

**PENGELOLAAN MEDIA DAKWAH VISUAL INSTAGRAM
PONDOK PESANTREN AL-QUR'AN AL-AMIN PABUWARAN**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri

Oleh :

Yoga Tri Utomo

NIM. 143102085

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

JURUSAN KOMUNIKASI ISLAM

FAKULTAS DAKWAH

UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI

PURWOKERTO

2021



PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini, saya:

Nama : Yoga Tri Utomo
NIM : 143102085
Jenjang : S-1
Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
Judul : **Pengelolaan Media Dakwah Visual Instagram Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Amin Pabuwaran**

Menyatakan bahwa naskah skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atas karya sendiri kecuali bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 30 November 2021

Saya yang menyatakan,



Yoga Tri Utomo

NIM. 143102085



PENGESAHAN

Skripsi Berjudul:

PENGELOLAAN MEDIA DAKWAH VISUAL INSTAGRAM PONDOK PESANTREN AL-QUR'AN AL-AMIN PABUWARAN

yang disusun oleh Saudara **Yoga Tri Utomo**, NIM. **1423102085**, Program Studi **Komunikasi dan Penyiaran Islam**, Fakultas Dakwah, Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada tanggal: **1 Desember 2021**, dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Sosial (S.Sos.)** pada sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Pembimbing,

Uus Uswatusolihah .MA
NIP 199770304200312200

Sekretaris Sidang/Penguji

Nurul Khotimah, M.Sos
NIP

Penguji Utama,

Dedy Riyadin Sapufro, M.I.Kom
NIP 197407182005011006

Mengesahkan,

Tanggal, 10 Desember 2021

Dekan,



Prof. Dr. H. Abdul Basit, M.Ag.
NIP 19691219 199803 1 001



NOTA DINAS PEMBIMBING

Purwokerto, 30 November 2021

Hal : Pengajuan Munaqosyah Skripsi Sdr. Yoga Tri Utomo
Lamp : -

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Dakwah UIN SAIZU Purwokerto
Di tempat

Assalamu'alaikum wr. wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi, maka melalui surat ini saya sampaikan bahwa:

Nama : Yoga Tri Utomo
NIM : 1423102085
Jenjang : S-1
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah
Judul Skripsi : Pengelolaan Media Dakwah Visual Instagram Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Amin Pabuwaran

Sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Dakwah, Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk dimunaqosyahkan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos.).

Demikian atas perhatian Bapak/Ibu, saya mengucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

Pembimbing,

Uus Uswatusolihah, MA
NIP. 199770304200312200

MOTTO

“Bermaanfaat Dan Memanfaatkan Potensi Diri”



PERSEMBAHAN

Tiada kata yang pantas untuk diucapkan kecuali rasa syukur ku kepada-Mu *Yaa Rabb*. Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT atas segala nikmat dan kemudahan yang telah dikaruniakan kepada hamba-Mu ini. Sholawat serta salam tak lupa selalu tucurahkan kepada Baginda Nabi Agung Muhammad SAW beserta para keluarga dan Sahabat-Nya, Semoga syafa'at-Nya selalu menyertai kami sebagai umat-Nya, *Aamiin*.

Dalam setiap langkahku, aku selalu berusaha dan berdoa untuk mewujudkan harapan-harapan dari orang-orang terkasihku serta selalu berusaha untuk membahagiakan orang-orang di sekelilingku. Dengan selesainya skripsi ini maka akan aku persembahkan skripsi ini teruntuk:

1. Kedua Orang tua tercinta yang telah merawat, membimbing dan membesarkan penulis dengan cinta dan kasih sayang, serta selalu memberikan doa, nasihat, semangat, perhatian, dukungan, dan motivasi kepada penulis.
2. Abah dan Ibu yang saya *ta'dzimi*, terimakasih atas do'a yang selalu kalian panjatkan serta limpahan ilmu yang telah kalian berikan.

PENGELOLAAN MEDIA DAKWAH VISUAL INSTAGRAM PONDOK PESANTREN AL-QUR'AN AL-AMIN PABUWARAN

Yoga Tri Utomo
NIM. 143102085

Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokero

ABSTRAK

Informasi dan komunikasi menjadi sangat penting terutama dalam berdakwah dan menginformasikan nilai-nilai Islam. Kominfo PPQ Al-Amin adalah dengan mengelola dan menyebarkan dakwah lewat karya-karya visual. Lembaga inilah yang membuat dan mengembangkan desain komunikasi visual sebagai media dakwah pada akun Instagram PPQ Al-Amin Pabuwaran. Penelitian ini untuk meneliti bagaimana konsep pengembangan dan pengelolaan media dakwah visual di Instagram PPQ Al-Amin Pabuwaran dengan tujuan menganalisis pengembangan media dakwah visual di Instagram PPQ Al-Amin Pabuwaran.

Jenis penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*field research*) Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Metode pengumpulan data penelitian dilakukan dengan mengumpulkan data melalui penelusuran, membaca dan mencatat, tindakan selanjutnya adalah penyusunan data, mengklasifikasinya, yang kemudian dilanjutkan dengan penganalisaan data yang menghasilkan kesimpulan.

Penelitian ini menunjukkan bahwa, Kominfo Al-Amin Pabuwaran membuat produk konten berupa *Dawuh guru, Quotes, Video Pesan Dakwah, Amalan sunnah, Yaumul milad, Rutinan*. Kominfo Al-Amin Pabuwaran terus berkembang dan mendapatkan *Feedback* baik dari *nitizen*. Nuansa serta design yang berbeda dari tahun ke tahun. Bentuk evaluasi seperti Pengumpulan dan subtansi materi, Observasi *trend dan* Pembekalan dan pelatihan design grafis.

Kata kunci : *Pengelolaan, Dakwah Visual, Kominfo PPQ Al-Amin Pabuwaran*

KATA PENGANTAR

Segala Puji bagi Allah SWT yang senantiasa tidak lelah memberikan kasih sayang dan kenikmatan bagi kita semua yang tidaklah sempurna serta yang memberi petunjuk untuk keluar dari kelamnya kabut kebodohan dengan limpahan ilmu dari-Nya. Berkat Rahmat dan kuasa-Nya jugalah penelitian dan pembuatan skripsi ini dapat terselesaikan. Shalawat serta salam tak lupa kita sanjungkan kepada Nabi Muhammad SAW, kekasih Allah yang selalu kita rindu dan kita nantikan syafa'atnya kelak di hari akhir.

Skripsi dengan judul PENGELOLAAN MEDIA DAKWAH VISUAL INSTAGRAM PONDOK PESANTREN AL-QUR'AN AL-AMIN PABUWARAN ini disusun guna sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Sosial. Dengan terselesaikannya skripsi ini penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Dr. Moh. Roqib, M. Ag. Selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
2. Prof. Dr. H. Abdul Basit, M. Ag. Selaku Dekan Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
3. Uus Uswatusolihah, M.A. Selaku Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto,
4. Dosen dan Staff Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Negeri Purwokerto atas semua bantuan dan informasinya.
5. Dosen Komunikasi Penyiaran Islam yang telah menuangkan dan membagikan ilmunya selama perkuliahan.

Purwokerto, 1 Desember 2021

Penulis,

Yoga Tri Utomo

NIM. 143102085

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN	Error! Bookmark not defined.
PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
NOTA DINAS PEMBIMBING	Error! Bookmark not defined.
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Penegasan Istilah	4
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian	6
E. Manfaat Penelitian	6
F. Kajian Pustaka.....	7
G. Sistematika Pembahasan	9
BAB II LANDASAN TEORI	10
A. Pengelolaan Media	10
B. Desain Komunikasi Visual.....	12
C. Media Dakwah	26
D. Instagram.....	32
BAB III METODE PENELITIAN	37
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	37
B. Lokasi Penelitian	37
C. Subyek dan Obyek Penelitian	38
D. Metode Pengumpulan Data	38
E. Teknis Analisis Data	39

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	42
A. Gambaran Umum Tentang Komunikasi Dan Informasi (Kominfo) PPQ Al-Amin Pabuaran	42
B. Pengelolaan Komunikasi Dan Informasi (Kominfo) PPQ Al-Amin Pabuaran	47
C. Penyajian Data	49
D. Analisis	58
BAB V PENUTUP	60
A. Kesimpulan	60
B. Saran	61

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN-LAMPIRAN****DAFTAR DRIWAYAT HIDUP**

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Blanko Bimbingan Skripsi
- Lampiran 2 Sertifikat BTA-PPI
- Lampiran 3 Sertifikat Pengembangan Bahasa Arab
- Lampiran 4 Sertifikat Kuliah Kerja Nyata
- Lampiran 5 Sertifikat Ujian Aplikasi Komputer



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Informasi dan komunikasi menjadi sangat penting terutama dalam berdakwah dan menginformasikan nilai-nilai Islam dari satu generasi ke generasi lainnya. Dakwah merupakan kewajiban bagi setiap umat muslim untuk menyeru kepada kebaikan dan mencegah keburukan. Hal tersebut ditunjukkan dalam bentuk kata perintah, seperti dalam QS. An-Nahl ayat 125 dengan kata “serulah”. Disebutkan sebagai berikut:

ادع الي سبيل ربك بالحكمة والموعظة الحسنة وجد لهم بالتي هي احسن ان ربك هو اعلم بمن ضل ان سبيله وهو اعلم
بلمهتدين

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang dapat petunjuk”. (QS. An-Nahl:125)

Ayat diatas menjelaskan bahwa perintah dakwah bagi umat Islam hukumnya wajib. Yakni menyampaikan dakwah dengan cara yang arif bijaksana, yaitu melakukan pendekatan sedemikian rupa sehingga pihak objek dakwah mampu melaksanakan dakwah atas kemauan sendiri, tidak merasa ada paksaan, tekanan maupun konflik. Berdakwah juga memberikan nasihat-nasihat atau menyampaikan ajaran-ajaran Islam dengan rasa kasih sayang, sehingga nasihat dan ajaran Islam yang disampaikan tersebut menyentuh hati.¹

Dakwah telah berkembang dengan cukup pesat dan signifikan, terutama dibidang teknologi. Dampak dari globalisasi ini sudah membawa perubahan perilaku kehidupan masyarakat baik di bidang politik, ekonomi, social dan budaya. Dengan derasnya arus globalisasi ide-ide kreatif dapat di tuangkan di berbagai media dengan mudah. Maka dari itu harus siap berhadapan dengan

¹Muhammad Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2004), hlm 136

derasnya arus globalisasi, jika tidak maka akan terdampak hal negatif dari kemajuan teknologi sekarang.

Masyarakat pada era ini di tuntutan untuk lebih cermat dalam menyaring informasi yang di dapatkan. Sebagai pengguna media kita membutuhkan kecerdasan serta kebijakan dalam menyaring perkembangan teknologi informasi. Guna menanggapi atau melawan fenomena tersebut disinilah dakwah berperan dalam IPTEK yang semakin canggih terutama media sosial. Karena dakwah sebagai tameng untuk melawan hal hal negatif bagi umat Islam.

Kemajuan teknologi itu ibarat pisau bermata ganda, disatu sisi untuk memudahkan pekerjaan dan sisi lainnya bisa mencelakai orang lain. Kemajuan teknologi itu sangat tergantung pada dan ditangan siapa. Ketika berada ditangan orang yang baik maka baiklah manfaatnya, sebaliknya, ketika ia berada ditangan orang jahat maka jahatlah dampak yang dihasilkannya. Maka penggunanyalah yang menentukan ke arah mana ia gunakan, baik atau buruk tergantung ditangan penggunanya. Oleh karena itu sebagai juru dakwah dituntut piawai menggunakan dan memanfaatkan hasil kemajuan teknologi informasi, salah satunya melalui jejaring sosial. Dakwah dengan penyajian atau tampilan informasi dibuat menarik dan kreatif akan lebih mudah diterima masyarakat. Di era sekarang banyak akun-akun dakwah bertebaran di sosial media seperti Facebook, Instagram, Youtube dan lainnya. Dengan memanfaatkan desain komunikasi visual kemasan dakwah menjadi lebih inovatif, dapat memberikan sebuah sajian karya seni yang dapat mempermudah mad'u memahami ajaran Islam. Desain komunikasi visual bertujuan untuk menyampaikan informasi atau pesan yang dapat merubah perilaku khalayak atau mad'u sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai da'i.

Metode dakwah yang digunakan oleh akun berdakwah ini menunjukkan bahwa seluruh komponen dan unsur lainnya yang menentukan keberhasilan dakwah, konsep harus ditata secara professional dan menyesuaikan dengan kondisi mad'u agar menghasilkan tampilan dakwah yang benar-benar mampu mempermudah mamahami ajaran Islam, dan dapat merubah perilaku sehingga memberikan efek kesadaran dalam mengamalkan ajaran-ajaran Islam.

Penelitian ini mengkaji lebih dalam bagaimana mengembangkan dakwah visual sebagai media dakwah yang menarik ramah, untuk menyampaikan ajaran-ajaran Islam yang efektif dan kreaif.

Pondok pesantren selain memiliki fungsi pendidikan juga berfungsi menjadi pusat penyiaran ajaran agama Islam. Kedua fungsi itu bergerak saling menunjang, pendidikan dapat dijadikan bekal dalam mengumandangkan dakwah. Untuk mencapai kedua fungsi itu bukanlah hal yang mudah, namun membutuhkan perjuangan dari da'i dalam menyampaikan dakwah kepada mad'u. Potensi da'i yang potensial cenderung berasal dari didikan pondok pesantren yang secara keilmuan di asah untuk memberikan pencerahan kepada masyarakat. Dakwah yang dilakukan kalangan pesantren pada era globalisasi semakin mendapatkan banyak tantangan dan problematika. Dakwah yang biasanya dilakukan dengan ceramah di atas mimbar terkesan monoton dan membuat mad'u merasa jenuh jika dilakukan terus menerus di era milenial seperti sekarang. Maka selain ceramah, perlu adanya terobosan yang lebih inovatif dan kreatif sehingga tidak membuat jenuh dan kehilangan simpati dari mad'u. Kecanggihan teknologi ini dapat dimanfaatkan sebagai media dakwah oleh pesantren untuk menyampaikan dakwah lebih luas dan tidak membosankan.

