

Dakwah Komunikasi Visual Melalui Instagram Akun @HADITSKU

Nur Rizky Toybah

Abstrak

Penelitian ini berdasar pada pemikiran bahwa kurangnya penelitian yang meneliti sesuai dengan konsentrasi RTV, salah satu penelitian yang sesuai dengan konsentrasi adalah penelitian menggunakan media sosial. Instagram merupakan bagian dari media sosial. Instagram lebih menekankan konsep visual yang dibubungkan dengan disiplin ilmu komunikasi yaitu komunikasi visual. Disertai dengan pemilihan akun yang mengarah kepada nilai dakwah. Akun tersebut adalah akun instagram @haditsku.

Permasalahan diteliti berkenaan dengan pesan dakwah yang dibagikan melalui gambar akun instagram @haditsku dan interpretasi dakwah yang dikaitkan dengan unsur komunikasi visual. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif pendekatan kualitatif dengan menggunakan teknik analisis isi (Content Analysis).

Hasil penelitian diketahui akun instagram @haditsku memposting gambar berkaitan dengan pesan akidah, syariah, dan akhlak. Adapun interpretasi dakwahnya diketahui berdasar dengan objek dan teksnya dan adapula yang berdasar dari teksnya saja, diikuti dengan unsur komunikasi visual yaitu garis, bentuk, tekstur, gelap terang, ukuran, warna, tipografi dilihat dengan dua prinsip komunikasi visual yaitu keseimbangan (Balance) dan kesatuan (Unity).

Disimpulkan bahwa akun instagram @haditsku merupakan akun yang menyebarkan dakwah melalui media sosial. Dalam gambar yang dibagikan banyak mengandung pesan-pesan untuk kehidupan sehari-hari baik masalah akidah, syariah, dan akhlak. Pesan yang paling dominan disampaikan adalah pesan akhlak. Jenis gambar yang dibagikan dengan objek yang sesuai dan teks yang berguna untuk introspeksi diri. Setiap gambar yang dibagikan juga berbentuk motivasi untuk diri untuk melakukan kebaikan. Interpretasi dakwah sesuai dengan objek dan teks gambar dan diketahui pula gambar yang dibagikan mengandung unsur komunikasi visual yaitu gambar yang memenuhi diantaranya: garis, bentuk, tekstur, gelap terang, ukuran, warna, tipografi, prinsip komunikasi visual, keseimbangan, dan kesatuan. Juga memiliki prinsip komunikasi visual diantaranya keseimbangan dan kesatuan.

Kata Kunci: Dakwah, Komunikasi Visual, Media Sosial.

A. Pendahuluan

Dakwah erat kaitannya dengan berkomunikasi, agar penyampaian dakwah sesuai dengan unsur komunikasi yang baik. Ilmu komunikasi sangatlah pesat perkembangannya. Salah satu disiplinnya adalah ilmu komunikasi yang berbentuk komunikasi visual. Komunikasi visual merupakan komunikasi melalui penglihatan yang merupakan sebuah rangkaian proses penyampaian informasi atau pesan kepada pihak lain dengan penggunaan media penggambaran yang hanya terbaca oleh indera penglihatan. Komunikasi visual mengkombinasikan seni, lambang, tipografi, gambar, desain grafis, ilustrasi, dan warna dalam penyampaiannya. Oleh karena itu, komunikasi visual suatu disiplin ilmu sebagai penunjang kegiatan dakwah.

Media dakwah (wasilah) adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah

(ajakan Islam kepada mad'u). Untuk menyampaikan ajaran Islam kepada ummat, dakwah bisa menggunakan berbagai macam wasilah yaitu lisan, tulisan, audio-visual. Salah satu media dakwah komunikasi visual yang *trend* saat ini adalah aplikasi media sosial instagram. Dijelaskan dari wikipedia.org instagram merupakan salah satu aplikasi berbagi foto yang dimungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya dalam berbagai layanan jejaring sosial lainnya. Dapat diketahui instagram adalah salah satu aplikasi media sosial yang menampilkan foto atau gambar yang di bagikan kepada khalayak menggunakan jaringan internet.

Jumlah pengguna Instagram semakin banyak. Usianya belum sampai lima tahun, tapi media sosial berbagi foto itu sudah memiliki 400 juta orang pengguna aktif. Capaian angka tersebut bisa dikatakan sebagai sebuah prestasi

bagi Instagram. Sebelumnya pada Desember 2014 lalu, mereka mencatat sudah memiliki 300 juta orang pengguna aktif. Hal demikian berarti dalam waktu kurang dari satu tahun, mereka bisa memikat 100 juta orang baru untuk aktif menggunakan layanannya. Bersamaan dengan pengumuman itu juga disebutkan bahwa 75 persen dari total jumlah penggunanya adalah orang yang tinggal di luar Amerika Serikat. Para anggota baru Instagram sebagian besar berasal dari Eropa dan Asia. Lebih spesifik lagi kebanyakan anggota barunya berasal dari Indonesia, Jepang serta Brazil.¹

Instagram adalah sebuah aplikasi gratis yang fungsi utamanya sebagai tempat untuk mengupload foto-foto. Aplikasi ini dapat digunakan melalui alat gadget seperti *smartphone*. Instagram dikembangkan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger yang tergabung dalam perusahaan yang telah mereka kembangkan sendiri yaitu, Burbn, Inc. Fungsi dan kegunaan Instagram tidak hanya untuk berbagi foto saja, melainkan juga untuk menyunting foto-foto yang memiliki 16 efek yang dapat digunakan untuk menyunting foto. Dengan aplikasi Instagram, foto-foto Anda dapat diunggah melalui jejaring sosial seperti Facebook, Twitter, foursquare, flickr, dan juga posterous. Sebelum dibeli oleh Facebook, Twitter telah menyatakan minatnya untuk membeli Instagram pada 2011.

