informasi dari *website*, jurnal, buku, dan media lainnya, yang berfungsi sebagai data pendukung untuk penelitian.

³¹ <https://www.instagram.com/dakwahvisual.id?igsh=MTMwbTJrdnI2Mnpzcg==>

³² I Made Laut Mertha Jaya, *Metode Kuantitatif dan Kualitatif: Teori, Penerapan, dan Riset Nyata* (Yogyakarta: Quadrant, 2020), hal.143

³³ Misbahuddin, Iqbal, "*Analisis Data penelitian dengan Statistik*", (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), hlm.21.

³⁴ <https://www.instagram.com/dakwahvisual.id?igsh=MTMwbTJrdnI2Mnpzcg==>

4. Metode Pengumpulan Data

a. Pengamatan (Observasi)

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati objek yang akan diteliti, menganalisis serta mencatat hasil temuan di tempat penelitian.³⁵ Tujuan observasi untuk memberikan penjelasan terperinci terhadap gejala-gejala yang ada. Observasi ini dipakai penelitian dengan metode deskriptif serta mampu menguraikan melalui proses deskriptif.³⁶

Kajian yang akan dilakukan merupakan kajian studi lapangan atau pengamatan secara langsung pada postingan dari akun instagram berinisial @dakwahvisual.id, pengamatan ini dilakukan melalui pengamatan peneliti, memahaminya kemudian memilih 6 sampel gambar atau postingan periode unggahan postingan Januari-Maret 2026 yang didalamnya tersirat pesan dakwah kemudian dicermati dari sampel tersebut. Dengan menggunakan mekanisme metode Charles Sanders Peirce ini, Peneliti diharapkan mampu untuk menelaah dan menggali lebih mendasar tentang rumusan masalah yang peneliti bahas dalam penelitian ini

b. Dokumentasi.

Dokumentasi adalah suatu teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data dan informasi berupa buku, arsip, dokumen, tulisan, angka dan foto, berupa laporan dan informasi yang mendukung penelitian.³⁷ Dengan lingkup tersebut diharapkan bisa menjadi penyempurna data referensi terkait dengan penelitian ini agar layak disebut dengan kajian ilmiah yang fasih.

³⁵ I Made Laut Mertha Jaya, "Metode Kuantitatif dan Kualitatif: Teori, Penerapan, dan Riset Nyata" (Yogyakarta: Quadrant, 2020), hal. 150.

³⁶ Jalaluddin Rahmat, "Metode Penelitian Komunikasi Dilengkapi Contoh Analisis Statistik". (Bandung : pt remaja rosdakarya, 2009) Hlm, 84.

³⁷ Khasan, M. "Pesan Dakwah Dalam Komik Akun Instagram@ Rezaquran (Analisis Isi Model Philipp Mayring)" (Doctoral Dissertation, Uin Prof. Kh Saifuddin Zuhri), (2023), hlm.47.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah metode atau bisa di sebut dengan cara di mana menyederhanakan data telah di dapat supaya menjadi lebih ringkas agar nantinya mudah peneliti ketika menginterpretasikan data dan menjabarkannya. mekanisme analisisnya suatu bentuk upaya yang menentukan hasil jawaban dari pertanyaan di dalam rumusan masalah dan berbagai hal di penelitian yang lainnya.³⁸ Biasa disebut juga bahwa analisis data merupakan Langkah pertama peneliti untuk merancang konsep dari penelitian yang diteliti. Sukses tidak suksesnya sebuah penelitian sangat bergantung pada sumber terkait yang akan diteliti.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknis analisis data; yaitu menggunakan teknik analisis dari pendekatan analisis Semiotika Charles Sander Peirce. Ada tiga point dasar yang beliau gunakan atau yang di kenal dengan teori Triangle (segitiga) adalah representment, Objek dan interpretant. Peirce berpendapat kata adalah salah satu bentuk tanda. Sedangkan objek ialah hal yang merujuk tanda. maka, yang akan dikaji iaitu sign atau representamen dan objek terikat gambar ilustrasi visual dari posytingan dari akun instagram @dakwahvisual.id . Sedangkan interpretant itu pemahaman makna dan timbul dalam personality penerima tanda terkhusus dalam diri peneliti.