PPQ Al-Amin Pabuaran adalah salah satu pondok pesantren di daerah Purwokerto, Banyumas. Pondok pesantren ini menitikberatkan pada kajian Al-Qur'an. Selain kajian Al-Qur'an metode pembelajaran juga tetap dilakukan secara kolaboratif yakni dengan memadukan metode pesantren salaf dengan pesantren modern. Hal ini bertujuan untuk mencetak santri yang Islami dan intelektual. Sehingga para santri mampu menghadapi era globalisasi.

Walaupun terkenal dengan pesantren tradisional namun dengan seiring kemajuan teknologi PPQ Al-Amin Pabuaran tetap berpartisipasi dalam kemajuan teknologi yang ada. Hal itu diwujudkan dengan adanya KOMINFO yaitu salah satu badan independent di PPQ Al-Amin Pabuaran yang mewadahi para pegiat sosial media dengan mendiskusikan isu-isu yang tengah hangat

dibicarakan. Salah satu alasan dibentuknya KOMINFO adalah banyaknya akun media yang bertebaran namun memiliki tampilan berita yang tidak proposional.

Maka salah satu gerakan yang dilakukan KOMINFO PPQ Al-Amin adalah dengan mengelola dan menyebarkan dakwah lewat karya-karya visual. Lembaga ini dibuat untuk mensyiarkan dakwah Islam dengan cara yang santun, menampilkan pondok pesantren dan mengenalkan kehidupan di pesantren baik santri maupun kyai di media sosial. Lembaga inilah yang membuat dan mengembangkan desain komunikasi visual sebagai media dakwah pada akun *Instagram* PPQ Al-Amin Pabuaran. Dalam kurun waktu kurang lebih satu tahun akun @ppqalaminpabuwaran berhasil mencapai 2107 *followers*, jumlah *followers* dan *like* semakin meningkat sejak adanya terobosan baru yaitu berdakwah melalui grafis dengan mengunggah atau mengisi konten-konten *Instagram* dengan nasihat-nasihat agama atau petuah-petuah dari ulama, pengasuh pondok, hingga *quotes-quotes* yang dibuat oleh santri dengan bahasa yang mudah dipahami dan tampilan yang menarik setiap minggunya. Ada konten dakwah yang diposting setiap minggunya yaitu "*quotes ulama*" sebagai syiar dakwah yang berisi petuah petuah dari ulama atupun ustadz dan "anjuran Islami" yang berisi motivasi untuk ikut melaksanakan kesunnahan kaum muslim.

Berdasarkan pernyataan diatas maka penulis tertarik untuk melakukan kajian terkait "Konsep Pengembangan Dan Pengelolaan Media Dakwah Visual (Studi Kasus Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Amin Pabuwaran)".

B. Penegasan Istilah

Untuk menghindari penafsiran yang kurang tepat maka penulis memberikan penegasan istilah terhadap istilah-istilah yang terkandung dalam skripsi berjudul "Konsep Pengembangan Dan Pengelolaan Media Dakwah Visual (Studi Kasus Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Amin Pabuwaran)".

1. Definisi Konsep Pengelolaan

Fattah (2010) pengelolaan diambil dari bahasa Inggris *management* yang mengandung arti ketatalaksanaan/pengelolaan. *Managemen* sering diartikan sebagai ilmu, kiat, profesi. Dikatakan sebagai ilmu karena

manajenen dipandang sebagai suatu bidang pengetahuan yang secara sistematis berusaha memahami mengapa dan bagaimana orang bekerja sama. Dikatakan sebagai kiat karena manajemen mencapai sasaran melalui cara-cara dengan mengatur orang lain menjalankan dalam tugas.²

2. Definisi Dakwah Visual

Definisi visual menurut KBBI adalah sesuatu yang dapat dilihat dengan indra penglihatan kita (gambar). Sedangkan dalam bidang komunikasi, visual adalah salah satu dari berbagai macam komunikasi yang menggunakan bahasa visual (yang menjadi kekuatan utama dalam penyampaian pesan) adalah segala hal yang dapat dilihat dan dimanfaatkan untuk menyampaikan arti, makna atau pesan.³ Dakwah merupakan suatu kegiatan yang bersifat ajakan baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku atau usaha mempengaruhi orang lain secara individu maupun kelompok agar di dalam dirinya muncul suatu pemahaman, kesadaran, sikap serta pengamalan terhadap ajaran sesuai syariat Islam.⁴

Apabila diterapkan dalam ranah dakwah maka dapat di tarik kesimpulan bahwa komunikasi visual atau yang sering disebut dakwah visual adalah mengajak atau menyeru mad'u dengan bentuk komunikasi visual (gambar yang mempunyai nilai grafis) yang mengandung nilai atau pesan yang mengandung ajaran Islam.

3. Definisi Media Dakwah

Secara sederhana media merupakan alat, sarana atau saluran yang mengantarkan pesan dari sumber kepada penerima pesan. Adapun yang dimaksud media dakwah, adalah peralatan yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada penerima dakwah.⁵

² Eny Munisah. "Pengelolaan Media Pembelajaran Sekolah Dasar", *Jurnal Elsa, Volume 18, Nomor 1, April 2020*

³ Adi Kusrianto, *Pengantar Desain Komunikasi Visual* (Yogyakarta : Penerbit Andi, 2009)

⁴ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta : Kencana, 2017), hlm.15-16

⁵ Irzum Fariyah, "Media Dakwah Pop" AT-TABSYIR, *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* Vol 1, No. 2, Juli – Desember 2013

4. PPQ Al-Amin Pabuaran

PPQ Al-Amin Pabuaran adalah pondok pesantren yang didirikan pada tanggal 20 Desember 1994 bertempat di Kelurahan Pabuaran Purwokerto Utara. Cikal bakal dari pendirian pondok pesantren ini didahului oleh ide Bapak K. H. Drs. Ibnu Mukti, M.PdI dan didukung oleh keluarga besar Ibu Hj. Siti Aminah.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

Bagaimana pengelolaan media dakwah visual di *Instagram* PPQ Al-Amin Pabuaran?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini yaitu untuk menganalisis pengembangan media dakwah visual di *Instagram* PPQ Al-Amin Pabuaran.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Dari penelitian yang telah penulis lakukan ini diharapkan nantinya dapat menambah wawasan serta menambah khasanah kepustakaan dan dijadikan bahan referensi bagi penelitian untuk lebih meningkatkan kajian tentang analisis fenomenologi.

2. Manfaat Praktis

Bermanfaat bagi mahasiswa khususnya jurusan komunikasi untuk mengembangkan media berdakwah.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sumber referensi bagi pengelola sosial media untuk mengembangkan konten dakwahnya.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan dorongan bagi para pegiat dakwah visual agar semakin istiqomah dan kreatif dalam mengembangkan media dakwah.

F. Kajian Pustaka

Kajian pustaka berisikan uraian teori dari hasil tinjauan studi yang pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, dimana menjelaskan sejumlah penelitian yang sama dengan penelitian nantinya hendak dilakukan. Hal ini dilakukan untuk menghindari kesamaan objek penelitian supaya terhindar dari plagiasi.

Pertama, penelitian skripsi oleh Fitriana Maunah mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga tahun 2015. Penelitian Maunah mempunyai tujuan untuk mengetahui konsep desain komunikasi visual rubrik *fashion* pada majalah *hijabella* edisi Januari tahun 2015 dengan menggunakan analisis Milles dan Huberman. Hasil dari penelitian yang dilakukan Fitri Maulina adalah konsep desain komunikasi visual yang digunakan oleh majalah *hijabella* pada rubrik *fashion* ialah memakai prinsip penekanan dan kesatuan yang diterapkan pada unsur-unsur desain yang terkandung yakni warna, ilustrasi dan tipografi.

Perbedaan Pada objek penelitian penulis adalah pengembangan media dakwah visual di Instagram dengan menggunakan analisis fenomenologi dan unsur-unsur komunikasi visual.

Kedua Skripsi tentang “*Penggunaan Desain Grafis Pada Majalah Hidayatullah Sebagai Media Dakwah Dalam Menarik Minat Baca Mad”u Di Bandar Lampung*” yang ditulis oleh Afrizal Zulkarnain mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung tahun 2018. Afrizal memfokuskan penelitian terhadap penggunaan desain grafis pada majalah Islam *Hidayatullah* yang dimanfaatkan sebagai daya tarik terhadap minat baca *mad”u* terhadap majalah tersebut.⁶ Hasil dari penelitian yaitu penggunaan desain grafis pada majalah *Hidayatullah* memberi pengaruh besar pada majalah tersebut sehingga maksud dan tujuan dari penggunaan desain grafis pada tampilan majalah tersebut dapat tersampaikan dengan baik. Penggunaan prinsip serta

⁶ Afrizal Zurkanain, *Penggunaan Desain Grafis Pada Majalah Hidayatullah Sebagai Media Dakwah Dalam Menarik Minat Baca Mad”u Di Bandar Lampung*. Skripsi. (Lampung : Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung, 2018)

elemen- elemen desain grafis pada majalah *Hidayatullah* berhasil menarik minat baca *mad"u* di Bandar Lampung.

Penelitian ini termasuk penelitian lapangan dengan menggunakan teknik *snowball* sampling dalam pengambilan sampel penelitian. Sedangkan penulis meneliti tentang pengembangan desain komunikasi visual pada media sosial *Instagram* sebagai media dakwah Pondok Pesantren Al-Qur'an Al Amin dengan penekanan pada unsur komunikasi visual.

Ketiga, Tesis yang berjudul "*Dakwah Melalui Desain Grafis (Studi Fenomenologi Aktivitas Dakwah Grafis pada Muslim Designer Community)*" yang ditulis oleh Nirwan Wahyudi AR mahasiswa Pascasarjana UIN Alauddin Makassar tahun 2017. Penelitian ini termasuk penelitian kualitatif dan penelitian lapangan dengan menggunakan pendekatan penelitian sosiologis dan ilmu dakwah.

Terdapat 3 kesimpulan atau hasil dari penelitian dari tesis ini yakni Pertama, aktivitas dakwah grafis MDC baik di dunia nyata maupun maya mencerminkan dua dimensi besar yaitu dimensi penyampaian risalah atau kerisalahan dan dimensi kerahmatan atau pengamalan nilai kebenaran. Kedua, motif dari MDC melaksanakan dakwah grafis yakni motif sebab dan motif untuk. Ketiga, MDC menginterpretasi aktivitas dakwah grafis sebagai bentuk dakwah visual, sebagai tanda perubahan persepsi masyarakat tentang dakwah, refleksi gerakan dakwah kontemporer, dan mendorong bersatunya visualisasi dakwah.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Nirwan Wahyudi yaitu memusatkan perhatiannya pada aktivitas dakwah melalui desain grafis oleh komunitas yang bernama *Muslim Designer Community* sedangkan penulis meneliti tentang pengembangan desain visual pada media sosial *Instagram* sebagai media dakwah PPQ Al-Amin Pabuaran menggunakan analisis fenomenologi dengan penekanan pada unsur-unsur komunikasi visual. Kedua penelitian ini mempunyai kesamaan yaitu meneliti tentang desain visual atau grafis dan dakwah di media sosial.

G. Sistematika Pembahasan

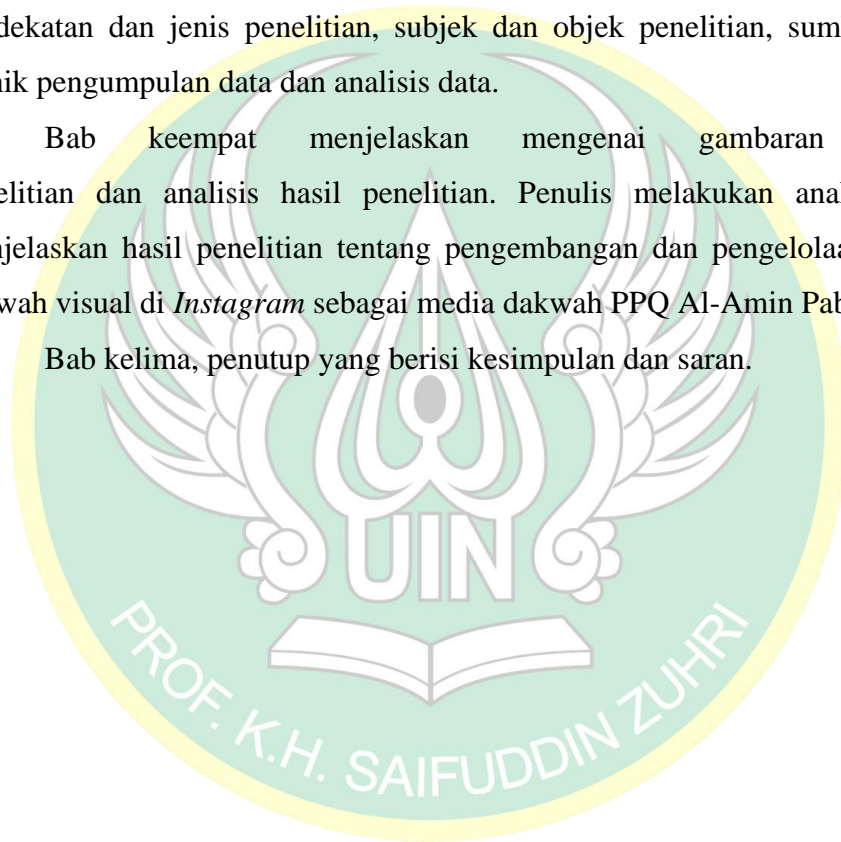
Bab pertama adalah pendahuluan yang berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka dan sistematika pembahasan.