Namun, musim panas lalu, Systrom bertemu dengan Zuckerberg, yang melempar gagasan untuk menjualnya ke Facebook. Systrom dan Krieger menolak semua penawaran karena mereka berniat membangun perusahaan independen, kata orang yang akrab dengan pemikiran mereka. Namun, Zuckerberg meyakinkan Systrom bahwa Instagram akan lebih kuat di bawah payung Facebook daripada beroperasi sebagai pemain independen. Zuckerberg mengatakan bahwa Instagram akan berfungsi sebagai perusahaan independen di

bawah Facebook, janji yang belum pernah dibuatnya pada setiap target akuisisi lainnya.²

Pengguna Instagram bermacam-macam, sehingga banyak orang menggunakan sesuai dengan *passion* yang mereka sukai. Salah satu targetnya ialah untuk berdakwah. Melalui akun Instagram pendakwah juga bisa menyampaikan dakwahnya melalui gambar yang dibagikan melalui akunnya. Salah satu akun Instagram yang memiliki ciri khas sendiri terhadap gambar yang dibagikannya adalah akun @haditsku. Akun yang juga diikuti oleh salah satu orang ternama Bapak Ridwan Kamil yang merupakan Walikota Bandung. Diketahui akun seperti ini merupakan akun yang *trend* saat ini untuk menyebarkan kegiatan dakwah dengan menggunakan gambar atau visual yang menarik untuk dilihat, dibaca, dan diperhatikan.

Oleh karena itu dakwah komunikasi visual melalui akun Instagram @haditsku dapat menyampaikan nilai dakwah secara lebih mudah dan efektif. Penelitian ini melihat dari sudut pandang yang berbeda seperti biasanya. Penelitian ini melihat dari dua unsur yaitu pesan dakwah dan interpretasi dakwah komunikasi visual. Unsur dakwah yang meliputi pesan atau materi yang disampaikan oleh akun Instagram tersebut. Interpretasi dakwah yang dikaitkan unsur desain komunikasi visual ilmu yang mempelajari imajinasi kreatif yang diaplikasikan dalam berbagai media melalui unsur-unsur desain seperti garis, bidang, warna. Ilustrasi, tipografi, dan tata letak (*layout*). Penelitian ini merupakan masalah yang lagi kekinian atau *trend* saat ini. Keunggulan komunikasi visual yaitu menariknya kemasan yang disampaikan kepada semua orang, dibuat secara ringan, ada gambar, kata-kata yang mudah dipahami.

Masalah yang diangkat juga masih jarang untuk diteliti, penelitian ini juga bisa sebagai pembuka untuk penelitian selanjutnya. Objek yang digunakan merupakan objek yang sekarang

¹(Online) <http://tekno.kompas.com/read/2015/09/24/09160067/Instagram.Diserbu.400.Juta.Pengguna.Termasuk.Indonesia>. Diakses 25 Nopember 2015.

²(Online) <http://andikhaerul.blogspot.com/2012/11/fungsi-dan-kegunaan-instagram.html> diakses 25 Nopember 2015.

ini disenangi oleh semua orang pengguna media sosial, oleh karena itu untuk membuat orang-orang tetap paham dengan nilai-nilai agama namun di konsep secara kekinian. Kekurangannya sedikit bahan pustaka untuk masalah komunikasinya yang bisa dijadikan referensi dalam melakukan penelitian ini.

Berdasarkan gambaran tersebut, tertarik dilakukan penelitian lebih mendalam dan menuangkannya dalam bentuk skripsi dengan judul “Dakwah Komunikasi Visual Melalui Akun @haditsku”. Fokus penelitian ini adalah mengambil gambar yang dibagikan atau *diposting* dalam akun instagram selama 5 minggu dari bulan April hingga Mei 2016. Hal yang diteliti unsur dakwah pesan atau materi yang terkandung dalam gambar yang dibagikan akun tersebut serta melihat interpretasi gambar yang dikaitkan dengan unsur-unsur komunikasi visual seperti garis, bidang, warna, ilustrasi, tipografi, dan tata letak (*layout*) yang dilihat dari dua prinsip komunikasi visual yaitu keseimbangan (*balance*) dan kesatuan (*unity*), sehingga dengan gambar yang dibagikan dengan melihat unsur-unsur desain komunikasi visual tersebut dapat diketahui bagaimana konsep dakwah komunikasi visual terhadap gambar yang dibagikan akun instagram @haditsku.

B. Pembahasan

1. Konsep Komunikasi Visual

a. Pengertian Komunikasi

Komunikasi berasal dari *communication* dalam bahasa Inggris disebut *communis* yang berarti “sama”, *communico*, *communication* atau *communicare* yang berarti “membuat sama” (*to make common*), istilah pertama (*communis*).³

Menurut Everet M. Rogers, komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber lepas suatu penerima dengan niat atau

³Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2001), h. 41.

lebih dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.⁴

Komunikasi sering juga diterjemahkan dengan istilah *Al-Qawl*, seperti yang diungkapkan oleh Asy-Syaukani dalam tafsir “*Fath Al Qadr*” yang disebut dalam Alquran sebagai kata kunci untuk komunikasi.⁵

Komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah) atau elektronik (radio, televisi dan internet), yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan dan ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar dibanyak tempat, anonim, dan heterogen.⁶ Pesan-pesannya bersifat umum, disampaikan secara cepat, serentak dan selintas (khususnya media elektronik).

Kesimpulannya media massa adalah suatu lembaga yang bergelut dibidang komunikasi atau penyiaran yang bertugas mencari, mengelola data, hingga menyampaikan berita atau informasi kepada khalayak melalui media komunikasi atau alat-alat komunikasi.

b. Pengertian Visual

Visual menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah dapat dilihat dengan indra penglihat (mata); berdasarkan penglihatan.⁷ Media komunikasi visual merupakan alat komunikasi yang dapat digunakan dengan indra penglihatan dalam menangkap data. Jadi, matalah yang paling berperan dalam pengembangan dakwah. Media komunikasi yang berwujud alat yang menggunakan penglihatan sebagai pokok persoalannya terdiri dari jenis alat komunikasi

⁴ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010), h. 5.

⁵ Asy-Syaukani, *Fath Al Qadr*, (Baairut: Dear Al-Fikr, 1973), h. 429.