H. Sistematika Penulisan

Penulisan ini, berpanduan pada dosen pembimbing metodologi Penelitian dan buku pedoman skripsi. Dalam penulisan ilmiah ini peneliti mebagi menjadi V bab penjabaran. Di setiap point atau sub nya akan di masukan kedalam bab nya. Adapun sistematika nya sebagai berikut:

Bab I :Pendahuluan, dalam bab pertama berisikan Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Tinjauan Pustaka, Metode Penelitian dan Sistematika penulisan.

³⁸ I Made Laut Mertha Jaya, “Metode Kuantitatif dan Kualitatif: Teori, Penerapan, dan Riset Nyata” (Yogyakarta: Quadrant, 2020), hal.92.

Bab II :Landasan teoritis prihal konsep Komunikasi Dakwah Visual,Konsep Muhasabah dan konsep Semiotika Charles Sander Peirce.

Bab III :Bab ini menjelaskan gambaran umum akun instagram @dakwahvisual.id , Klarifikasi sampel data berdasarkan Indikator Muhasabah, Komunikasi dakwah visual Berorientasi Muhasabah akun Instagram @dakwahvisual.id.

Bab IV :Uraian Analisis Komunikasi dakwah visual Berorientasi Muhasabah akun Instagram @dakwahvisual.id dan Semiotika Charles Sanders Peirce pada konten Dakwah Visual berorientasi Muhasabah akun Instagram @dakwahvisual.id.

Bab V :Bagian penutup, mencakup kesimpulan serta saran yang di dapat dari hasil penelitian.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Melihat dari hasil penelitian di atas dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian mengenai komunikasi dakwah visual berorientasi muhasabah pada akun Instagram @dakwahvisual.id, dapat disimpulkan bahwa komunikasi dakwah yang diterapkan telah memenuhi unsur-unsur komunikasi dakwah secara utuh, meliputi da'i, mad'u, maddah, wasilah, thariqah, dan atsar. Penyampaian pesan dakwah dilakukan melalui media visual Instagram dengan memadukan ilustrasi, tipografi, warna, serta narasi singkat yang mudah dipahami sehingga mampu menyampaikan pesan-pesan muhasabah secara efektif kepada mad'u di ruang digital. Selain itu, prinsip-prinsip komunikasi dakwah seperti qaulan sadida, qaulan baligha, qaulan ma'rufa, qaulan layyina, dan qaulan maysura tampak diterapkan secara kontekstual sesuai dengan karakteristik setiap konten. Hal tersebut menunjukkan bahwa akun @dakwahvisual.id tidak hanya memanfaatkan media digital sebagai sarana penyebaran dakwah, tetapi juga mengemas pesan secara komunikatif, persuasif, dan relevan dengan kebutuhan masyarakat digital sehingga mampu menimbulkan efek kognitif, afektif, maupun konatif bagi audiens.
2. Analisis semiotika Charles Sanders Peirce, setiap konten pada akun Instagram Dakwah Visual mengandung unsur ikon, indeks, dan simbol yang saling membentuk makna dakwah muhasabah. Unsur ikon tampak pada ilustrasi visual yang merepresentasikan aktivitas ibadah dan kehidupan Muslim sehari-hari, unsur indeks terlihat pada hubungan sebab-akibat antara kondisi spiritual dan keadaan emosional tokoh dalam konten, sedangkan unsur simbol tampak melalui penggunaan teks dakwah, warna, cahaya, dan objek tertentu yang merepresentasikan nilai-nilai Islam. Melalui ketiga unsur tersebut, konten dakwah visual tidak hanya berfungsi sebagai media informasi keagamaan, tetapi juga menjadi sarana refleksi diri (muhasabah) yang mampu mengajak audiens mendekatkan diri kepada Allah SWT dalam