Bab kedua adalah membahas mengenai fenomenologi, teori desain komunikasi visual, dakwah visual dan media sosial sebagai media dakwah.

Bab ketiga membahas metode penelitian yang menjelaskan tentang pendekatan dan jenis penelitian, subjek dan objek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data dan analisis data.

Bab keempat menjelaskan mengenai gambaran umum penelitian dan analisis hasil penelitian. Penulis melakukan analisis dan menjelaskan hasil penelitian tentang pengembangan dan pengelolaan media dakwah visual di *Instagram* sebagai media dakwah PPQ Al-Amin Pabuaran.

Bab kelima, penutup yang berisi kesimpulan dan saran.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pengelolaan Media

Fattah (2010) pengelolaan diambil dari bahasa Inggris *management* yang mengandung arti ketatalaksanaan/pengelolaan. *Management* sering diartikan sebagai ilmu, kiat, profesi. Dikatakan sebagai ilmu karena manajemen dipandang sebagai suatu bidang pengetahuan yang secara sistematis berusaha memahami mengapa dan bagaimana orang bekerja sama. Dikatakan sebagai kiat karena manajemen mencapai sasaran melalui cara-cara dengan mengatur orang lain menjalankan dalam tugas.⁷

Informasi merupakan hal yang paling penting dan paling dicari dalam kehidupan masyarakat dan dapat tersampaikan melalui berbagai media, salah satunya dengan menggunakan media online. Media online ialah media yang diakses melalui komputer atau *smartphone* yang menggunakan jaringan atau instrument komunikasi.⁸

Salah satu media massa modern saat ini yang banyak digunakan oleh masyarakat dunia adalah internet. Media ini telah digunakan oleh jutaan bahkan miliaran masyarakat dunia. Seperti dilansir dalam surat kabar Republika, disebutkan bahwa internet kini telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan manusia. Sebuah data menyebutkan, tidak kurang dari 2,4 miliar pengguna layanan dunia maya tersebut di seluruh dunia. Misalkan saja Google, mesin pencari raksasa itu dikunjungi oleh 1,2 triliun pengakses pada 2012, Facebook dipenuhi paling sedikit satu miliar anggota, sementara Twitter digandrungi oleh 200 juta pemakainya. Jumlah itu tentunya dapat saja meningkat seiring bertambahnya pengguna-pengguna baru pada jejaring sosial (Republika, 2013). Ditambah lagi dengan jejaring lainnya seperti facebook,

⁷ Eny Munisah. "Pengelolaan Media Pembelajaran Sekolah Dasar", *Jurnal Elsa, Volume 18, Nomor 1, April 2020*

⁸ Umatin Fadilah, Juli Prasetya Alkamzy dkk, *Pohon Dakwah 2* (Purwokerto : Mitra Media, 2004), hlm. 99

twitter, email, whatsapp, messenger, BBM, instagram, line dan lain sebagainya. Dari sini jelaslah bahwa penggunaan media massa modern, termasuk internet ini harus dimanfaatkan sebesar-besarnya bagi keberhasilan dakwah. Lalu bagaimana pengaruh media sosial tersebut terhadap perkembangan metode atau manajemen dakwah Islamiyah di Indonesia

Menurut Fadil Ibnu Ahmad ada beberapa cara untuk menyampaikan dan mengembangkan dakwah yang dilakukan secara online, yaitu :⁹

1. Website

Website adalah alat untuk mengakses informasi yang berisi tulisan, gambar, video dan lain-lain. Di dalam website terdapat beberapa kategori yang merupakan tema dari informasi yang akan dipublikasikan ke masyarakat, berdakwah dengan media ini dianggap lebih fleksibel dan luas.

2. Jejaring Sosial

Munculnya situs jejaring sosial seperti *Twitter*, *Instagram* dan lain-lain menandakan teknologi informasi yang semakin berkembang. Situs jejaring sosial ini bertujuan untuk menghubungkan orang-orang yang berada di jarak jauh, mengakses jaringan sosial atau media sosial sangat mudah dikarenakan aplikasi-aplikasi untuk mengaksesnya sudah dibuat oleh pengembang perangkat lunak seperti *Instagram*, *Youtube*, *Twitter* *WhatsApp* dan lainnya. Berdakwah dengan media tersebut dapat mengefektifkan dan menghemat waktu.

3. Weblog

Ketika kita membuat dan mempunyai blog sendiri maka dakwah online akan lebih bebas karena kita bebas menulis apa saja yang berkaitan dengan Islam. Dapat diisi dengan alternatif media dakwah seperti video, audio, membuat desain dan layout sendiri. Untuk menarik perhatian pembaca, media ini harus berisi konten-konten yang bagus. Sebelum menulis kita bisa membuat rubrik terlebih dahulu, rubrik ialah tema yang

⁹ Fadil Ibnu Ahmad, *Dakwah online Asyiknya Meraup Pahala di Dunia Maya* (Bandung : Mizan Pustaka, 2014), hlm. 22

akan kita posting, contohnya di blog kita di isi dengan *rubrik cerpen Islam, hikmah, remaja, mahasiswa* dan lainnya.¹⁰

B. Desain Komunikasi Visual

1. Definisi Desain Komunikasi Visual

Everret M. Rogers mendefinisikan komunikasi sebagai sebuah proses menyampaikan ide secara verbal maupun non verbal dari satu sumber ke sumber lainnya. Sedangkan visual di definisikan sebagai sesuatu yang dapat dilihat oleh panca indera termasuk ke dalam kategori visual.¹¹ Jadi komunikasi visual merupakan sebuah proses penyampaian ide menggunakan sebuah media visual yang dapat dilihat oleh panca indera. Media visual memadukan seni, simbol, tipografi, dan warna dalam penyampaian. Peran media visual adalah untuk menyalurkan pesan dari sumber ke penerima pesan. Pesan-pesan tersebut divisualisasikan ke dalam simbol-simbol visual. Selain itu, media visual juga berfungsi untuk menarik perhatian, memperjelas penyajian ide, dan penggambaran atau menghiasi peristiwa yang dapat dengan cepat dilupakan jika tidak divisualisasikan.¹²

Desain komunikasi visual adalah ilmu yang mempelajari susunan ide penyampaian pesan dengan ekspresi daya kreatif, yang disalurkan melalui berbagai media komunikasi visual dengan mengolah elemen desain grafis yang terdiri dari gambar (ilustrasi), huruf, tipografi, warna, komposisi dan layout. Semua ini dilakukan dalam rangka menyampaikan pesan kepada target sasaran melalui visual, audio, dan atau audio visual.¹³ Tujuan utama dari komunikasi yaitu untuk menyampaikan pesan yang dapat merubah tingkah laku sesuai apa yang diinginkan oleh komunikator. Pesan tersebut harus dapat menarik perhatian ketika target sasaran melihat untuk pertama kalinya. Salah satu caranya yaitu menerapkan desain visual yang unik dan

¹⁰ Fadil Ibnu Ahmad, *Dakwah Online*..... hlm, 27

¹¹ Eko Budi Prasetyo, "Peran Ilustrasi Visual Dalam Pembelajaran", *Majalah Ilmiah 2, Vol.2, Oktober 2006*. hlm.170.

¹² Nilhan Ni'mah, "Dakwah Komunikasi Visual" *Islamic Communication Journal*, Vol. 01, No. 01, 2016, hlm. 109.

¹³ Dadi Ahmadi, "Interaksi Simbolik: Suatu Pengantar" *Jurnal Mediator Vol.9 No.2, 2008*, hlm. 310.

menarik. Desain yang unik dalam karya desain visual akan mudah diingat oleh audiens.

Desain komunikasi visual atau yang lazim dikenal dengan istilah DKV adalah ilmu yang mempelajari dan mengulas secara mendalam konsep komunikasi dan ungkapan kreatif yang dapat diaplikasikan di berbagai media komunikasi visual. Media ini dapat berupa elemen desain grafis yang terdiri dari gambar, huruf, warna komposisi dan layout.¹⁴ Kekuatan utama dalam penyampaian pesan dalam komunikasi visual adalah segala sesuatu yang dapat dilihat dan dapat dipakai untuk menyampaikan arti, makna, atau pesan.¹⁵

Desain komunikasi visual ini berperan untuk mentransfor-masikan pesan ke dalam berbagai bentuk visual agar mudah dalam mengkomunikasikan pesan.¹⁶ Ruang lingkungannya sangat beragam seperti:

- a. Desain Periklanan
- b. Desain Identitas Usaha
- c. Desain Marka Lingkungan
- d. Desain Multimedia
- e. Desain Grafis Industri
- f. Desain Grafis Media
- g. Cerita Bergambar
- h. Fotografi
- i. Videography
- j. Ilustrasi
- k. Animasi
- l. Media Interaktif.

¹⁴ Sumbo Tinarbuko, *DEKAVE Desain Komunikasi visual–Penanda Akhir Zaman Masyarakat Global*, (Yogyakarta: Caps, 2015), hlm.5.

¹⁵ Adi Kusrianto, *Pengantar Desain Komunikasi Visual*, (Yogyakarta: Andi, 2009), hlm. 10.

¹⁶ Supriyono, *Desain Komunikasi Visual: Teori dan Aplikasi*, (Yogyakarta: ANDI, 2010), hlm. 9.

Sedangkan ditinjau dari fungsi dan tujuannya desain komunikasi visual memiliki 3 (tiga) fungsi dasar yaitu; sarana identifikasi, sarana informasi dan instruksi, serta sarana presentasi dan promosi.¹⁷

2. Sejarah Desain Komunikasi Visual

Pada zaman pra-sejarah manusia telah mengenal dan telah mempraktekkan komunikasi secara visual. Lukisan-lukisan yang ditemukan dalam gua sejarah merupakan permulaan manusia menerapkan komunikasi visual kepada manusia lainnya. Kemudian berkembang lebih maju lagi dengan bentuk komunikasi visual lain seperti *hieroglyphics*, tulisan, prasasti, dan buku.

Pada tahun 1447, Johannes Guttenberg menciptakan teknologi mesin cetak. Pada awalnya teknik cetak ini membuat tulisan dan gambar pada satu halaman atau papan kayu saja. Namun dalam perkembangannya mesin ini digunakan pada satuan huruf saja, lalu disusun menjadi suatu kalimat. Penemuan ini menjadi perkembangan yang mutakhir pada saat itu dan menjadi titik balik kebangkitan Eropa.

Pada tahun 1797, Aloys Senefelder menciptakan teknik cetak baru yaitu Lithografi. Teknik cetak ini memanfaatkan prinsip saling tolak air dan media batu litho. Teknik ini memungkinkan untuk menggambar lebih luas dalam bentuk blok-blok yang besar dan dimungkinkan dilakukannya pemisahan warna dalam menggambar poster. Penemuan ini memulai masa kejayaan dari poster.

Berikut ini adalah peristiwa-peristiwa penting dalam sejarah perkembangan desain komunikasi visual :

a. Victorian

Dalam perkembangan revolusi industri membuat kebutuhan manusia semakin berkembang. Lalu bermuculan kebutuhan baru untuk mempromosikan dan menginformasikan sesuatu secara umum. Dengan semakin berkembangnya mesin cetak pada saat itu, muncul kebutuhan

¹⁷ Christine Suharto Cenadi, *Elemen-Elemen Dalam Desain Komunikasi Visual*, (Jakarta: UKP, 1999), hlm. 4.

baru dalam bidang periklanan. Diantaranya kebutuhan mengedukasi pasar dagang dengan iklan, salah satunya dengan kemasan suatu produk.