⁶Dedy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Cet. Ke-2, (Bandung: PT. Rosdakarya, 2001), h. 75.

⁷(Online) <http://kbbi.web.id/visual> diakses 31 Juli 2016

yang sangat komplis seperti film slide, gambar foto diam, dan komputer.⁸

c. Kelebihan Media Visual diantara Media Dakwah Lainnya

Adapun kelebihan media visual diantara media dakwah lainnya adalah sebagai berikut:

- 1) Memberikan tampilan yang sifatnya konkrit
- 2) Gambar dapat mengatasi ruang dan waktu
- 3) Gambar atau foto dapat mengatasi keterbatasan pengamatan kita
- 4) Dapat memperjelas suatu masalah, dalam bidang apa saja dan untuk tingkat usia berapa saja
- 5) Murah harganya dan mudah didapat serta digunakan tanpa memerlukan peralatan khusus⁹

d. Pengertian Komunikasi Visual

Komunikasi visual biasa juga disebut desain komunikasi visual atau bahasa yang *trend* saat ini dekade. Desain komunikasi visual adalah ilmu yang mempelajari konsep komunikasi dan ungkapan daya kreatif, yang diaplikasikan dalam berbagai media komunikasi visual dengan mengolah elemen desain grafis terdiri dari gambar (ilustrasi), huruf, warna, komposisi dan layout.¹⁰ Menurut Rakhmat Supriyono desain komunikasi visual atau DKV memiliki peran mengomunikasikan pesan atau informasi kepada pembaca dengan berbagai kekuatan visual, seperti tipografi, ilustrasi, warna, garis, *layout*, dan sebagainya dengan bantuan teknologi. Menurut Adi Kusrianto komunikasi visual (yang menjadi kekuatan utama dalam penyampaian pesan) adalah segala sesuatu yang dapat dilihat dan

dapat dipakai untuk menyampaikan arti, makna, atau pesan.

Menurut Adi Kusrianto istilah-istilah yang berhubungan dengan visual:

- 1) Visual *Language*, yakni ilmu yang mempelajari bahasa visual. Visualisasi, yakni kegiatan menerjemahkan atau mewujudkan informasi dalam bentuk visual.
- 2) Visualiser, yaitu orang yang pekerjaannya menangani masalah visual atau mewujudkan suatu ide ke dalam bentuk visual dalam suatu proyek desain.
- 3) Visual *Effect*, membuat efek-efek tipuan seolah-olah terjadi suatu keadaan atau kejadian yang sulit dilakukan manusia. Misalnya, munculnya seekor dinosaurus atau monster lain yang luar biasa besarnya, efek seolah-olah manusia sedang mendarat di sebuah planet asing, dan sebagainya.
- 4) Visual *Information* adalah informasi melalui penglihatan, misalnya lambaian tangan, senyuman, baju baru, mobil baru, dan lain-lain.
- 5) Visual *Literacy*, yaitu kumpulan atau daftar karya visual.¹¹

e. Unsur-Unsur Komunikasi

Adapun unsur-unsur komunikasi adalah sebagai berikut diantaranya:

- 1) Sumber
- 2) Pesan
- 3) Saluran
- 4) Penerima
- 5) Efek
- 6) Umpan balik
- 7) Lingkungan dan situasi¹²

f. Unsur-Unsur Komunikasi Visual

⁸Muhammad Rialdi Pratama, "Komunikasi Dakwah Dalam Film 99 Cahaya Di Langit Eropa" (Skripsi tidak diterbitkan, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Institut Agama Islam Negeri, Banjarmasin, 2016), h. 21.

⁹(Online) <http://drusminto.blogspot.co.id> diakses tanggal 31 Juli 2016

¹⁰Sumbo Tinarbuko, *DEKAVE Desain Komunikasi visual-Penanda Akhir Zaman Masyarakat Global*, (Yogyakarta: Caps, 2015), h. 5.

¹¹Adi Kusrianto, *Pengantar Desain*

Komunikasi Visual, (Yogyakarta: Andi, 2009), h. 10.

¹²Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, Cet. 2 (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), h. 37.

Menurut Lia Anggaraini S dan Kirana Nathalia unsur komunikasi visual atau desain komunikasi visual adalah sebagai berikut¹³:

1). Garis

Garis merupakan salah satu unsur desain yang menghubungkan antara satu titik poin dengan titik poin lain. Bentuknya dapat berupa gambar garis lengkung (*curve*) atau lurus (*straight*). Adapula berbagai macam bentuk garis, seperti lurus, melengkung, putus-putus, *zig-zag*, meliuk-liuk, bahkan tidak beraturan. Masing-masing memiliki pencitraan yang berbeda, contohnya:

- a. Garis lurus secara horizontal akan membuat segala sesuatu terlihat lebih tenang, formal namun tetap profesional.
- b. Garis vertikal, garis itu akan memperlihatkan kesan keseimbangan, stabil dan keseimbangan, stabil, dan elegan.
- c. Garis putus-putus yang menandakan bagian yang dilipat atau dipotong.

2). Bentuk (*Shape*)

Bentuk adalah segala sesuatu yang memiliki diameter, tinggi, dan lebar. Bentuk-bentuk dasar yang pada umumnya dikenal adalah bentuk kotak (*rectangle*), lingkaran (*circle*), segitiga (*triangle*), lonjong (*elips*), dan lain-lain. Pada desain komunikasi visual, kita akan mempelajari bentuk dasar dan bentuk turunan. Sementara pada kategori sifat, bentuk dapat dikategorikan menjadi tiga:

a. Bentuk Geometrik

Bentuk geometrik diantaranya ada yang berbentuk kotak berupa kubus, lingkaran memanjang berupa silinder, segitiga berupa limas atau kombinasi antara lingkaran dan segitiga berupa kerucut. Bentuk-bentuk tersebutlah yang sering kita sebut bentuk geometrik, bentuk yang segala sesuatunya dapat diukur.

b. Bentuk Natural

Segala bentuk tersebut dapat berubah dan bertumbuh secara ukuran, serta dapat berubah-

ubah dan berkembang, itulah yang dimaksud sebagai bentuk natural, contohnya seperti bunga dan pepohonan.

c. Bentuk Abstrak

Bentuk abstrak merupakan bentuk sesuatu yang kasat mata, tidak jelas, dan tidak berdefinisi. Apabila dalam bentuk seni, dapat berupa bentuk yang tidak sesuai dengan bentuk aslinya.

