

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di zaman modern saat ini, cara dalam menyampaikan pesan dakwah sudah mulai berkembang tidak hanya menyampaikan secara *face to face* (tatap muka) tetapi sudah bisa menggunakan media sebagai penunjang dakwah yang efektif serta efisien. Masyarakat menjadi objek dakwah (*mad'u*) memiliki dinamika komunikasi yang tinggi terhadap pemanfaatan akses internet sebagai jaringan informasi. Khususnya di Indonesia ada peningkatan yang signifikan terhadap penggunaan internet, tercatat sebanyak 212,9 juta pada Januari 2023. (DataIndonesia.id, 2023). Ini menunjukkan bahwa sekitar 77% dari penduduk Indonesia telah menggunakan *internet*. Jumlah pengguna *internet* pada Januari 2023 lebih tinggi 3,5% dibanding setahun lalu. Pada Januari 2022, jumlah pengguna internet di Indonesia sebanyak 205 juta jiwa.

Perkembangan ilmu komunikasi sangat cepat. Salah satu disiplin ilmunya adalah ilmu komunikasi yang berbentuk komunikasi visual. Komunikasi Visual merupakan proses penyampaian pesan atau informasi kepada orang lain melalui media berupa tulisan dan gambar yang dapat terbaca oleh indra penglihatan. Komunikasi visual menggabungkan seni, lambang, tipografi, gambar, ilustrasi dan warna dalam penyampaian pesannya. Oleh karena itu, Komunikasi visual menjadi suatu disiplin ilmu yang menunjang kegiatan dakwah.

Desain komunikasi visual (DKV) merupakan bentuk komunikasi visual dalam menyampaikan informasi atau pesan yang disampaikan melalui

media berupa desain. (Awaludin, 2020) Dalam komunikasi visual, proses desain bertujuan untuk menginformasikan pesan dengan visualisasi yang menarik dan mampu merubah perilaku yang menerima pesan. Salah satu bentuk dakwah komunikasi visual yang sedang *trend* adalah melalui poster. Poster merupakan karya desain grafis yang terdiri atas tulisan, gambar ataupun gabungan antar keduanya dengan tujuan untuk mengajak, membujuk atau menghimbau masyarakat agar melakukan sesuatu seperti yang disampaikan dalam poster tersebut.

Salah satu media sosial yang banyak digunakan oleh kalangan masyarakat Indonesia yaitu *instagram*, aplikasi yang dapat mengupload gambar atau video. Berdasarkan hal tersebut banyak orang yang memanfaatkan aplikasi ini untuk berdakwah melalui akun-akun khusus dakwah. Dari sekian banyaknya akun *instagram* yang aktif menyebarkan dakwah Islam sampai sekarang melalui media ini, salah satunya yaitu akun @sohib.quran yang dibuat oleh seorang pria bernama Muhammad berasal dari Bau-bau Sulawesi Tenggara.

Akun @sohib.quran menarik perhatian peneliti karena melihat akun ini merupakan akun dakwah lokal sulawesi tenggara tepatnya di daerah Kota Bau-bau. Peneliti tertarik ingin meneliti dari segi kreativitas penggunaan komunikasi visual akun ini dalam upaya penyebaran dakwahnya. Tidak bisa dipungkiri bahwa dari aspek kemajuan teknologi dan kreativitas desainer di kota-kota besar memang lebih maju, namun akun @sohib.quran ini mampu menyaingi level kreativitas akun-akun dakwah di kota- kota besar. Dilihat dari segi susunan elemen dan karakter desain poster akun dakwah @sohib.quran

ini serta *followers* yang sudah mencapai belasan ribu pengikut padahal akun @sohib.quran ini baru dibuat pada Februari 2022. Hal tersebut menandakan bahwa akun ini berhasil menarik perhatian banyak pengguna *instagram* dalam penyebaran dakwahnya melalui poster. Selain daripada itu, akun ini memiliki bagian lain yang dakwahnya disajikan dalam bentuk bahasa inggris namun dipublikasikan melalui akun yang berbeda yang bernama @thequran.guidance akan tetapi dengan pemilik yang sama dan menyematkan akun tersebut sebagai bagian dari @sohib.quran pada biodata profil. Selain itu, bedanya dari akun dakwah lainnya akun @sohib.quran ini hanya fokus menyajikan tema ilustrasi pria dan alam yang berisi tentang *aqidah*, *akhlak* maupun *syariah*.