kehidupan sehari-hari.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, penulis menyarankan agar akun Instagram Instagram Dakwah Visual terus mengembangkan strategi komunikasi dakwah visual yang lebih kreatif, konsisten, dan relevan dengan kondisi sosial masyarakat, khususnya generasi muda. Penggunaan ilustrasi yang sederhana, emosional, dan dekat dengan kehidupan sehari-hari terbukti mampu menyampaikan pesan muhasabah secara lebih efektif dan menyentuh sisi psikologis audiens. Selain itu, konten dakwah visual diharapkan tidak hanya berfokus pada aspek estetika, tetapi juga tetap memperhatikan kedalaman pesan keislaman agar nilai-nilai dakwah yang disampaikan dapat memberikan pengaruh positif bagi kehidupan spiritual masyarakat.

Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji komunikasi dakwah digital melalui media sosial menggunakan pendekatan semiotika Charles Sanders Peirce maupun pendekatan lainnya. Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas objek penelitian, baik pada platform media sosial lain maupun jenis konten dakwah yang berbeda, sehingga kajian tentang dakwah visual di era digital dapat berkembang lebih luas dan mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Mujib. (2013). Konsep pendidikan karakter berbasis tasawuf. Ta'dib: *Journal of Islamic Education*, 18(2), 201–214.
- Abdullah. (2016). *The power of muhasabah: Manajemen hidup bahagia dunia akhirat*. Perdana Publishing.
- Ahmad Kazron, A. (2010). *Takziyatun nafs*. Akbar Media.
- Al-Bukhari. (2002). Shahih Al-Bukhari. Dar Ibn Katsir.
- Al-Ghazali, M. (2015). *Ihya Ulumuddin: The revival of religious sciences* (Vol. 1). Dar al-Taqwa.
- Al-Qushayri. (2001). *Al-Risalah al-Qushayriyyah*. Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah.
- Alfiansyah, I., & Anshori, I. (2024). Jejaring sosial: Transformasi komunikasi dalam era digital. *SOSFILKOM: Jurnal Sosial, Filsafat dan Komunikasi*, 18(1), 45–50.
- Amin, M. (2010). *Dakwah jamaah* (Disertasi). Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Amin, S. M. (2009). *Ilmu dakwah*. Amzah.
- An-Nawawi, I. (2002). *Riyadhus shalihin* (A. Sunarto, Trans.). Pustaka Amani.
- Ardian, R., & Utami, F. I. D. (2023). Proses komunikasi interpersonal orang tua dalam menanamkan nilai moral pada anak di era digital. *PERSEPTIF: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 1(2), 84–86.
- Arifin, M. (2000). *Psikologi dakwah: Suatu pengantar studi*. Bumi Aksara.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik*. Rineka Cipta.
- Aripudin, A. (2011). *Pengembangan metode dakwah: Respons da'i terhadap dinamika kehidupan di kaki Ciremai*. Rajawali Pers.
- At-Tirmidzi. (1998). *Sunan At-Tirmidzi*. Dar al-Gharb al-Islami.
- Aziz, M. A. (2004). *Ilmu dakwah*. Kencana Prenada Media Group.
- Aziz, M. A. (2017). *Ilmu dakwah* (Edisi revisi). Kencana.
- Azra, A. (1994). *Jaringan ulama Timur Tengah dan kepulauan Nusantara abad XVII–XVIII*. Mizan.