1) Tekstur (*Texture*)

Tekstur adalah tampilan atau permukaan atau corak dari suatu benda yang dapat dinilai dengan cara dilihat atau diraba. Penggunaan tekstur ada desain, akan menambah pengalaman dan menjadi nilai lebih daripada sekadar estetika. Namun dalam desain grafis tidak semua tekstur bersifat nyata (tekstur semu). Tekstur semu merupakan sebuah tekstur yang dibuat secara visual dari suatu bidang.

2) Gelap Terang/ Kontras

Kontras merupakan warna yang berlawanan antara satu dengan yang lainnya, terdapat perbedaan baik warna atau titik fokus. Gelap terang atau kontras ini dapat digunakan dalam desain sebagai salah satu cara untuk menonjolkan pesan atau informasi yang dapat juga menambah pesan dramatis. Dengan mengatur komposisi gelap terang suatu desain, akan membantu nilai keterbacaan, fokus, dan titik berat suatu desain

3) Ukuran (*Size*)

Ukuran dapat diartikan sebagai perbedaan besar kecilnya suatu objek. Dengan menggunakan unsur ini, Anda dapat menciptakan kontras dan penekanan (*emphasis*) pada obyek desain yang hendak dibuat.

4) Warna (*Colour*)

Warna merupakan unsur penting dalam objek desain. Dengan warna Anda dapat menampilkan identitas atau citra yang ingin disampaikan. Warna merupakan salah satu elemen yang dapat menarik perhatian, meningkatkan *mood*, menggambarkan citra sebuah perusahaan, dan lainnya. Dalam penggunaan warna kita perlu memperhatikan kesan apa yang ingin kita bangun dalam desain tersebut.

¹³Lia Anggaraini S dan Kirana Nathalia, *Desain Komunikasi Visual; Dasar-Dasar Panduan Untuk Pemula*, (Nuansa Cendikia: Bandung, 2013), h. 32.

Warna merupakan faktor yang sangat penting dalam mendesain, setiap warna memiliki karakter dengan sifat yang berbeda pula. Pada setiap negara memiliki warna atau arti warna yang berbeda-beda, namun arti warna berikut ini berdasarkan lingkup yang universal.

a. Warna Merah

Warna yang paling emosional dan cenderung ekstrim. Menyimbolkan agresivitas, keberanian, semangat, percaya diri, gairah, kekuatan, dan vitalitas.

b. Warna Pink

Warna yang disukai banyak wanita ini menyiratkan sesuatu yang lembut dan menenangkan, cinta, kasih sayang dan feminim.

c. Warna Biru

Tidak bisa lepas dari elemen langit, air, dan udara, berasosiasi dengan alam, melambangkan keharmonisan, memberi kesan lapang, kesetiaan, ketenangan, sensitif, kepercayaan.

d. Warna Kuning

Warna kuning akan meningkatkan konsentrasi, warna ini menyimbolkan warna persahabatan, optimisme, santai, gembira, harapan, toleran, menonjol, eksentrik.

e. Warna Hijau

Hijau melambangkan alam, kehidupan, dan simbol fertilitas, sehat, natural.

f. Warna Orange

Warna yang melambangkan sosialisasi, keceriaan, segar, semangat, keseimbangan, dan energi.

g. Warna Ungu

Memberi kesan spiritual yang magis, mistis, misterius, dan mampu menarik perhatian, kekayaan, dan kebangsawanan.

h. Warna Coklat

Merupakan warna netral yang natural, hangat, membumi dan stabil, menghadirkan kenyamanan, memberi kesan anggun, kesejahteraan, dan elegan.

i. Warna Abu-Abu

Warna ini melambangkan kesederhanaan, intelek, futuristik, millennium.

j. Warna Hitam

Warna hitam adalah warna yang kuat dan penuh percaya diri, penuh perlindungan, maskulin, elegan, dramatis, dan misterius.

Teori yang menyederhanakan warna yang ada di alam menjadi 4 kelompok warna. Keempat kelompok warna tersebut, yaitu warna primer, sekunder, tersier, dan warna netral.

Warna primer merupakan warna dasar yang bukan campuran dari warna-warna lain. Warna yang termasuk dalam golongan warna primer adalah merah, biru, kuning.

Warna sekunder merupakan hasil pencampuran warna-warna primer dengan proporsi 1:1. Misalnya warna jingga merupakan hasil campuran warna merah dan kuning, hijau adalah campuran biru dan kuning, dan ungu adalah campuran merah dan biru.

Warna tersier merupakan campuran salah satu warna primer dengan salah satu warna sekunder. Misalnya warna jingga kekuningan didapat dari pencampuran warna kuning dan jingga. Warna coklat merupakan campuran dari ketiga warna, yakni merah, kuning, dan biru.

g. Hubungan Unsur-Unsur Komunikasi dengan Unsur-Unsur Komunikasi Visual

Disimpulkan bahwa hubungan unsur komunikasi dengan unsur komunikasi visual adalah:

- a) Untuk unsur komunikasi dilihat melalui pesan yang disampaikan yaitu melalui visual atau gambar.
- b) Untuk unsur komunikasi visual adalah memperjelas makna pesan gambar tersebut. Berupa garis, bidang, warna, ilustrasi, tipografi, dan tata letak (*layout*) yang dilihat dari dua prinsip komunikasi visual yaitu keseimbangan (*balance*) dan kesatuan (*unity*).