Nama Victorian diambil dari ratu Inggris, ratu Victoria sebagai suatu penghormatan kepada beliau. Victorian cenderung kaya akan ornament dan dekoratif. Desainer yang paling berpengaruh pada masa itu ialah Rouchon, Salman Baidowi, dan Sir John Millais. Ciri-ciri Victorian, yaitu:

- 1) Ilustrasi mendekati dengan kenyataan.
- 2) Penggambaran karakter perempuan yang berbadan subur.
- 3) Dikelilingi dengan ornament-ornamen.
- 4) Cenderung simetris.
- 5) Penggunaan warna-warna yang natural.

b. Arts and Crafts Movement

Arts and Crafts Movement muncul sebagai suatu bentuk penolakan terhadap Victorian yang miskin nilai-nilai estetis karena sifat-sifatnya yang natural dan apa adanya. Art and Craft Movement hendak menghidupkan kembali ketrampilan tangan dalam seni kerajinan. Terinspirasi dari zaman Gothic, mengusung gaya ilustrasi yang kaya akan seni dekoratif yang memiliki nilai buah tangan yang tinggi. Desainer yang berpengaruh ialah William Morris, Henry Van de Velde, dan Aubrey Breadsley. Ciri-ciri *Arts and Crafts Movement*, yaitu:

- 1) Sudah memiliki prinsip proporsi dan fungsi-fungsi bentukan.
- 2) Memiliki nilai estetis dan karya tangan yang sangat tinggi.
- 3) Garis batas berupa seni ornamen yang umumnya berupa sulur-sulur atau tumbuhan yang padat dan rumit.
- 4) Dipengaruhi oleh gaya ilustrasi Gothic.
- 5) Bila dibandingkan dengan gaya ilustrasi sebelumnya yaitu Victorian, Arts and Crafts jauh terlihat lebih bagus dan inovatif.

c. Art Nouveau

Mirip halnya dengan *Arts and Crafts*, *Art Nouveau* lahir sebagai suatu bentuk ketidakpuasan terhadap Victorian. Dianggap sebagai gaya ilustrasi pertama di dalam dunia desain secara internasional. Berkembang pesat pada tahun 1829 sampai 1914. Desainer yang berpengaruh pada saat itu ialah Alphonse Muca, Lautree, Eugene Grasset, Raymond Saviganic, dan Jules Cheret. Ciri-cirinya, yaitu :

- 1) Dekoratif, namun lebih sederhana bila dibanding dengan *Arts and Craft*.
- 2) Pewarnaan yang bersifat datar.
- 3) Sudah memiliki prinsip penataan secara geometris.
- 4) Umumnya asimetris, gambar dan tulisan saling mengimbangi.
- 5) Memiliki sifat simpati.

d. Art Deco

Art Deco muncul pada sekitar tahun 1925, pada saat kegiatan “Exposition International Des Arts Decoratifs et Industrial Modernes” di Paris, Prancis 1925. Sebuah karya yang mempresentasikan kemewahan, ekstravaganza, glamour, kejayaan akan permesinan, konsumerisme dan kecepatan pada masa itu. Bermunculan bentuk-bentukan yang lebih modern, dimana terdapat bentuk-bentuk geometris dan kurva-kurva, streamline, motion line dan lampu-lampu mesin. Desainer yang berpengaruh pada masa itu ialah Cassandre, Paul Collin, Charles Loupot. Ciri-ciri *Art Deco*:

- 1) Memunculkan kesan mewah, kejayaan akan mesin dan kecepatan.
- 2) Bentuk-bentuk geometris dan kurva-kurva.
- 3) Mengutamakan kesederhanaan peletakan elemen-elemen desain.

e. De Stijl

Kemunculannya pada tahun 1917 di Belanda. Gaya visual geometris-abstrak dari garis vertical dan horizontal dengan komposisi bidang berisi warna-warna primer yaitu merah, biru, kuning, putih, dan abu-abu. Mengingat spirit ini dipelopori oleh pelukis, tidaklah

mengherankan pada awal eksistensinya spirit seni baru De Stijl diwujudkan dalam bentuk lukisan sang tokoh, Theo van Doesburg dan Piet Mondrian.

f. Kitsch

Kitsch dalam bahasa Jerman bermakna —bad taste. Dalam dunia seni, Kitsch bisa digunakan menjelaskan bahwa suatu karya memiliki nilai sentimental yang berlebihan, vulgar, dan, memiliki maksud tertentu. Isitilah ini jarang disebutkan dalam dunia pendidikan Desain, namun mewakili gaya ilustrasi pada era 50-an. Seniman yang berpengaruh pada masa itu ialah Grant Wood, James Montgomery, dan Norman Rockwell. Ciri-ciri :

- 1) Realisme dan sering dijumpai menggunakan teknik-teknik pencampuran dengan teknik lain seperti fotografi dan kolase.
- 2) Telah mengenal prinsip judul dan sub-judul.
- 3) Penggunaan warna-warna yang lebih menarik dan bervariasi.
- 4) Vulgar.

g. Latemodern

Gaya ilustrasi pada Latemodern terinspirasi dari European Avant Garde yang modernist yang didominasi oleh inovasi-inovasi dari Amerika. Pada masa inilah bidang periklanan mengalami zaman keemasannya. Fotografi, typesetting, dan printing yang jauh lebih modern dan telah banyak digunakan sehingga semakin menambah berbagai macam metode prinsip-prinsip dalam mendesain. Teknik gunting-tempel muncul sebagai inovasi pada masa ini. Desainer berpengaruh pada masa itu ialah Paul Rand, Saul Bass, dan Lester Beall.

Ciri-ciri Latemodern:

- 1) Komunikasi yang terkonsep.
- 2) Cerdas dan kreatif.
- 3) Pencampuran berbagai teknik fotografi dan printing.

h. Swiss

Swiss memiliki pengaruh besar terhadap perkembangan dunia desain. Desain corporate identity menjadi pengaruh besar yang diberikan Swiss terhadap dunia. Para desainer Swiss adalah para desainer yang sangat perfeksionis dalam bentuk tipografi sans serif serta desainnya yang minimalis dan lebih mengutamakan pesan yang disampaikan. Simetris dan Asimetris didapatkan dari pemanfaatan grid-grid untuk mengorganisir elemen-elemen grafis dalam sebuah karya. Desainer yang paling berpengaruh pada saat itu ialah Grasset, Steinlen, dan Felix Vallotton. Ciri-ciri :

- 1) Dingin dan impresional.
- 2) Asimetris dan simetris.
- 3) Penggunaan grid pada proses desain.
- 4) Mayoritas menggunakan jenis gaya huruf Sans Serif.

i. Psychedelia

Psychedelia muncul beriringan dengan budaya hippies yang berkembang pada tahun 60-an di daerah Haight Ashbury, San Fransisco. Nama psychedelic berkaitan erat dengan psychedelic drugs yang populer di kalangan kaum muda pada saat itu, terutama seringkali ditemui penggunaannya pada konser-konser music rock. Poster artis berusaha untuk menangkap kesan visual penglihatan para pengguna drugs pada saat sedang ‘fly’. Gaya-gaya tipografi pada Psychedelic terpengaruh oleh Art Nouveau, tetapi terdapat pemadatan, bentuknya curvilinear dan berupa handwriting. Pada pewarnaan terpengaruh gaya Pop Art dengan warna-warnanya yang mencolok dan ramai. Seniman yang berpengaruh pada saat itu ialah Victor Moscosco, Wes Wilson, dan Rick Griffin. Ciri-ciri:

- 1) Penggunaan warna-warna yang mencolok dan ramai.
- 2) Tipografi handwriting dan curvilinear shape.
- 3) Keterbacaan tipografi rendah.

j. Kontemporer

Kontemporer tidak termasuk dalam perkembangan Desain Grafis, karena ini adalah kumpulan dari berbagai macam aliran-aliran desain yang sedang berkembang pada sekitar tahun 1965 hingga sekarang. Desainer berpengaruh pada saat itu ialah Niklaus Toxier, Gregory Cutshaw, dan Damia Matthews. Ciri-cirinya Tipografi yang semakin kreatif dan inovatif, tipografi tidaklah lagi hanya sekedar tulisan tetapi sudah menjadi bagian dari gambar Jenis huruf yang unik dan khas.

3. Unsur-Unsur Desain Komunikasi Visual

Selanjutnya mengenai unsur-unsur dasar dalam desain komunikasi visual yang tidak boleh diabaikan saat perancangan pesan visual adalah sebagai berikut:

a. Layout

Tata letak atau layout berkaitan dengan pengaturan huruf dan visual pada permukaan dua dimensi agar seluruh informasi dapat dibaca, jelas dan menarik. Layout yang berbeda dapat menyampaikan kesan yang berbeda tentang suatu produk.¹⁸

Menurut Tom Lincy (Dalam Design Principle for Desktop Publishing) Prinsip Layout yang baik, yaitu:¹⁹

- 1) Proporsi (Proportion)
- 2) Keseimbangan (Keseimbangan)
- 3) Kontras (Contrast)
- 4) Irama (Rhythm)
- 5) Unity (Kesatuan)

b. Tipografi

Danton Sihombing secara jelas mengungkapkan bahwa tipografi adalah salah satu disiplin seni yang membahas tentang tatanan huruf,

¹⁸ Sandra Moriarty, Nancy Mitchell, William Wells, *Advertising Penerjemah Triwibowo*, (Jakarta: Kencana, 2011)

¹⁹ Adi Kusrianto, *Pengantar Desain Komunikasi Visual*, (Yogyakarta: Andi, 2006), hlm. 277.

agar proses komunikasi dalam bentuk teks dapat tersampaikan dengan baik. Tipografi juga merupakan elemen penting dalam membangun struktur kata atau kalimat.²⁰ Frank Jefkins juga menambahkan bahwa tipografi yang baik akan berorientasi pada desain huruf yang menarik minat baca dan menciptakan gaya dan karakteristik yang sesuai dengan subjek iklan.²¹

Tipografi secara etimologis berasal dari bahasa Yunani yaitu *Typos* dan *Graphen*. *Typos* artinya bentuk dan *graphen* artinya menulis. Tipografi merupakan ilmu yang mempelajari seni huruf (termasuk simbol) dan penerapan desain dalam metode komunikasi visual dengan cara mengkonstruksikan metode desain, bentuk ukuran dan sifatnya, sehingga informasi yang disampaikan sesuai dengan apa yang diharapkan. Membuat teks berguna dan mudah digunakan merupakan fungsi utama dari tipografi. Bisa disimpulkan bahwa tipografi berbicara tentang *readability* (kemudahan membaca teks), dan *legability* (kemudahan mengenali huruf). *Readability* dipengaruhi oleh beberapa faktor:²²

1) *Font*

Salah satu keberhasilan pembuatan karya desain komunikasi visual yaitu pemilihan jenis *font* dan karakter huruf. Penggunaan huruf dan susunannya akan mempengaruhi keterbacaan atau tidaknya suatu teks.

2) Ukuran *Font*

Readability ditentukan oleh *size* huruf. Untuk *size* huruf kecil (kurang dari 8) cenderung kurang mudah dibaca dan untuk huruf besar cenderung mudah dibaca. Namun, itu bukan berarti semua *size* huruf besar akan mudah dibaca dalam desain komunikasi visual.

²⁰ Danton Sihombing, *Tipografi Dalam Desain Grafis*, (Jakarta: The Visual, 2002), hlm. 3.

²¹ Frank Jefkins, *Periklanan*, (Jakarta: Erlangga, 1997), hlm. 248.

²² Kusnadi, *Dasar Desain Grafis*, (Tasikmalaya: Edu Publisher, 2018), hlm. 79-80.

Seorang desainer grafis harus memiliki pengamatan yang bijak yang tajam dalam menentukan ukuran huruf.²³

3) *Value*

Value adalah dimensi kegelapan atau kecerahan warna atau *lightness*. *Value* bertujuan untuk mengetahui kedalaman cahaya. *Value* dalam desain komunikasi visual sangat membantu untuk menciptakan kemudahan “keterbacaan huruf” melalui kontras warna. Kontras nilai itu relatif karena nilainya sangat dipengaruhi oleh faktor lain di sekitarnya. Komposisi warna yang kontras dapat memberikan kesan dinamis, enerjik, bahagia, dramatis dan bergairah. Sebaliknya warna yang kurang kontras dapat menimbulkan kesan kalem, damai, hening dan tenang.

c. Ilustrasi

Ilustrasi dalam desain komunikasi visual terbagi menjadi 2 (dua), yaitu ilustrasi yang dihasilkan dengan tangan atau gambar dan ilustrasi yang dihasilkan oleh kamera atau fotografi.²⁴ Menurut Rakhmat Supriyono standar ilustrasi bisa dikatakan efektif jika:²⁵

- 1) informasinya mudah dipahami,
- 2) membangkitkan perasaan dan keinginan pembaca,
- 3) bukan hasil plagiat,
- 4) adanya daya tarik yang kuat,
- 5) memiliki kualitas yang baik dari aspek seni maupun pengerjaannya.

d. Bentuk

Bentuk adalah penggambaran secara umum sesuatu atau sesuatu (jalur) yang tertutup. Melukiskan bentuk dapat dilakukan dengan banyak cara pada permukaan dua dimensi. Contohnya adalah dengan

²³ Rakhmat Supriyono, *Desain Komunikasi Visual* (Yogyakarta:CV. Andi Offset,2017), hlm. 35.

²⁴ Iwan Wirya, *Kemasan yang Menjual*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1999), hlm. 32.

²⁵ Rakhmat Supriyono, *Desain Komunikasi...*, hlm. 51.

garis. Garis dapat dimanfaatkan untuk memberi gambaran bentuk yang datar, seperti lingkaran (bola), elips, silinder, piramid, atau kubus.

Bentuk dapat menggambarkan sesuatu yang ingin disampaikan. Misalnya bentuk lingkaran yang menunjukkan kesatuan, segi empat yang menggambarkan kestabilan, piramid terbalik menunjukkan hal yang labil, dll.²⁶

e. Warna

Warna dalam desain komunikasi visual menjadi elemen yang sangat penting untuk membuat suatu pesan memiliki daya estetik yang tinggi. Pemilihan warna yang tepat dalam suatu desain akan memberikan kesan indah dan menarik perhatian. Warna merupakan unsur penting dalam desain grafis. Sesuatu yang membuat indah suatu desain yaitu penggunaan warna yang tepat. Penggunaan dan pengkombinasian warna yang tepat akan memberikan kesan atau citra yang unik serta memberi karakter yang khas. Setiap warna memiliki karakter yang berbeda-beda dan dapat menimbulkan persepsi psikologis dan sugesti.

Menurut Teori Brewster, warna dibagi menjadi empat golongan:²⁷

1) Warna Primer

Warna primer merupakan warna dasar yang tidak dicampur dengan warna lain. Yang masuk kedalam golongan warna dasar yaitu merah, biru dan kuning.