- Azra, A. (2012). Ensiklopedia tasawuf (Jilid 2). Angkasa.
- Barnard, M. (2002). Fashion as communication (2nd ed.). Routledge.
- Barthes, R. (1972). Mythologies (A. Lavers, Trans.). Hill and Wang.
- Berger, A. A. (2010). Pengantar semiotika: Tanda-tanda dalam kebudayaan kontemporer (M. D. Marianto, Trans.). Tiara Wacana.
- Bryson, L. (Ed.). (1948). The communication of ideas. Harper & Row.
- Cahaya, D. (2015). Tipografi dalam desain grafis. Gramedia Pustaka Utama.
- Cangara, H. (2014). Perencanaan dan strategi komunikasi. Rajawali Pers.
- Castells, M. (2010). The rise of the network society (2nd ed.). Blackwell Publishing.
- Danesi, M. (2010). Pesan, tanda, dan makna: Buku teks dasar mengenai semiotika dan teori komunikasi. Jalasutra.
- Danesi, M. (2011). Pesan, tanda, dan makna (E. Setyarini & L. L. Piantari, Trans.). Jalasutra.
- Daradjat, Z. (2012). Ilmu pendidikan Islam. Bumi Aksara.
- Deely, J. (2010). Basics of semiotics. Indiana University Press.
- Departemen Agama Republik Indonesia. (2019). Al-Qur'an dan terjemahnya. Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an.
- Dillistone, F. W. (1986). The power of symbols. SCM Press.
- Duhigg, C. (2012). The power of habit: Why we do what we do in life and business. Random House.
- Eco, U. (1976). A theory of semiotics. Indiana University Press.
- Effendy, O. U. (2017). Ilmu komunikasi: Teori dan praktik. Remaja Rosdakarya.
- Farida Zahra, U., Sarbini, A., & Shodiqin, A. (2016). Instagram sebagai media dakwah: Potensi dan tantangannya dalam menyampaikan pesan keislaman. Tadbir: *Jurnal Manajemen Dakwah*, 1(2), 1–15.
- Fisher, B. A. (1986). Teori-teori komunikasi (S. Trimio, Trans.). CV Remadja Karya.

- Fitriana, A. S. (2023). *Pesan akhlak dalam film Miracle in Cell No. 7 karya Hanung Bramantyo* (Analisis semiotika Charles Sanders Peirce) (Skripsi). IAIN Ponorogo.
- Freud, A. (1966). *The ego and the mechanisms of defense*. International Universities Press.
- Geertz, C. (1973). *The interpretation of cultures: Selected essays*. Basic Books.
- Haekal, M. H. (1992). *Hayah Muhammad*. Litera Antar Nusa.
- Hasanah, S. A. (2018). Konsep muhasabah dalam Al-Qur'an: Telaah pemikiran Al-Ghazali. *Al-Dirayah*, 1(1), 57–65.
- Hefni, H. (2015). *Komunikasi Islam*. Prenadamedia Group.
- Ilaihi, W. (2010). *Komunikasi dakwah*. Remaja Rosdakarya.
- Jaya, I. M. L. M. (2020). *Metode kuantitatif dan kualitatif: Teori, penerapan, dan riset nyata*. Quadrant.
- Katsir, I. (1999). *Tafsir Al-Qur'an Al-'Adzim* (Vol. 3). Dar al-Fikr.
- Khasan, M. (2023). *Pesan dakwah dalam komik akun Instagram @rezaquran* (Analisis isi model Philipp Mayring) (Skripsi). UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri.
- Kusnawan, A. (2004). *Komunikasi dan penyiaran Islam*. Benang Merah Press.
- Lasswell, H. D. (1948). *The structure and function of communication in society*. In L. Bryson (Ed.), *The communication of ideas* (pp. 37–51). Harper & Row.
- Lestari, D. (2023). *Pesan dakwah dalam desain komunikasi visual pada akun Instagram @gendhukstory* (Analisis semiotika Ferdinand de Saussure) (Skripsi). UIN Raden Intan Lampung.
- McQuail, D. (2011). *Teori komunikasi massa* (P. I. Izzati, Trans.). Salemba Humanika.
- Misbahuddin, & Iqbal, H. (2013). *Analisis data penelitian dengan statistik*. Bumi Aksara.
- Mufid, M. (2009). *Etika dan filsafat komunikasi*. Kencana Prenada Media.
- Muhtadi, A. S. (2012). *Komunikasi dakwah: Teori, pendekatan, dan aplikasi*. Simbiosis Rekatama Media.