2. Instagram Sebagai Media Dakwah

Adapun yang dapat disajikan dalam mengetahui instagram ini menjadi media dakwah adalah sebagai berikut:

- a. **Instagram Haditsku berperan sebagai referensi dakwah dalam mencari ilmu keislaman saat ini**

Dalam hal ini dari segala kelebihan dan kekurangannya, Internet ternyata dapat menjadi salah satu alternatif dakwah informasi dan globalisasi. Keberhasilan media dakwah berpeluang pada kesiapan pengembang dan pengembang media dakwah, terutama dalam mempersiapkan calon-calon dakwah provider yang memiliki kreativitas dan keterampilan yang didukung oleh intelektualitas yang memadai.¹⁴ Peran media sosial instagram Haditsku yang paling sering muncul adalah menampilkan gambar-gambar pilihan Haditsku yang dikirimkan oleh follower mereka. Karena merupakan peran utama Haditsku inilah maka foto-foto yang dikirimkan follower ke Haditsku di dalamnya ada unsur dakwah dan unsur komunikasi visual. Haditsku memiliki kriteria-kriteria dalam menyeleksi foto-foto yang masuk dari akun lain. Pihak Haditsku, menyampaikan dalam sehari. Dari sekian banyak foto tersebut, Haditsku hanya akan memposting 2 hingga 3 foto untuk ditampilkan pada hari itu pula.

b. Instagram Haditsku berperan sebagai media promosi akun-akun media sosial lain milik Haditsku

Menurut Stanley J. Baran dan Dennis K. Davis menjelaskan bahwa teori pemasaran sosial mengambil dan menggabungkan temuan penelitian yang dihasilkan oleh peneliti pemasaran dan periklanan. Teori ini didominasi sumber, berorientasi status *quo* yang bermula dari asumsi bahwa elite penguasa dapat dipercaya untuk mempromosikan tindakan yang bernilai sosial. Teori ini tidak mempertanyakan tatanan sosial secara kritis-lebih bertujuan memelihara tatanan yang ada dan membantu orang-orang menyesuaikan diri dengan tatanan tersebut.¹⁵

¹⁴Wahyu Ilaihi, *Komunikasi dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), h. 112.

¹⁵Stanley J. Baran dan Dennis K. Davis, *Teori Komunikasi Massa Dasar, Pergolakan dan Masa Depan*, cet. 5, (Jakarta: Salemba Humanika, 2010), h. 310-311.

Setiap kali Haditsku membuat akun media sosial lain, Haditsku selalu meng-updatenya lewat akun instagram mereka. Hal tersebut dilakukan sebagai media promosi dan untuk menarik khalayak yang dalam hal ini adalah follower mereka untuk mengunjungi kemudian memfollow. Isi dari masing-masing akun media sosial Haditsku rata-rata tidak jauh berbeda, yakni merepost atau meng*connect* apa yang telah diunggah ke dalam Instagram Haditsku. Akun media sosial lain yang dimiliki Haditsku saat ini adalah official Line.

GAMBAR 2.1. AKUN @HADITSKU REPOST GAMBAR AKUN LAIN



c. Instagram Haditsku berperan membantu mempromosikan produk atau merek fashion

Metode untuk menanamkan gambar dan kesan terhadap orang, produk, atau layanan. Metode ini seringkali digunakan ketika sulit untuk merangsang minat khalayak. Jika orang-orang tidak tertarik dengan suatu topik, maka mereka tidak akan mencari dan berusaha memahami informasi mengenai hal tersebut. Kurangnya minat membentuk sebuah hambatan atau arus informasi. Akan tetapi, masih ada kemungkinan untuk menyiarkan gambar. Metode yang paling terkenal digunakan untuk menanamkan gambar adalah gambar iklan yang

mudah dilihat yang menampilkan visual yang menarik.¹⁶

Peran media sosial instagram sebagai media promosi juga digunakan oleh pemilik produk atau merek fashion selain milik Haditsku untuk sekedar mengenalkan atau memberitahu kepada follower dimana gambar-gambar dalam foto yang diunggah Haditsku bisa diperoleh.

GAMBAR 2.2. AKUN @HADITSKU PROMOSI SEBUAH ACARA

3. Penyajian Data Hasil Penelitian

Dalam pembahasan ini dapat dipaparkan mengenai jawaban dari rumusan masalah mengenai pesan apa saja yang disampaikan melalui gambar yang dibagikan akun @haditsku dan interpretasi dakwah komunikasi visual terhadap gambar yang dibagikan dalam penggunaan unsur-unsur desain komunikasi visual melalui akun instagram @haditsku, agar lebih sistematis dapat dipaparkan sebagai berikut:

a. Pesan Dakwah Terhadap Gambar yang Dibagikan Melalui Akun Instagram @Haditsku



Dari gambar yang *dipostings* oleh akun instagram @haditsku ini terhitung sejak tanggal 5 April-5 Mei 2016, maka dapat diketahui pesan apa saja yang dibagikan melalui akun instagram ini.

Berikut ini adalah beberapa kategori pesan dakwah terhadap gambar yang dibagikan Akun instagram @haditsku:


- 1) Pesan Akidah

¹⁶Ibid, *Teori Komunikasi Massa Dasar, Pergolakan dan Masa Depan*, h. 323.


Tabel 4.1. Pesan Akidah



No.	Waktu Unggahan	Gambar Posting	Materi/ Pesan
1	5 Week		Iman kepada Allah
2	5 Week		Iman kepada Allah

<p>3</p> <p>4 Week</p>			<p>Iman kepada Allah</p>
<p>4</p> <p>4 Week</p>			<p>Iman kepada Allah</p>

<p>5</p>	<p>4 Week</p>		<p>Iman kepada Allah</p>
----------	---------------	---	--------------------------

TABEL 4.2. PESAN SYARIAH



No	Waktu Unggahan	Gambar <i>Posting</i>	Materi/ Pesan
<p>1</p>	<p>5 Week</p>		<p>Ibadah</p>