2) Warna Sekunder

Warna sekunder merupakan hasil pencampuran warna primer dengan perbandingan 1:1. Warna yang dihasilkan dari pencampuran ini yaitu misalnya warna merah dan kuning akan dihasilkan warna jingga, pencampuran warna biru dan kuning akan

²⁶ Dewi Paramitha Kurnia, *Desain Komunikasi Visual Sebagai Strategi Perancangan Promosi Kedai Kopi Espresso Bar Di Surakarta*, Diss. Universitas Sebelas Maret, 2011.

²⁷ Hendi Hendratman, *Computer Graphic Design* (Bandung:Informatika Bandung, 2017), hlm. 110.

menghasilkan warna hijau, dan warna ungu merupakan pencampuran dari warna biru dan merah.

3) Warna Tersier

Warna tersier merupakan warna yang dihasilkan dari pencampuran salah satu warna primer dengan salah satu warna sekunder. Misalnya pencampuran warna kuning dan jingga akan menghasilkan warna jingga kekuningan.

4) Warna Netral

Warna Netral merupakan warna hasil pencampuran dari ketiga warna dasar dalam porporasi yang sama. Hasilnya berupa warna gelap kecoklatan.

4. Prinsip desain komunikasi visual

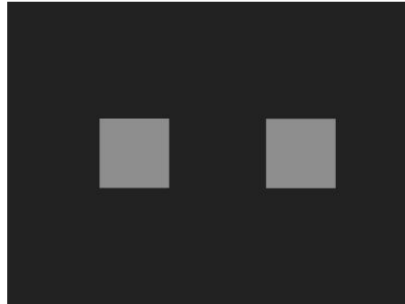
a. Prinsip Keseimbangan

Secara umum keseimbangan adalah kesan kestabilan dari obyek berdasarkan tumpuan atau berat (fisik maupun metafisik). Prinsip keseimbangan dalam sebuah karya seni lebih diarahkan pada bentuk visual yang proporsional, sehingga terasa nyaman bagi pembaca atau khalayak yang melihat.²⁸ Keseimbangan merupakan pembagian berat yang sama secara visual maupun optik. Jika benda di kiri dan kanan tampak memiliki bobot yang sama, komposisi tata letak dapat dikatakan seimbang. Ada dua cara membagi keseimbangan. *Pertama*, membagi kiri-kanan, atau atas-bawah secara simetris atau sama, hal itu disebut keseimbangan bentuk. *Kedua*, keseimbangan asimetris yaitu susunan elemen desain yang berbeda di kiri dan kanan namun terasa seimbang. Keseimbangan asimetris tampak lebih dinamis, berubah-ubah, variatif dan informal. Sedangkan keseimbangan simetris memiliki kesan yang kuat dan stabil.²⁹ Ada beberapa jenis keseimbangan yang dikenal dalam desain komunikasi visual, diantaranya sebagai berikut:

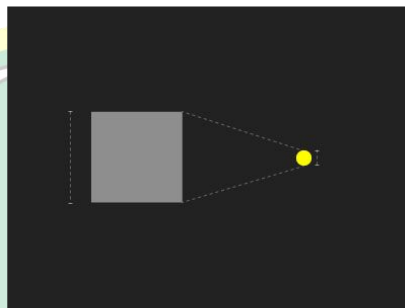
²⁸ Ebdy Sanyoto, *Nirmana: Elemen-elemen Seni dan Desain*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2009), hlm. 237.

²⁹ Rakhmat Supriyono, *Desain Komunikasi...*, hlm. 87.

1) Keseimbangan simetris (*symmetrical balance*)

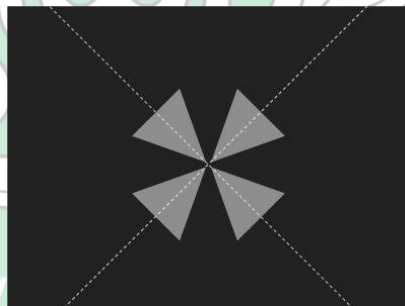


2) Keseimbangan tersembunyi/asimetris (*asymmetrical balance*)



3) Keseimbangan memancar (*radial balance*)

Keseimbangan ini biasanya digunakan untuk menye suaikan posisi beberapa objek dalam satu bingkai.



4) Keseimbangan sederajat (*obvious balance*)



b. Prinsip Kesatuan

Prinsip ini berarti menata seluruh elemen atau objek agar saling terhubung dan membentuk kesatuan objek. Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan agar prinsip kesatuan ini dapat diimplementasikan dalam merancang suatu karya desain, diantaranya, hubungan, grid), kesejajaran, aliran.³⁰ Suatu desain dikatakan menyatu apabila secara keseluruhan tampak harmonis, dan unsur-unsur desain (tipografi, ilustrasi dan warna) menyatu.³¹

c. Prinsip Penekanan (*center of interest*)

Prinsip penekanan dalam desain komunikasi visual adalah poin area yang paling dominan menarik perhatian. Dalam desain komunikasi visual diperlukan adanya *Focal point*, tujuannya yaitu untuk menarik perhatian pembaca dengan menonjolkan salah satu elemen visual. Elemen visual yang dapat digunakan untuk menonjolkan suatu karya desain yaitu:³²

1) Kontras

Kontras dapat digunakan untuk menciptakan *focal point*, yaitu dengan membuat objek yang dianggap penting untuk menonjol dari elemen lainnya. Misalnya item lain diturunkan (secara horizontal) kemudian item yang akan disorot diletakan secara vertikal. Jika semua bidang berwarna dingin, maka area panas akan menonjol. Saat objek di sekitar berwarna hitam putih atau monokrom, objek lain yang diberi warna mencolok akan menjadi fokus perhatian (*focal point*).

2) Isolasi objek

Isolasi objek yaitu suatu cara untuk memisahkan objek dari kumpulan objek lain. Secara visual, objek yang terisolasi akan menciptakan *focal point*.

³⁰ M. Suyanto, *Aplikasi Desain Grafis untuk Periklanan*, (Yogyakarta, ANDI, 2004), hlm. 57.

³¹ Rakhmat Supriyono, *Desain Komunikasi...*, hlm. 97.

³² Rakhmat Supriyono, *Desain Komunikasi...*, hlm. 89.

3) Penempatan objek

Mengatur posisi objek merupakan hal yang penting. Seorang desainer harus mampu menempatkan objek yang dapat menarik pembaca, dan harus ada salah satu elemen yang dapat menghentikan pembaca dari aktivitasnya elemen kunci ini sering disebut *stopping power* atau *eye-catcher*. Tanpa *stopping power* yang kuat maka mata pembaca akan berlalu begitu saja. Hal ini mungkin hal yang sederhana namun harus tetap dijaga supaya informasi yang disampaikan efektif.

d. Prinsip Irama

Irama adalah gerak teratur (*organized movement*) dan tertata secara harmonis. Irama bisa terdiri dari *repetition*, *alternation*, *progression*, dan *regression*. Irama pada umumnya digunakan untuk media video atau pertunjukan. *Rhythm* merupakan pola desain yang dibuat dengan menyusun elemen visual secara berulang. *Rhythm* dalam desain grafis dapat berupa pengulangan (repetisi) dan perubahan (variasi). Repetisi dibuat secara konsisten supaya dapat menciptakan kenyamanan pembaca. Sedangkan variasi merupakan perubahan dari mulai bentuk, ukuran dan layout, tujuannya supaya dapat menciptakan suasana riang, dinamis dan tidak monoton.³³

C. Media Dakwah

1. Dakwah

a. Pengertian dakwah

Secara etimologi, kata dakwah berasal dari bahasa Arab *da'wa-da'wan*, yang artinya ajaran, seruan, panggilan atau undangan.⁸ Secara terminologis, menurut Toha Umar, dakwah adalah mengajak manusia dengan cara bijaksana pada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk keselamatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan di akhirat.³⁴

³³ Rakhmat Supriyono, *Desain Komunikasi...*, hlm. 95.

³⁴ Taha Umar, *Kiat Sukses Berdakwah dalam Pengajaran*, (Bandung: Cet I, 2010), hlm. 12

Sedangkan dalam arti dakwah menurut Bakhyal Khauli dakwah adalah satu proses menghidupkan peraturan- peraturan Islam dengan maksud memindahkan umat dari satu keadaan kepada keadaan lain. Syekh Ali Mahfudz dakwah mengajak manusia untuk mengerjakan kebaikan dan mengikuti petunjuk, menyuruh mereka berbuat baik dan melarang mereka dari perbuatan jelek agar mereka mendapat kebahagiaan di dunia dan di akhirat.³⁵

Dakwah juga merupakan ajakan, memanggil, mempersiapkan, memohon dan menyebarkan kebaikan kearah yang baik maupun kearah yang buruk, dalam pengertian istilah dakwah merupakan suatu aktivitas untuk mengajak orang kepada ajaran islam yang dilakukan secara damai, lembut, konsisten dan penuh komitmen.³⁶

b. Unsur-unsur dakwah

Dalam proses dakwah memiliki beberapa unsur-unsur yang melengkapinya, diantaranya:

1) Pesan Dakwah

Maddah adalah isi pesan atau materi dakwah yang akan disampaikan oleh Da'i kepada sasaran dakwah, yang menjadi pesan dakwah adalah ajaran Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadits Rasulullah SAW. Materi dakwah ini memiliki makna dan fungsi penting dalam menentukan keberhasilan dakwah yaitu, sejauh mana materi dakwah yang disampaikan Da'i membawa *atsar* (pengaruh) yang baik terhadap objek dakwah (*mad'u*) itu sendiri. Oleh karena itu, dalam menyampaikan perlu ada kemasan atau tampilan yang menarik mengenai materi (*message*) apa yang akan disampaikan kepada *audience* (*mad'u*). Kemasan atau tampilan yang dimaksud bisa melalui video di media sosial Instagram seperti yang akan diurai dalam bahasan selanjutnya.

³⁵ Munzier Saputra dan Harjani Hefni, *Metode Dakwah*, (Jakarta: PT Prenada Media, 2003), hlm. 7.

³⁶ Bambang S. Ma'arif, *Komunikasi Dakwah Paradigma untuk Aksi*, (Bandung; Cet I, PT. Simbiosis Rekatama Media 2010), hlm. 22.

2) Da'i

Da'i adalah pelaku dakwah, orang yang melaksanakan dakwah baik lisan, tulisan, perbuatan secara individu, kelompok, atau organisasi/lembaga.³⁷ Secara umum kata Da'i ini lebih dikenal dengan sebutan mubaligh (orang yang menyampaikan ajaran Islam). Da'i adalah orang yang mengajak kepada orang lain baik secara langsung ataupun tidak langsung ke arah yang lebih baik menurut syariat Islam, Al-Qur'an dan Sunnah. Karena Da'i merupakan pionir untuk menyampaikan materi dakwah kepada mad'u. Maka Da'i yang sukses biasanya juga berangkat dari kepiawaiannya dalam memilih kata, mengolah kalimat, dan menyampaikannya dalam kemasan yang menarik.³⁸

3) Mad'u

Mad'u adalah orang yang menjadi sasaran dakwah atau objek yang menerima pesan dakwah yang disampaikan oleh Da'i, baik individu, kelompok baik beragama Islam atau tidak, dengan kata lain seluruh manusia sebagai makhluk Allah SWT yang dibebani menjalankan agama Islam dan diberi kebebasan berikhtiar. Kehendak dan bertanggung jawab atas perbuatan sesuai dengan pilihannya sendiri, mulai dari individu, keluarga, kelompok, massa, dan umat seluruhnya.³⁹

4) Metode Dakwah

Metode sering diartikan sebagai kata yang berasal dari bahasa Yunani, yaitu *Methodos* dalam bahasa Indonesia diartikan sebagai cara atau jalan. Maka diartikan metode adalah cara kerja atau langkah kerja untuk mengembangkan ilmu tersebut atau memahami objek yang menjadi sasaran ilmu yang bersangkutan. Metode ilmu dakwah adalah cara kerja yang ditempuh ilmu dakwah

³⁷ M.Munir, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta Kencana, 2006), hlm. 24

³⁸ Munzier Suparta, *Metode Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2009) hlm.127

³⁹ Enjang dan Aliyudin, *Dasar-Dasar Ilmu Dakwah*, (Bandung: Widya Padjadjaran, 2009),

dalam menggali, merumuskan dan mengembangkan teori-teori dakwah atau cara kerja untuk memahami objek kajian ilmu dakwah. Dengan sejalanannya tujuan ilmu dakwah yaitu untuk menggali sebanyak mungkin teori-teori yang kaitannya dengan aktivitas dakwah Islam.⁴⁰

Metode dakwah adalah cara yang digunakan juru dakwah untuk menyampaikan ajaran materi dakwah (Islam).⁴¹ Metode dakwah yang masih tetap hidup dan berkembang adalah:⁴²

- a) Metode sembunyi-sembunyi, pendekatan kepada saudara dan orang terdekat.
 - b) Metode Bil-lisan dengan ucapan, Bil Qalam dengan tulisan, dan Bil Hal dengan perbuatan atau aksi nyata.
 - c) Metode Bil Hikmah dengan lembut, Maudzoh hasanah dengan nasihat dan Bil lati hiya ahsan dengan berdebat cara yang baik.
 - d) Amar ma'ruf nahi munkar, tawashau bi al-haq wa al-sabr, tadzkirah
- 5) Media dakwah

Media dakwah yaitu, segala sesuatu yang dapat membantu juru dakwah dalam menyampaikan ajaran Islam kepada umat manusia. Hamzah yaqub membagi media menjadi lima macam, yaitu lisan, tulisan, lukisan, audio visual, dan akhlak.⁴³

6) Efek Dakwah

Efek dakwah atau atsar berasal dari bahasa arab yang artinya bekas, sisa, atau tanda. Atsar (efek) sering disebut dengan feedback (timbang balik) dari proses dakwah. Efek dakwah ini sering kali dilupakan atau tidak banyak menjadi perhatian para Da'i.