Berikut beberapa postingan akun *instagram* @sohib.quran.



Gambar 1.1

Postingan @sohib.quran tentang bahaya lalai shalat berjama'ah

Desain komunikasi visual dan strategi dakwah yang dilakukan oleh akun *instagram* @sohib.quran, memperlihatkan respon yang banyak melalui peningkatan dari jumlah *followers* akun setiap harinya. Komponen dan unsur keberhasilan dari akun dakwah *instagram* @sohib.quran dalam menyampaikan pesan dakwah kepada pembaca atau *mad'u* disesuaikan dengan kondisi *mad'u* yang sekarang, agar mendapatkan hasil yang sesuai harapan dari akun *instagram* @sohib.quran. Peneliti mengkaji tentang desain komunikasi visual yang digunakan akun @sohib.quran sebagai strategi dakwahnya yang simpatik untuk menyampaikan pesan dakwah sebagai bentuk dari tantangan zaman yang semakin modern. Maka peneliti memilih judul penelitian “*Analisis Desain Komunikasi Visual Poster Akun Instagram @sohib.quran.*”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diterangkan, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana makna elemen desain komunikasi visual tipografi, ilustrasi dan warna dalam poster akun dakwah *instagram* @sohib.quran berdasarkan analisis semiotika *Ferdinand de Saussure*?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian :

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui makna elemen desain komunikasi visual tipografi, ilustrasi dan warna dalam poster akun dakwah *instagram* @sohib.quran berdasarkan analisis semiotika *Ferdinand de Saussure*.

1.3.2 Manfaat Penelitian :

1. Manfaat Teoritik

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah pemahaman tentang teori ilmu dakwah dan ilmu pengetahuan dalam bidang desain komunikasi visual mahasiswa IAIN Kendari khususnya jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam sekaligus sebagai bahan bacaan untuk studi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan dakwah melalui desain komunikasi visual.

2. Manfaat praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi sekaligus wawasan tambahan yang bermanfaat bagi masyarakat luas dalam hal memberikan penjelasan serta pemahaman secara umum tentang ilmu dakwah dan desain komunikasi visual dalam pemanfaatannya sebagai penunjang terlaksananya berbagai kegiatan dakwah.

1.4 Definisi Operasional

Definisi operasional adalah penegasan tentang suatu penjelasan yang dapat dijadikan sebagai pedoman untuk melakukan suatu kegiatan atau aktivitas seperti penelitian. Untuk memberikan penjelasan atas batasan penelitian ini, maka perlu penegasan atau pedoman definisi dari judul Analisis Desain Komunikasi Visual Poster Akun @sohib.quran, adapun definisi operasional dari penelitian ini meliputi:

1. Desain Komunikasi Visual

Desain komunikasi visual adalah bidang ilmu yang membahas secara mendalam tentang konsep komunikasi dan ungkapan kreatif yang dapat diaplikasikan di berbagai media komunikasi visual. Media ini dapat berupa desain grafis yang terdiri dari gambar, huruf, warna, komposisi dan layout. Desain komunikasi visual ini berperan untuk mengubah pesan ke dalam berbagai bentuk visual agar lebih mudah dalam menyampaikan isi pesan atau informasi. Ruang lingkup desain komunikasi visual yaitu desain periklanan, desain identitas usaha, desain marka lingkungan, desain multimedia, desain grafis industri, desain grafis media, cerita bergambar, fotografi, videografi, ilustrasi, animasi dan media interaktif.

2. *Instagram*

Instagram (disingkat IG atau Insta) adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik *Instagram* sendiri. Satu fitur yang unik di *Instagram* adalah memotong foto menjadi bentuk persegi, sehingga terlihat seperti hasil kamera *Kodak Instamatic* dan polaroid. Hal ini berbeda dengan rasio aspek 4:3 atau 16:9 yang umum digunakan oleh kamera pada peranti bergerak (<https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram> . diakses pada Kamis, 12 Januari 2023).