<p>2</p> <p>4 Week</p>		 <p>haditsku 4w</p> <p>***** Tak apalah bila orang-orang berkata buruk tentang kita. Semoga karena hal itu, dapat menambah berat timbangan pahala. Tak perlu marah. @haditsku</p> <p>2360 likes</p> <p>haditsku Jangan marah bila orang berkata buruk tentang kita. Semoga itu jadi pemberat timbangan pahala kita.</p>	<p>Ibadah</p>
<p>3</p> <p>4 Week</p>		 <p>haditsku 4w</p> <p>“Hatiku milik Allah Hatimu milik Allah” Hanya Allah yang dapat membolak-balik hati manusia. Aku berdoa agar hati kita Bersatu.</p> <p>@dayatpiliang</p> <p>2174 likes</p> <p>haditsku Hati manusia itu milik Allah. Kalau suka, cerita saja sama Allah, doa agar kedua hati bisa bersatu.</p>	<p>Ibadah</p>


<p>4</p>	<p>4 Week</p>		<p>Ibadah</p>
<p>5</p>	<p>2 Week</p>		<p>Ibadah</p>

TABEL 4.3. PESAN AKHLAK

No	Waktu	Gambar Posting	Materi/
----	-------	----------------	---------

	Unggahan		Pesan
1	4 Week		Akhlak kepada Allah
2	4 Week		Akhlak kepada Allah

<p>3</p> <p>4 Week</p>		<p>Akhlak kepada sesama manusia</p>
<p>4</p> <p>4 Week</p>		<p>Akidh</p>

5	4 Week		Akhlaq kepada sesama manusia
---	--------	---	------------------------------

b. Interpretasi Dakwah Komunikasi Visual Terhadap Gambar yang Dibagikan Dalam Penggunaan Unsur-Unsur Desain Komunikasi Visual Melalui Akun Instagram @Haditsku

Adapun interpretasi dakwah komunikasi visual terhadap gambar yang dibagikan dalam penggunaan unsur-unsur desain komunikasi visual melalui akun instagram @haditsku, secara pembahasan desain komunikasi visual disini hal yang diteliti adalah interpretasi dakwah dan unsur-unsur komunikasi visual seperti garis, bentuk, tekstur, gelap terang, ukuran, warna dan tipografi yang dilihat dari dua prinsip komunikasi visual yaitu keseimbangan (*balance*) dan kesatuan (*unity*).

1) Interpretasi gambar dibawah ini adalah sebagai seorang muslim supaya memakmurkan masjid. Sebarapa jauh pun jarak antara rumah dan masjid bukan menjadi halangan, namun yang menjadi halangan adalah hati , karena hati kadang berat untuk menyuruh melangkahkakan kaki untuk pergi ke masjid. Sehingga sedekat apapun akan sulit dijangkau. Masjid diumpamakan sebuah menara masjid.



TABEL 4.4. GAMBAR 1

Unsur-Unsur Komunikasi Visual	Keterangan
Garis	Garis nampak terlihat berbentuk garis lurus di bagian objek dalam hal ini gambar terlihat lebih tenang, formal, namun tetap profesional.
Bentuk	Bentuk menggunakan bentuk geometrik dimana bentuknya dapat diukur.
Tekstur	Tekstur untuk fotografi adalah tekstur semu.
Gelap terang	Gambar ini menggunakan teknik gelap terang yang dimana terdapat perbedaan baik warna atau titik fokus.
Ukuran	Objek nampak terlihat kecil dan menunjukkan menara atau kubah mesjid.
Warna	Warna biru yang bermakna keharmonisan, terlihat antara ada harmoni bentuk didalamnya. Warna kuning pada objek menunjukkan harapan agar untuk selalu pergi ke mesid.
Tipografi	Menggunakan jenis modern roman, nampak berwarna hitam dan putih. Dan dalam makna tipografinya juga dapat diketahui agar menjadi penyemangat bagi siapa saja untuk senang memakmurkan mesjid.
Prinsip Komunikasi Visual	Keterangan
Keseimbangan	Keseimbangan asimetri/informal, karena elemen desain yang tidak sama antara sisi kanan dengan kiri atau atas dengan bawah, namun tetap terasa seimbang
Kesatuan	Keseluruhan tampak harmonis, terdapat kesatuan antara tema, tipografi, ilustrasi/foto.

2) Interpretasi dakwah pada gambar di bawah ini adalah apabila memperbaiki diri untuk ditemukan pendamping yang sholehah, baik akhlaknya, yang selalu mencintai Allah. Maka Allah akan mensandingkan

diri seperti apa diri sebenarnya. Oleh karena itu, cintailah Allah terlebih dahulu barulah Allah akan mendatangkan seorang pendamping yang juga mencintai Allah. Apabila seorang wanita mencintai Allah, maka Allah akan memberikan pendamping yang baik pula untuk menjaganya.



Warna, tekstur, ukuran, gelap terang, bentuk.

Garis.

Tipografi, keseimbangan, kesatuan.

TABEL 4.5. GAMBAR 2

Unsur-Unsur Komunikasi Visual	Keterangan
Garis	Garis nampak terlihat berbentuk garis lurus di bagian objek dalam hal ini gambar terlihat lebih tenang, formal, namun tetap profesional.
Bentuk	Bentuk menggunakan bentuk geometrik dimana bentuknya dapat diukur.
Tekstur	Tekstur untuk fotografi adalah tekstur semu.
Gelap terang	Gambar ini menggunakan teknik gelap terang yang dimana terdapat perbedaan baik warna atau titik fokus.
Ukuran	Objek nampak terlihat besar yang berbentuk seorang laki-laki dewasa yang mapan dan gagah.
Warna	Warna biru yang bermakna keharmonisan, terlihat antara ada harmoni bentuk didalamnya. Warna abu-abu pada latar menunjukkan kesederhanaan namun tetap elegan pada gambar. Dikombinasikan warna netral pada baju putih dan dasi.
Tipografi	Menggunakan jenis san serif, nampak berwarna putih dan dalam makna tipografinya juga dapat diketahui agar cintailah Allah, maka Allah akan berikan padamu manusia baik untuk jadi pendamping hidupmu.
Prinsip Komunikasi Visual	Keterangan
Keseimbangan	Keseimbangan simetris/formal, karena Membagi sama berat masa antara kanan dan kiri, antara atas dan bawah secara simetris dan setara.
Kesatuan	Keseluruhan tampak harmonis, terdapat kesatuan

antara tema, tipografi, ilustrasi/foto.