⁴⁰ Enjang dan Aliyudin, *Dasar-Dasar...*, hlm.30.

⁴¹ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*. (Jakarta:Prenade Media Group, 2004), hlm. 98.

⁴² Jamaluddin Kafie, *Psikologi Dakwah*, (Surabaya: Indah, 1993) hlm.39

⁴³ Hamzah Yaqub, *Politik Islam*, (Bandung: Diponegoro, 1992), hlm. 47

Kebanyakan mereka menganggap bahwa setelah selesai dakwah disampaikan maka selesailah dakwah.⁴⁴

2. Media Dakwah

Media berasal dari bahasa latin *median* yang merupakan bentuk jamak dari kata *medium* yang berarti alat, perantara, penyambung atau penghubung antara dua aspek, yang berarti sesuatu yang dapat menjadi alat atau perantara untuk mencapai suatu tujuan.⁴⁵ Secara lebih spesifik, yang dimaksud dengan media adalah alat-alat fisik yang menjelaskan isi pesan atau pengajaran, seperti buku, film, video, kaset, slide, dan sebagainya. Sedangkan dakwah secara etimologi berasal dari bahasa Arab yang berarti panggilan, ajakan atau seruan, secara terminologi dakwah adalah mengajak manusia dengan hikmah kebijaksanaan untuk mengikuti petunjuk Allah dan Rasul-Nya.⁴⁶ Maka yang dimaksud media dakwah adalah alat yang digunakan untuk mengemas pesan dan menyampaikan dakwah kepada sasaran dakwah atau mad'u.

Media dakwah merupakan salah satu unsur dakwah yang vital dibutuhkan dalam berdakwah dan tidak bisa lepas dari unsur yang lain. Abdul Karim Zaidan membagi unsur-unsur dakwah kedalam lima kelompok, antara lain:⁴⁷

- a. objek dakwah atau materi yang disampaikan
- b. juru dakwah atau da'i
- c. penerima dakwah atau mad'u
- d. metodik atau uslub
- e. media atau wasilah

Media adalah alat atau saluran yang dipakai menyampaikan dakwah kepada objeknya. Media dakwah adalah alat yang digunakan dalam

⁴⁴ Hamzah Yaqub, *Politik Islam...*, hlm.99.

⁴⁵ Asmuni Syukur, *Dasar-dasar Strategi Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlas, 1983), hlm. 163.

⁴⁶ Asmuni Syukur, *Dasar-dasar...*, hlm. 164.

⁴⁷ Abdul Karim Zaidan, *Dasar-dasar Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Media Dakwah, 1983), hlm.17

berdakwah yaitu media auditif (didengar), media visual (lihat), dan audio visual (didengar dan dilihat) dan contoh-contoh perbuatannya.⁴⁸

Media dakwah yang perlu mendapat perhatian dalam melaksanakan aktivitas dakwah, sebagaimana yang telah dikemukakan oleh M. Bachri Ghazali, sebahagian dikutip Muhazzaab Said sebagai berikut:

- a. Media visual, merupakan alat komunikasi yang dapat digunakan dengan memanfaatkan indera penglihatan dalam menangkap datanya. Seperti film slide, dan komputer.
 - b. Media auditif, merupakan alat-alat yang dapat dioperasikan sebagai sarana penunjang kegiatan dakwah. Seperti radiodan telepon.
 - c. Media audio visual, merupakan perangkat komunikasi yang ditangkap baik melalui indra penglihatan. seperti televisi, vidio.
 - d. Media cetak, merupakan salah satu jenis media massa yang seharusnya.
 - e. menjadi media dalam berdakwah. Seperti surat kabar, majalah dan buku. Dengan melalui media ini berarti berdakwah melalui tulisan atau buah pikiran yang dituangkan melalui penah dai.⁴⁹
3. Instagram sebagai Trend Media Dakwah Visual

Media ialah bentuk kata dari medium yang berarti alat, perantara, penyambung atau penghubung antara dua aspek yang berarti sesuatu yang dapat sebagai alat perantara untuk mencapai tujuan.⁵⁰ Sedangkan dakwah berarti seruan atau ajakan kepada sesam muslim untuk melakukan hal-hal yang baik atau sesuai dengan syariat Islam. Media dakwah berarti alat yang digunakan untuk mengemas pesan dan menyampaikan dakwah kepada sasaran dakwah.

Maraknya media sosial membuat para pendakwah tergerak untuk menyalurkan komunikasi kepada orang lain. Media Instagram merupakan media yang sangat menarik untuk dijadikan media dakwah, pasalnya

⁴⁸ Masmuddin dan Efendi P, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Sulawesi Selatan : Read Institute Press 2009), hlm.58.

⁴⁹ Muhazzab Said, *Efektivitas Dakwah di Lembaga Permasayarakatan*, (Sulawesi Selatan, Kampus(LPK), 2013), hlm. 83.

⁵⁰ Pujiriyanto, *Desain Grafis Komputer*, (Yogyakarta: Andi, 2005)

Instagram termasuk aplikasi yang digemari oleh masyarakat Indonesia. Penggunaan akun *Instagram* tidak hanya di kalangan para *da'i* melainkan juga di kalangan remaja milenial yang memiliki kesenangan untuk sekedar mencari hiburan atau mencari motivasi bagi dirinya.

Media dakwah memiliki peluang besar pada kesiapan pengembangannya dan pengembangan media dakwahnya. Sedangkan *Instagram* ialah adalah media untuk menampilkan foto atau gambar, dengan begitu *Instagram* merupakan sebuah media yang sangat bermanfaat bagi para *da'i* dengan keterampilan tangannya mengolah gambar atau visual yang berisi pesan-pesan dakwah dengan tampilan yang menarik. Dengan memanfaatkan aplikasi ini maka jangkauan atau ranah untuk berdakwah jauh lebih luas dan dapat menjangkau semua kalangan.

D. Instagram

Instagram berasal dari kata, “Insta” atau kata Instan, yang memiliki makna jika *Instagram* ini menampilkan foto-foto secara instan layaknya *polaroid*. Dan dari kata “Gram” diambil dari kata “Telegram” yaitu cara kerja dalam mendistribusikan informasi kepada orang lain dengan cepat, sehingga istilah “*Instagram*” merujuk ke kata “Instan-Telegram”.⁵¹

Menurut Bambang, *Instagram* merupakan aplikasi di *Smartphone* yang dikhususkan untuk ranah media sosial, dimana termasuk ke dalam Situs Jejaring Sosial yaitu aplikasi yang memberikan izin kepada penggunanya untuk terhubung dengan membuat informasi pribadi, sehingga dapat terhubung dengan pihak lain. Informasi pribadi berbentuk foto-foto atau video. *Instagram* merupakan salah satu dari media digital yang berfungsi hampir mirip dengan *twitter*, akan tetapi yang membedakan adalah terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunanya.⁵²

⁵¹ Anwar Sidiq, *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah (study akun @fuadbakh)*, Skripsi, (Lampung: Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2017), hlm. 18

⁵² Anwar Sidiq, *Pemanfaatan...*, hlm.18

Terdapat lima menu utama di Instagram yang semuanya terletak dibagian bawah. Menu tersebut antara lain:⁵³

1. *Home Page*

Home Page adalah wajah utama dimana foto-foto terbaru ditampilkan dari sesama pengguna yang telah diikuti. Cara melihat foto yaitu dengan menggeser layar dari bawah ke atas (*swipe up*) seperti saat *scroll mouse* di computer.

2. *Comments*

Instagram menyuguhkan fitur komentar, foto-foto yang terdapat di instagram dapat di komentari di kolom komentar. Caranya yaitu dengan menekan ikon bergambar balon komentar yang berada dibagian bawah foto, selanjutnya tulis mengenai kesan-kesan mengenai foto pada kotak yang disediakan, setelah itu tekan tombol *send* atau kirim.

3. *Explore*

Explore adalah tampilan foto-foto populer, dimana paling banyak disukai para *user* di instagram. Instagram mengaplikasikan algoritma rahasia untuk menentukan foto mana yang dimasukkan ke dalam *explore effect* atau umpan *explore*.

4. *Profil*

User Profile dapat diketahui secara lengkap tentang beragam informasi pengguna, baik itu dari profil milik akun pribadi maupun antar sesama pengguna yang lainnya. Menu profil bisa diakses melalui ikon kartu nama di menu utama bagian paling kanan.

5. *Stories*

Stories adalah jendela yang tampilannya berupa foto-foto video seperti yang ada di fitur *Home*, akan tetapi di jendela *stories* atau cerita foto dan video tersebut memiliki tenggat untuk ditampilkan, berbeda dengan foto atau video yang diunggah di halaman *Home*. Setiap cerita yang dibuat

⁵³ Mida Al Kusani, *Analisis Konten Dakwah Remaja Dalam Akun Instagram @Hanan_Attaki, Skripsi*, (Purwokerto, Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, 2017), hlm. 44-46.

pengguna akan terlihat dalam waktu satu menit dan akan berganti ke cerita selanjutnya jika waktu tersebut telah habis, serta dalam kurun waktu 24 jam maka cerita yang dibagikan akan terhapus dengan sendirinya.

Selain fitur di atas, ada juga fitur lain yang bisa digunakan di instagram, antara lain yaitu:⁵⁴

1. *Captions*

Keterangan atau captions berfungsi memperkuat penyampaian pesan yang ingin disampaikan oleh pengguna. *Caption* dapat dibuat ketika sedang membuat konten untuk diposting, caption dapat diubah melalui tombol edit yang dapat dilihat pada ikon 3 titik yang berada di atas konten.

2. *Hastag*

Hastag adalah simbol bertanda pagar (#), fitur ini sangatlah penting karena sangat memudahkan pengguna menemukan foto-foto di instagram dengan hastag tertentu.

3. *Lokasi Fitur*

Lokasi adalah fitur yang menampilkan di mana pengguna mengambilnya.

Aplikasi Instagram sehingga instagram menyediakan beberapa aktivitas yang dapat pengguna lakukan di instagram, yaitu sebagai berikut:⁵⁵

1. *Follow*

Follow berarti ikut, *Followers* adalah pengikut. Jumlah pengikut dan pengguna yang diikuti akan terlihat di profil pengguna.

2. *Like*

Like adalah ikon dapat digunakan pengguna untuk memberikan tanda suka terhadap gambar, foto yang terdapat di instagram, simbol suka pada instagram adalah simbol hati. Menyukai atau memberi *like* pada konten instagram, dilakukan dengan menekan tombol *like* dibagian bawah *caption* yang bersebelahan dengan tombol komentar atau dengan mengetuk dua kali pada gambar yang disukai.

⁵⁴ Mida Al Kusani, *Analisis Konten...*, hlm. 46-47.

⁵⁵ Mida Al Kusani, *Analisis Konten...*, hlm. 46-47.

3. *Comments*

Comments atau komentar adalah kegiatan memberikan pendapat apapun terhadap foto yang diunggah, baik itu saran, pujian, atau kritikan.

4. *Mentions*

Fitur ini berfungsi menambahkan atau memanggil pengguna lainnya, caranya dengan menambahkan tanda *arroba* (@) dan memasukan akun instagram dari pengguna tersebut.

Sebelum bisa mengakses fitur-fitur di Instagram, terdapat beberapa pilihan dan langkah-langkah.⁵⁶

1. Instalasi

Proses pertama yang dilakukan dalam membuat instagram adalah instalasi atau pemasangan Aplikasi Intagram yang dilakukan dengan mengunjungi Play Store untuk Smartphone dengan sistem operasi Android atau App Store untuk Iphone. Cari aplikasi dengan mengetik di bilah pencarian lalu ketuk *_pasang'*, dalam proses ini Instagram akan mulai di download dalam dan di pasang di ke memori internal Smartphone

2. Registrasi

Registrasi atau pendaftaran sangat penting dalam menggunakan Instagram, karena registrasi adalah sebuah akun yang adalah identitas resmi sebagai pengguna Instagram, berikut cara registrasi Instagram:

a. Jalankan Aplikasi Intagram

Disuguhkan dua pilihan yaitu "Sign Up" untuk mendaftar dan "Log In" apabila telah memiliki akun. Tekan tombol *Sign Up* untuk melakukan registrasi.

b. Masuk ke halaman *Sign Up*

Masuk ke halaman *Sign Up*, kemudian isi data-data yang diperlukan. Tiga hal yang wajib di isi adalah *e-mail*, *username*, dan *password*.

⁵⁶ Anwar Sidiq, *Pemanfaatan...*, hlm. 28-29

c. *Set Profile Picture*

Set Profile Picture untuk mengatur gambar profil, yaitu dengan memotret langsung, mengambil dari gambar yang sudah ada di memori *Smartphone*.

d. Ketuk tombol *Sign Up* untuk mulai pendaftaran.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Menurut Bodagan dan Taylor yang dikutip oleh Moleong, menyatakan bahwa metode penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.⁵⁷

Menurut Lexy J. Moleong penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena mengenai apa yang dialami oleh subjek penelitian seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan sebagainya secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah.⁵⁸

Pada penelitian ini membahas bagaimana konsep pengembangan dan pengelolaan media dakwah visual media sosial Instagram. Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologis yaitu penilaian serta makna terhadap situasi dalam kehidupan kita tujuannya untuk mencari dan menemukan makna dari hal-hal yang esensial atau mendasar dari pengalaman hidup tersebut.⁵⁹ Penelitian ini menggunakan metode deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis fakta atau karakteristik bidang tertentu secara faktual dan cermat.⁶⁰

B. Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti tertarik melakukan penelitian di Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Amin Pabuaran, tepatnya Jl. Profesor DR. HR Boenyamin Jl. Gn. Sindoro No.13A, Pabuwaran, Pabuaran, Kec. Purwokerto Utara, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah 53124. Berikut beberapa dasar atau

⁵⁷ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006), hlm. 4

⁵⁸ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*...., hlm. 5

⁵⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*.... hlm 4

⁶⁰ Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), hlm. 75

alasan memilih Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Amin Pabuaran sebagai lokasi penelitian.