- Muhyiddin, A., & Syafi'i, A. A. (2002). Metode pengembangan dakwah. Pustaka Setia.
- Mujib, A., & Mudzakir, J. (2002). Nuansa-nuansa psikologi Islam. RajaGrafindo Persada.
- Munawwir, A. W. (1997). Kamus Al-Munawwir Arab–Indonesia. Pustaka Progressif.
- Munir, M., & Ilaihi, W. (2006). Manajemen dakwah. Kencana.
- Murata, S., & Chittick, W. (1994). The vision of Islam. Paragon House.
- Muslim ibn al-Hajjaj. (n.d.). Shahih Muslim.
- Nasr, S. H. (2007). The essential Seyyed Hossein Nasr. World Wisdom.
- Nasrullah, R. (2015). Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi. Simbiosis Rekatama Media.
- Nurgiyantoro, B. (2013). Teori pengkajian fiksi. Gadjah Mada University Press.
- Nurudin. (2007). Pengantar komunikasi massa. Rajawali Pers.
- Omar, T. Y. (1992). Ilmu dakwah. Widjaya.
- Pasaribu, T. B. R., Anjani, D. A., Ramadhan, R. I., & Zulkarnain, I. (2024). Navigating the sea of information: Effective communication strategies in the digital era. *MediaKom: Jurnal Ilmiah Komunikasi*, 15(1).
- Peirce, C. S. (1931–1935). *Collected papers of Charles Sanders Peirce* (Vol. 2). Harvard University Press.
- Pratomo, Y., & Riyanto, G. P. (2025, November 26). 10 negara dengan pengguna Instagram terbanyak, Indonesia peringkat 4. Kompas. <https://tekno.kompas.com/read/2025/11/26/10310067/10-negara-dengan-pengguna-instagram-terbanyak-indonesia-peringkat-4>
- Qaradhawi, Y. (1993). *Al-Ibadah fi al-Islam*. Muassasah ar-Risalah.
- Qaradhawi, Y. (2001). *Prioritas dalam syariat Islam*. Pustaka Al-Kautsar.
- Rahma, E. M. (2022). Nilai-nilai dakwah pada akun Instagram @rumayshocom (Analisis isi model Philipp Mayring) (Skripsi). UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri.
- Rahmat, J. (2009). *Metode penelitian komunikasi: Dilengkapi contoh analisis statistik*. Remaja Rosdakarya.

- Safanayong, Y. (2006). Desain komunikasi visual terpadu. Arte Intermedia.
- Said Hawwa. (2005). Tazkiyatun nafs: Intisari Ihya' Ulumuddin. Pena Pundi Aksara.
- Saiful Ma'arif, B. (2010). Komunikasi dakwah: Paradigma untuk aksi. Simbiosis Rekatama Media.
- Sen, A. (1999). Development as freedom. Alfred A. Knopf.
- Shihab, M. Q. (1994). Membumikan Al-Qur'an. Mizan.
- Shihab, M. Q. (1996). Wawasan Al-Qur'an: Tafsir tematik atas pelbagai persoalan umat. Mizan.
- Shihab, M. Q. (2002). Tafsir Al-Mishbah (Vol. 1 & Vol. 9). Lentera Hati.
- Shihab, M. Q. (2002). Tafsir Al-Mishbah: Pesan, kesan, dan keserasian Al-Qur'an (Vol. 1). Lentera Hati.
- Shihab, M. Q. (2005). Wawasan Al-Qur'an: Tafsir maudhu'i atas pelbagai persoalan umat. Mizan.
- Sobur, A. (2016). Semiotika komunikasi. Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2014). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Sukayat, T. (2009). Quantum dakwah. Rineka Cipta.
- Sulasmi Darmaprawira, W. A. (2002). Warna: Teori dan kreativitas penggunaannya. Institut Teknologi Bandung.
- Tasmara, T. (1997). Komunikasi dakwah. Gaya Media Pratama.
- Ulwan, A. N. (2007). Pendidikan anak dalam Islam. Pustaka Amani.
- Zahra, A. N. (2022). Strategi dakwah desain visual grafis pada media sosial di Instagram. HIKMAH: *Jurnal Dakwah dan Sosial*, 2(2), 108–109.
- Zahra, U. F., Sarbini, A., & Shodiqin, A. (2016). Media sosial Instagram sebagai media dakwah. Tabligh: *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 1.