3) Interpretasi dakwah pada gambar di bawah ini adalah sebagai hamba Allah, janganlah terlalu sibuk untuk mencari pasangan yang baik apabila diri belum baik. Alangkah baiknya perbaiki diri dulu sebaik mungkin maka Allah akan memberikan pasangan yang baik pula.



Tipografi

Ukuran, garis, gelap terang, bentuk.

Warna, tekstur, keseimbangan, kesatuan.

TABEL 4.6. GAMBAR 3

Unsur-Unsur Komunikasi Visual	Keterangan
Garis	Garis nampak terlihat berbentuk garis lurus di bagian objek dalam hal ini gambar terlihat lebih tenang, formal, namun tetap profesional.
Bentuk	Bentuk menggunakan bentuk geometrik dimana bentuknya dapat diukur.
Tekstur	Tekstur untuk fotografi adalah tekstur semu.
Gelap terang	Gambar ini menggunakan teknik gelap terang yang dimana terdapat perbedaan baik warna atau titik fokus.
Ukuran	Objek nampak terlihat besar yang berbentuk seorang laki-laki dewasa yang sedang berjalan mencari cari sesuatu.
Warna	Warna abu-abu pada latar menunjukkan kesederhanaan namun tetap elegan pada gambar. Warna coklat pada pakaian yang digunakan objek yang menghadirkan kenyamanan. Warna merah dan hitam menunjukkan kepercayaan diri.
Tipografi	Menggunakan jenis san serif, nampak berwarna putih dan dalam makna tipografinya juga dapat diketahui selalu memperbaiki diri, agar dihadirkan jodoh yang terbaik.
Prinsip Komunikasi Visual	Keterangan
Keseimbangan	Keseimbangan asimetris/informal. Penyusunan elemen desain yang tidak sama antara sisi kanan dengan kiri atau atas dengan bawah, namun tetap terasa seimbang.
Kesatuan	Keseluruhan tampak harmonis, terdapat kesatuan antara tema, tipografi, ilustrasi/foto.

4) Interpretasi dakwah pada gambar di bawah ini adalah jangan pernah lupa Allah walau sesibuk apapun, misalnya jangan menunda waktunya sholat jika sudah tiba. Oleh karena itu, cara bersyukur untuk selalu ingat kepada Allah yaitu dengan menjalankan perintah-Nya.



TABEL 4.7. GAMBAR 4

Unsur-Unsur Komunikasi Visual	Keterangan
Garis	Garis nampak terlihat berbentuk garis lurus di bagian objek dalam hal ini gambar terlihat lebih tenang, formal, namun tetap profesional.
Bentuk	Bentuk menggunakan bentuk geometrik dimana bentuknya dapat diukur.
Tekstur	Tekstur untuk fotografi adalah tekstur semu.
Gelap terang	Gambar ini menggunakan teknik gelap terang yang dimana terdapat perbedaan baik warna atau titik fokus.
Ukuran	Tidak ada objek.
Warna	Warna hitam pada latar menunjukkan kesan agar selalu memohon perlindungan kepada Allah. Warna kuning pada teks menunjukkan kesan harapan perlindungan dari Allah.
Tipografi	Menggunakan jenis hiasan, nampak berwarna kuning dan dalam makna tipografinya juga dapat diketahui agar selalu mengingat Allah dengan sesibuk apapun.
Prinsip Komunikasi Visual	Keterangan
Keseimbangan	Keseimbangan asimetris/informal. Penyusunan elemen desain yang tidak sama antara sisi kanan dengan kiri atau atas dengan bawah, namun tetap terasa seimbang.
Kesatuan	Keseluruhan tampak harmonis, terdapat kesatuan antara tema dan tipografi.

5) Interpretasi dakwah pada gambar di bawah ini adalah perintah menggunakan hijab bagi para perempuan, sesungguhnya berhijab adalah perintah Allah. Kecantikan seorang muslimah akan terpancar apabila memakai hijab. Seperti diperjelas gambar seorang anak perempuan kecil yang nampak bahagia dengan menggunakan jilbab hitamnya. Perintah berhijab itu bagaikan seperti perintah sholat, hukumnya wajib dan tanpa ada menunda-nunda. Untuk para perempuan biasakanlah berhijab karena ini adalah perintah Allah sebagaimana Allah memerintahkan untuk melaksanakan sholat, puasa dan lain-lain.



TABEL 4.8. GAMBAR 5

Unsur-Unsur Komunikasi Visual	Keterangan
Garis	Garis nampak terlihat berbentuk garis lurus di bagian objek dalam hal ini gambar terlihat lebih tenang, formal, namun tetap profesional.
Bentuk	Bentuk menggunakan bentuk geometrik dimana bentuknya dapat diukur.
Tekstur	Tekstur untuk fotografi adalah tekstur semu.
Gelap terang	Gambar ini menggunakan teknik gelap terang yang dimana terdapat perbedaan baik warna atau titik fokus.
Ukuran	Objek nampak terlihat besar yang berbentuk seorang anak kecil yang menggunakan hijab sambil tersenyum malu.
Warna	Warna abu-abu pada latar menunjukkan kesederhanaan namun tetap elegan pada gambar. Warna kuning menunjukkan kesan kegembiraan. Warna hitam menunjukkan kesan penuh perlindungan namun tetap elegan.
Tipografi	Menggunakan jenis san serif, nampak berwarna putih dan dalam makna tipografinya juga dapat diketahui agar para wanita yang disebut bidadari pada teks untuk selalu mengenakan hijab untuk mengikuti perintah Allah.
Prinsip Komunikasi Visual	Keterangan
Keseimbangan	Keseimbangan simetris/formal membagi sama berat masa antara kanan dan kiri, antara atas dan bawah secara simetris dan setara.
Kesatuan	Keseluruhan tampak harmonis, terdapat kesatuan antara tema, tipografi, ilustrasi/foto.