C. Subyek dan Obyek Penelitian

1. Subyek penelitian
 - a. Pimpinan Redaksi KOMINFO PPQ Al-Amin Pabuaran
 - b. Wakil Pimpinan Redaksi KOMINFO PPQ Al-Amin Pabuaran
 - c. Koordinator Divisi Instagram KOMINFO PPQ Al-Amin Pabuaran
 - d. Koordinator Divisi Publikasi KOMINFO PPQ Al-Amin Pabuaran
2. Objek Penelitian

Dalam skripsi ini objek dari penelitian adalah desain dakwah visual yang dijadikan media komunikasi berdakwah pada akun @ppqalaminpabuaran di instagram.

D. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Pengumpulan data penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode sebagai berikut:

1. Observasi

Menurut Nasution observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi. Observasi merupakan bagian dari pengumpulan data yang berarti mengumpulkan data langsung dari lapangan⁶¹.

Dalam penelitian ini observasi yang dilakukan dengan mengamati secara langsung terhadap pengurus KOMINFO PPQ Al-Amin Pabuaran selaku orang yang mengembangkan media dakwah dan pihak-pihak yang terkait dalam mengembangkan dakwah visual.

⁶¹ Raco, *metode penelitian kualitatif jenis, karakteristik dan keunggulan*, jakarta: PT Grasindo, 2010, hlm. 112

2. Dokumentasi

Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Informasi yang diperoleh dapat berupa fakta yang tersimpan dalam bentuk surat, catatan harian, arsip, foto, hasil rapat, cendramata, jurnal kegiatan dan sebagainya. Peneliti harus memiliki kepekaan teoritik untuk dapat memaknai semua dokumen yang diperoleh.⁶²

3. Metode Wawancara

Wawancara merupakan proses komunikasi atau interaksi untuk mengumpulkan informasi atau data dengan bertatap langsung dengan partisipan. Wawancara merupakan teknik penggalan data melalui percakapan yang dilakukan dengan maksud tertentu, dari dua pihak atau lebih. Pewawancara (interviewer) adalah orang yang memberikan pertanyaan, sedangkan orang yang diwawancarai (interviewee) berperan sebagai narasumber yang akan memberikan jawaban atas pertanyaan yang diajukan⁶³.

Dalam penelitian ini wawancara dilkauan kepada admin, pengelola, desainer dan pihak-pihak yang terkait melalui pembicaraan infoemal terkait konsep desain komunikasi visual yang diterapkan oleh media dan akun dakwah tersebut.

E. Teknis Analisis Data

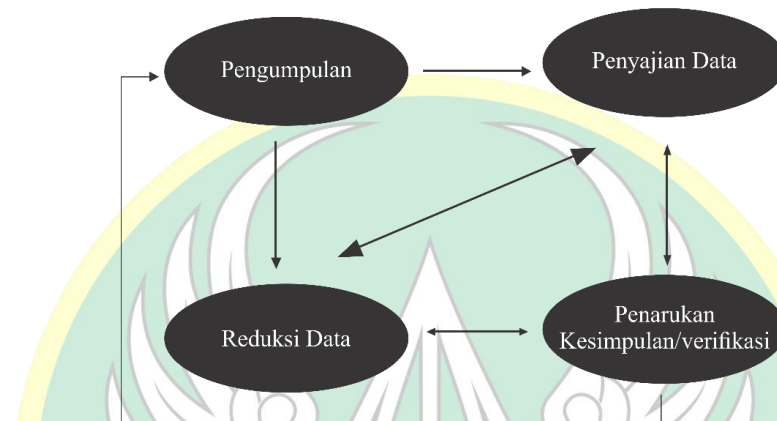
Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik analisis data deskriptif kualitatif. Yaitu analisis yang bertujuan untuk menggambarkan hal tertentu mengenai situasi-situasi atau gejala-gejala tertentu dan bertujuan untuk menggambarkan suatu keadaan, peristiwa atau fenomena sehingga mudah untuk dipahami dan disimpulkan.⁶⁴

⁶² Materi Kuliah Metodologi Penelitian Pps, *Metode Pengumpulan Data Penelitian Kualitatif*, UIN Maliki: 2011.

⁶³ Farida Nugrahani, *metode penelitian kualitatif dalam penelitian pendidikan bahasa*, 2014.

⁶⁴ Saifudin Azwar, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta : Pustaka Belajar, 1998), hlm. 91

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknis analisis dari Miles dan Huberman yaitu *interactive model*. Yang terdiri dari pengumpulan data (collection), reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Grafik analisis data Miles dan Huberman sebagai berikut.⁶⁵



Berikut penjelasan dari Teknik analisis Miles dan Huberman⁶⁶

1. Pengumpulan Data

Pengumpulan data ialah pengumpulan data-data yang kita dapatkan dan dikumpulkan selama melakukan penelitian.

2. Reduksi Data

Reduksi data berarti merangkul peneliti memilih hal-hal yang pokok dan memfokuskan data-data yang penting. Setelah itu peneliti membuat kategori-kategori data sesuai dengan masalah yang sedang diteliti.

Dari proses penelitian reduksi akan didapatkan hasil ringkasan catatan data dari lapangan. Proses reduksi data akan dapat memperpendek, mempertegas, membuat focus, membuang hal yang tidak perlu.⁶⁷

⁶⁵ Matthew B. Miles, A. Michael Huberman, *Analisis Data Kualitatif*, terj. Tjetjep Rohendi Rohidi (Jakarta: Universitas Indonesia, 1922) hlm. 16-20

⁶⁶ Matthew B. Miles, A. Michael Huberman, *Analisis Data Kualitatif...* hlm. 16-20

⁶⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian...* hlm. 247

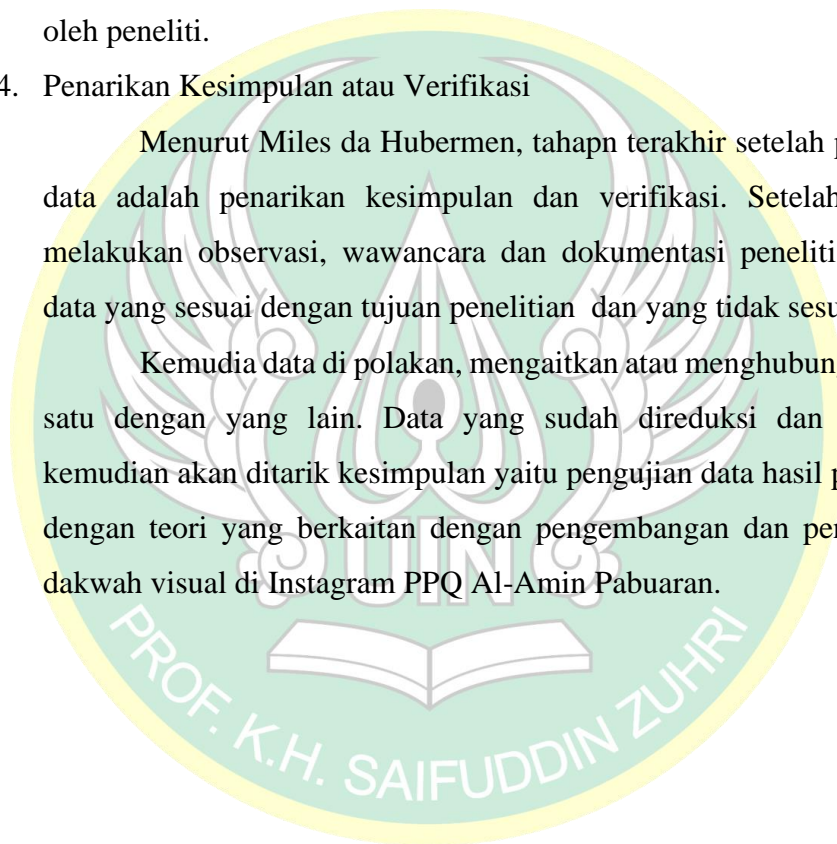
3. Penyajian Data

Penyajian data yang dapat dilakukan dalam penelitian kualitatif yaitu dapat berupa uraian singkat dan hubungan antar target. Data yang disajikan dalam penelitian ini adalah semua data yang diperoleh dari hasil wawancara ataupun melalui telaah terhadap dokumentasi dari beberapa sumber. Dengan penyajian data ini penelitian lebih terarah karena data-data yang telah direduksi, peneliti sajikan dalam bentuk penjelasan yang menggambarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti.

4. Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi

Menurut Miles da Hubermen, tahap terakhir setelah penyajian data adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Setelah peneliti melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi peneliti memilih data yang sesuai dengan tujuan penelitian dan yang tidak sesuai.

Kemudia data di polakan, mengaitkan atau menghubungkan data satu dengan yang lain. Data yang sudah direduksi dan disajikan kemudian akan ditarik kesimpulan yaitu pengujian data hasil penelitian dengan teori yang berkaitan dengan pengembangan dan pengelolaan dakwah visual di Instagram PPQ Al-Amin Pabuaran.



BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Tentang Komunikasi Dan Informasi (Kominfo) PPQ Al-Amin Pabuaran

1. Sejarah Komunikasi Dan Informasi PPQ Al-Amin Pabuaran

Pondok Pesantren al-Qur'an al-Amin (PPQ al-Amin) Pabuaran sebagaimana pondok pesantren yang lain, memiliki organisasi khusus yang mengelola media publikasi. Di PPQ al-Amin Pabuaran, organisasi tersebut diberi nama komunikasi dan informasi atau yang biasa disebut dengan kominfo. Sesuai dengan Surat Keputusan (SK) Pengasuh PPQ al-Amin Pabuaran, kepengurusan kominfo resmi menjadi salah satu badan independen yang kedudukannya di bawah arahan pengasuh dan dewan pembina, serta setara dengan organisasi lainnya, yakni kepengurusan pondok putra, kepengurusan pondok putri, kepengurusan madrasah diniyah (madin), dan kepengurusan taman pendidikan Qur'an (TPQ).⁶⁸

Sebelum menjadi badan independen pondok pesantren, kominfo telah melalui fase yang cukup panjang. Embrio kominfo telah terlihat sejak lama, misalnya eksistensi grup kecil bernama Opor Badak yang fokus pada bidang videografi pada zamannya. Ada pula kegiatan jurnalistik yang dikelola oleh Departemen Penalaran dan Keilmuan (kini telah berganti nama dan fungsi menjadi Departemen Pengembangan Sumber Daya Santri) pada tahun 2010 dengan produk program kerja Buletin al-Afkar dan gugahbentangi.wordpress.com. Hal serupa juga dilakukan oleh pengurus pondok putra dan putri bidang sekretaris pada tahun 2013 dengan nama Ruang Dunia yang mengelola blog ppqalamin.blogspot.com. Namun, baru pada tahun 2017, kominfo dirintis sebagai sebuah organisasi.⁶⁹

⁶⁸ Hasil observasi kominfo Pondok Pesantren al-Qur'an al-Amin Pabuaran pada tanggal 4 oktober 2021.

⁶⁹ Hasil observasi kominfo Pondok Pesantren al-Qur'an al-Amin Pabuaran pada tanggal 4 oktober 2021.

Berawal dari arahan salah satu putra pengasuh, yakni Gus Muhammad Muzakka Anbaby, beberapa santri angkatan 2014 kemudian menginisiasi dibentuknya organisasi yang berfokus mempublikasikan kegiatan-kegiatan santri PPQ al-Amin pabuwaran dan kemudian diberi nama kominfo. Namun, pada saat itu kominfo masih berstatus organisasi tidak resmi dan belum memiliki struktur kepengurusan. Kegiatannyapun hanya sebatas membuat konten alakadarnya untuk akun facebook dan instagram sembari menyiapkan dan membangun pondasi untuk kepengurusan kominfo resmi. Layaknya organisasi rintisan pada umumnya, kominfo pada saat itu masih mencoba berbagai macam ide, salah satunya membagi fokus konten menjadi dua bagian, konten formal untuk akun resmi yang diberi nama Pondok Pesantren al-Qur'an al-Amin Pabuwaran dan konten informal untuk akun tambahan yang diberi nama Rubrik Al-Afkar.