C. Simpulan

Adapun kesimpulan yang dapat diketahui dari penelitian dakwah komunikasi visual melalui instagram akun @haditsku adalah sebagai berikut:

1. Akun instagram @haditsku merupakan akun yang menyebarkan dakwah melalui media sosial. Pesan-pesan dakwah yang terkandung dalam akun @haditsku adalah pesan yang mengandung pesan akidah, pesan ibadah, dan pesan akhlak. Pesan yang mengandung pesan akidah adalah pesan yang mengandung keyakinan dalam hati yang hanya dapat dirasakan. Pesan ibadah adalah pesan yang dianjurkan melakukan apa yang diperintahkan-Nya dan menjauhi apa yang dilarang-Nya. Pesan akhlak adalah pesan yang mengandung salah satu sifat yang tertanam dalam jiwa yang mendorong melakukan perbuatan tanpa ada unsur paksaan. Jenis gambar yang dibagikan dengan objek yang sesuai dan teks yang berguna untuk introspeksi diri. Setiap gambar yang dibagikan juga berbentuk motivasi untuk diri untuk melakukan kebaikan.
2. Diketahui bahwa gambar akun @haditsku yang mengandung unsur komunikasi visual yaitu gambar yang memenuhi diantaranya: garis, bentuk, tekstur, gelap terang, ukuran, warna, tipografi, prinsip komunikasi visual, keseimbangan, dan kesatuan. Juga memiliki prinsip komunikasi visual diantaranya keseimbangan dan kesatuan. Interpretasi dakwah sesuai dengan objek dan teks gambar yang memenuhi sesuai dengan unsur komunikasi visual. Gambar yang tidak memenuhi dengan unsur komunikasi visual dan prinsip komunikasi visual diantaranya keseimbangan dan kesatuan.

D. Daftar Pustaka

- (Online) [Http://andikhaerul.blogspot.com/2012/11/fungsi-dan-kegunaan-instagram.html](http://andikhaerul.blogspot.com/2012/11/fungsi-dan-kegunaan-instagram.html) diakses 25 Nopember 2015.
- (Online) <http://drusminto.blogspot.co.id> diakses tanggal 31 Juli 2016
- (Online) <http://kbbi.web.id/visual> diakses 31 Juli 2016
- (Online) [Http://tekno.kompas.com/read/2015/09/24/09160067/Instagram.Diserbu.400.Juta.Pengguna.Termasuk.Indonesia](http://tekno.kompas.com/read/2015/09/24/09160067/Instagram.Diserbu.400.Juta.Pengguna.Termasuk.Indonesia). Diakses 25 Nopember 2015.
- Adi Kusrianto, *Pengantar Desain Komunikasi Visual*, (Yogyakarta: Andi, 2009), h. 10.
- Afrizal, *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. Ed. 1. Cet. 2. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2015.
- Anggaraini S., Lia dan Kirana Nathalia, *Desain Komunikasi Visual; Dasar-Dasar Panduan Untuk Pemula*, (Nuansa Cendikia: Bandung, 2013), h. 32.
- Arikunto, Suharsimi. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta, 2005.
- Asy-Syaukani, *Fath Al Qadr*, (Baairut: Dear Al-Fikr, 1973), h. 429.
- Baran, Stanley J. dan Dennis K. Davis, *Teori Komunikasi Massa Dasar, Pergolakan dan Masa Depan*. cet. 5. Jakarta: Salemba Humanika, 2010.
- Bungin, Burhan. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers, 2012.
- Departemen Agama RI, *AL-Qur'an Tajwid dan Terjemah*, Jakarta: Lentera Abadi, 2010.
- Eryanto. *Analisis Isi Pengantar Metodeologi Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Cet. 2. Jakarta: Penerbit Kencana Prenda Media Group, 2010.
- Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, Cet. 2 (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), h. 37.
- Idrus, Muhammad. *Metode Penelitian Sosial Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Erlangga, 2009.
- Ilaihi, Wahyu. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010.
- Ismail, A. Ilyas dan Prio Hotman, *Filsafat Dakwah: Rekayasa Membangun Agama dan Peradaban Islam*. Jakarta: Kencana, 2011.
- Muhammad Rialdi Pratama, "Komunikasi Dakwah Dalam Film 99 Cahaya Di Langit Eropa" (Skripsi tidak diterbitkan, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Institut Agama Islam Negeri, Banjarmasin, 2016), h. 21.

- Mulyana, Deddy. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2001.
- Nawawi, Hadari. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. cet. 12. Gadjah Mada University Press: Yogyakarta, 2007.
- Prastowo, Andi. *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. cet. 11. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media 2012.
- Rahmadi. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Banjarmasin: Antasari Press. 2011.
- Subana, Muhammad. *Dasar-Dasar Penelitian Ilmiah*. cet.I. Bandung: CV Pustaka Setia, 2001.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2010.
- Sukayat, Tata. *Quantum Dakwah*. Jakarta: Rineka Cipta, 2009
- Sumbo Tinarbuko, *DEKAVE Desain Komunikasi visual—Penanda Akhir Zaman Masyarakat Global*, (Yogyakarta: Caps, 2015), h. 5.
- Supriyono, Rakhmat. *Desain Komunikasi Visual/Teori dan Aplikasi*. Ed. 1. Yogyakarta: Andi, 2010.
- Wahyuni, Sari. *Qualitative Research Method: Theory and Practice*. Jakarta: Salemba Empat, 2012.
- (Online) [Http://andikhaerul.blogspot.com/2012/11/fungsi-dan-kegunaan-instagram.html](http://andikhaerul.blogspot.com/2012/11/fungsi-dan-kegunaan-instagram.html) diakses 25 Nopember 2015.
- (Online) <http://drusminto.blogspot.co.id> diakses tanggal 31 Juli 2016
- (Online) <http://kbbi.web.id/visual> diakses 31 Juli 2016
- (Online) [Http://teknokompas.com/read/2015/09/24/09160067/Instagram.Diserbu.400.Juta.Pengguna.Termasuk.Indonesia](http://teknokompas.com/read/2015/09/24/09160067/Instagram.Diserbu.400.Juta.Pengguna.Termasuk.Indonesia). Diakses 25 Nopember 2015.