Pada tahun 2017, tepatnya pada pelaksanaan Mukhtamar dalam pembahasan Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga, kominfo diusulkan oleh salah satu peserta forum dan disetujui oleh seluruh peserta forum untuk menjadi badan independen PPQ al-Amin Pabuwaran. Kemudian pada awal tahun 2018, SK yang menyatakan kominfo menjadi salah satu badan independen pondok pesantren resmi diterbitkan. Tepatnya pada 1 Januari 2018, kepengurusan kominfo resmi dilantik oleh Gus Cholil Rahman selaku perwakilan pengasuh. Sesuai keterangan yang tertera pada SK tersebut, periode masa jabatan kepengurusan kominfo adalah dua tahun. Rentang dua tahun awal bagi organisasi kominfo tersebut, banyak perkembangan yang terjadi, diantaranya penambahan platform publikasi, yakni youtube yang kemudian diberi nama Al-Afkar Channel, blog baru dengan alamat alaminkominfo.blogspot.com, radio online, logo kominfo, buletin Al-Afkar, dll.⁷⁰

Setelah periode masa jabatan kepengurusan pertama kominfo berakhir, terjadi perubahan kebijakan terkait periode masa jabatan yang

⁷⁰ Hasil observasi kominfo Pondok Pesantren al-Qur'an al-Amin Pabuwaran pada tanggal 4 oktober 2021.

sedianya dua tahun diubah menjadi satu tahun, kebijakan tersebut berlaku untuk seluruh organisasi yang ada di PPQ al-Amin Pabuwaran. Adapun SK kepengurusan kominfo yang kedua ditetapkan pada 10 Januari 2020. Meneruskan kepengurusan pertama, kepengurusan kominfo yang kedua mengalami perkembangan yang dapat dikatakan cukup signifikan. Hal tersebut terlihat dari keberhasilan kepengurusan mewujudkan cita-cita untuk memiliki peralatan penunjang kegiatan kominfo, salah satunya kamera. Selain itu, di kepengurusan kominfo yang kedua ini, untuk pertama kalinya kominfo memiliki pakaian dinas lapangan (PDL) sebagai identitas ketika bertugas. Dan di kepengurusan kedua ini jugalah, dibentuk tim kecil dari internal kominfo untuk mengelola usaha dana sekaligus mengelola akun instagram khusus usaha dana kominfo (*alaminpabuwaran_store*) yang menjual berbagai macam produk, seperti kaos, gantungan kunci, stiker, dan lain sebagainya yang mana keuntungan penjualan digunakan untuk menunjang kegiatan-kegiatan kominfo.⁷¹

Pada 27 Februari 2021, kepengurusan kominfo yang ketiga resmi dilantik. Artinya, kominfo sebagai sebuah organisasi resmi telah memasuki tahun keempat dan telah dijalankan oleh tiga kepengurusan berbeda. Perlahan namun pasti, kominfo sebagai sebuah organisasi resmi berkembang menuju ke arah yang diinginkan, sebagaimana organisasi-organisasi media pondok pesantren lainnya yang sudah lebih dahulu matang dan mapan.⁷²

2. Tugas Komunikasi Dan Informasi (Kominfo) PPQ Al-Amin Pabuaran
 - a. Badan Pengurus Harian (BPH)Kominfo Al-Amin

Badan Pengurus Harian (BPH) Kominfo Al-Amin merupakan badan pengurus harian yang bertugas untuk membuat sistem

⁷¹ Hasil observasi kominfo Pondok Pesantren al-Qur'an al-Amin Pabuwaran pada tanggal 4 oktober 2021.

⁷² Hasil observasi kominfo Pondok Pesantren al-Qur'an al-Amin Pabuwaran pada tanggal 4 Oktober 2021.

keseluruhan dalam Kominfo Al-Amin yang terdiri atas pimpinan redaksi, wakil pimpinan redaksi, sekretaris dan bendahara.⁷³

Tugas dan fungsi pimpinan redaksi Kominfo Al-Amin adalah sebagai berikut:⁷⁴

- 1) Mengoordinir segala program kerja yang telah ditetapkan tiap divisi dalam Kominfo Al-Amin agar berjalan dengan baik.
- 2) Memberikan arahan kepada semua tim redaksi tentang konten yang akan dimuat.
- 3) Memimpin tim Kominfo Al-Amin dalam menentukan apakah suatu kejadian tertentu bisa memiliki nilai berita atau tidak.
- 4) Menentukan layak tidaknya suatu berita, foto dan desain untuk setiap konten yang telah dibuat oleh divisi.
- 5) Memimpin rapat redaksi
- 6) Bertanggungjawab atas isi redaksi dan kualitas konten
- 7) Merencanakan koordinasi dengan Pembina Kominfo Al-Amin, Dewan Pembina Pondok Pesantren al-Qur'an al-Amin Pabuwaran, pimpinan badan dependen dan independen pondok agar saling bersinergi.
- 8) Menjalin kerjasama, silaturahmi dan bertanggungjawab terhadap pihak lain.

Adapun tugas dan fungsi wakil pimpinan redaksi Kominfo Al-Amin adalah sebagai berikut:⁷⁵

⁷³ Hasil observasi kominfo Pondok Pesantren al-Qur'an al-Amin Pabuwaran pada tanggal 4 Oktober 2021.

⁷⁴ Hasil observasi kominfo Pondok Pesantren al-Qur'an al-Amin Pabuwaran pada tanggal 4 Oktober 2021.

⁷⁵ Hasil observasi kominfo Pondok Pesantren al-Qur'an al-Amin Pabuwaran pada tanggal 4 Oktober 2021.

- 1) Membantu pimpinan redaksi Kominfo Al-Amin dalam menjalankan tugas dan fungsinya.
- 2) Mewakili pimpinan redaksi Kominfo Al-Amin dalam mengadakan rapat khusus santri putri pengurus Kominfo Al-Amin.
- 3) Bersama dengan pimpinan redaksi dalam membuat kebijakan, sistem dan struktural dalam Kominfo Al-Amin.

b. Sekretaris

Sekretaris merupakan Badan Pengurus Harian (BPH) Kominfo Al-Amin yang bertugas membantu Pimpinan Redaksi dan Pengurus Kominfo Al-Amin dalam penyelenggaraan administratif serta mengolah data arsip yang akan menunjang kegiatan manajerial baik untuk menyelenggarakan kegiatan surat menyurat, penyimpanan dokumen, pembuatan notulen rapat serta notulensi kegiatan-kegiatan Kominfo Al-Amin.⁷⁶

Fungsi Sekretaris dalam kepengurusan Kominfo Al-Amin adalah sebagai berikut:

- 1) Melakukan pengelolaan administrasi kesekretariatan.
- 2) Melakukan pengelolaan inventaris organisasi serta pengadaan kebutuhan kesekretariatan.
- 3) Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh Ketua Umum sesuai dengan kepentingan dan perkembangan organisasi

c. Bendahara

Bendahara merupakan Badan Pengurus Harian (BPH) Kominfo Al-Amin yang bertugas membuat pembukuan dan mengatur keuangan Kominfo Al-Amin serta membuat RAB (Rancangan Anggaran Belanja) yang akan dipakai selama masa kepengurusan.⁷⁷

⁷⁶ Hasil observasi kominfo Pondok Pesantren al-Qur'an al-Amin Pabuwaran pada tanggal 4 Oktober 2021.

⁷⁷ Hasil observasi kominfo Pondok Pesantren al-Qur'an al-Amin Pabuwaran pada tanggal 4 Oktober 2021.

Fungsi bendahara dalam kepengurusan Kominfo Al-Amin adalah sebagai berikut:⁷⁸

- 1) Menentukan anggaran yang disesuaikan dengan kebutuhan Kominfo Al-Amin.
 - 2) Melakukan pembukuan mengenai pengeluaran serta pemasukan keuangan.
 - 3) Melakukan pengadaan barang yang dibutuhkan setiap divisi.
- d. Divisi Instagram dan Facebook

Divisi Instagram dan Facebook merupakan divisi yang bertugas mengelola akun sosial media instagram dan facebook serta bertanggungjawab menyiapkan postingan dua akun media social tersebut secara berkala.⁷⁹

- e. Divisi Youtube

Divisi youtube adalah sebuah divisi yang bertanggungjawab mengelola akun youtube dan hal-hal yang berhubungan dengan akun youtube Kominfo Al-Amin, seperti kegiatan live youtube.⁸⁰

- f. Divisi Blogspot

Divisi blogspot merupakan divisi yang bertugas mencari, mengumpulkan, mengolah, serta menyajikan tulisan berupa berita atau karya tulis terkait Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Amin dan dipublikasikan dalam blogspot.⁸¹

B. Pengelolaan Komunikasi Dan Informasi (Kominfo) PPQ Al-Amin Pabuaran

Fattah (2010) pengelolaan diambil dari bahasa Inggris *management* yang mengandung arti ketatalaksanaan/pengelolaan. *Managemen* sering

⁷⁸ Hasil observasi kominfo Pondok Pesantren al-Qur'an al-Amin Pabuaran pada tanggal 4 Oktober 2021.

⁷⁹ Hasil observasi kominfo Pondok Pesantren al-Qur'an al-Amin Pabuaran pada tanggal 4 Oktober 2021.

⁸⁰ Hasil observasi kominfo Pondok Pesantren al-Qur'an al-Amin Pabuaran pada tanggal 4 Oktober 2021.

⁸¹ Hasil observasi kominfo Pondok Pesantren al-Qur'an al-Amin Pabuaran pada tanggal 4 Oktober 2021.

diartikan sebagai ilmu, kiat, profesi. Dikatakan sebagai ilmu karena manajemen dipandang sebagai suatu bidang pengetahuan yang secara sistematis berusaha memahami mengapa dan bagaimana orang bekerja sama. Dikatakan sebagai kiat karena manajemen mencapai sasaran melalui cara-cara dengan mengatur orang lain menjalankan dalam tugas.⁸²

Dalam sebuah organisasi harus ada pengelolaan yang baik agar tujuan dapat tercapai. Begitu juga pada Komunikasi Dan Informasi (Kominfo) PPQ Al-Amin Pabuaran. Strategi pengelolaan dakwah sendiri harus seimbang dengan fungsi Islam yaitu sebagai rahmat bagi alam semesta atau yang biasa kita sebut dengan *rahmatan lil'alamiin*. Dakwah juga harus memberi makna dan fungsi dalam tindakan kearah masa depan.

Seperti yang kita ketahui selama ini Desain Komunikasi Visual (DKV) dipegang dan dikuasai oleh kalangan yang ranahnya bukan dari kalangan dakwah atau disebut dengan ranah non dakwah, sehingga media-media dakwah yang ada terlihat standar, monoton dan kurang menarik jika dibandingkan dengan media-media non dakwah seperti poster, spanduk, baliho dan acara loharaga, konser musik, dan iklan komersial dan lain-lain yang tidak memuat konten dakwah justru terlihat lebih menarik.

KOMINFO PPQ Al-Amin Pabuaran dalam mengembangkan dakwah memanfaatkan media sosial seperti *Instagram, Blog, dan Youtube*. Setiap divisi memiliki alur yang sama yaitu dalam setiap konten akan melalui tahap perencanaan, produksi, dan pengawasan.⁸³

Untuk lebih jelas, berikut ini uraian proses perencanaan, produksi dan pasca produksi :

⁸² Eny Munisah. " Pengelolaan Media Pembelajaran Sekolah Dasar", *Jurnal Elsa, Volume 18, Nomor 1, April 2020*

⁸³ Hasil wawancara saudara burhan pembina Kominfo Al-Amin pada tanggal 4 Oktober 2021.

1. Perencanaan (Pra Produksi)

Tahap pra produksi merupakan sebuah proses tahap awal dalam membuat konten, berupa penentuan ide, menentukan konsep, dan elemen yang berkaitan dengan produksi.

2. Tahap pelaksanaan produksi

Setelah ide didapatkan maka proses selanjutnya adalah penetapan visualisasi atau tahap mendesain dengan pemilihan atau fokus pada hal-hal teknis desain seperti layout, background, pemilihan jenis huruf, warna atau elemen desain lainnya.

3. Pengawasan dan Evaluasi (Pasca Produksi)

Dalam tahap hasil dari visualisasi akan menjalani proses pengecekan, penyaringan dan evaluasi yang dilakukan oleh asesor apakah sudah layak atau pantas untuk di publikasikan.⁸⁴

C. Penyajian Data

1. Aktivitas Dakwah Kominfo Al-Amin

Kominfo Al-Amin dalam menjalankan aktivitas dakwah dan program kerjanya menggunakan media online. Media online ialah media yang diakses melalui komputer ataupun handphone yang menggunakan jaringan atau instrumen telekomunikasi.⁸⁵ Keunggulan dari media internet Menurut Sus Ahmad Joing yakni sebagai berikut:⁸⁶

a. Mudah

Internet menyediakan berbagai kemudahan bagi pemakai atau *netizen* untuk mengoperasikannya dan dapat diakses di manapun dan kapanpun.

⁸⁴ Hasil observasi kominfo Pondok Pesantren al-Qur'an al-Amin Pabuwaran pada tanggal 4 Oktober 2021.

⁸⁵ Umatin Fadilah, dkk. 2014. *Pohon Dakwah 2* (Purwokerto: Mitra Media) hlm. 99

⁸⁶ Pawit M. Yusup dan Priyo Subekti, *Teori dan Praktik Penelusuran Informasi* (Jakarta: Kencana Media Group, 2010)

b. Cepat dan tepat

Pengiriman data melalui internet berlangsung dengan cepat dan langsung terkirim.

c. Kapasitas

Free space atau ruang bebas yang tersedia untuk *mailbox* yang disiapkan bagi tiap-tiap *user* atau pemakai oleh tiap website tidak sama.

d. Kerahasiaan

Setiap pemakai yang terdaftar untuk menjadi pelanggan internet akan mendapat fasilitas *password* sehingga orang lain tidak bisa membuka akun kita.

e. Efisien dan Efektif

Hadirnya internet telah membantu efektifitas dan efisiensi operasional perusahaan, terutama perannya sebagai sarana komunikasi, publikasi, serta sarana untuk mendapatkan berbagai informasi yang dibutuhkan oleh sebuah badan usaha dan bentuk badan usaha atau lembaga lainnya.

Aktifitas dakwah yang dilakukan oleh Kominfo Al-Amin melalui *Instagram* merupakan bentuk pemanfaatan media sosial selain untuk mengenalkan *Pondok Pesantren Al-Amin Pabuwaran* juga untuk bedakwah, karena di arus teknologi yang sangat pesat perlu menyampaikan ajaran Islam dengan jalan media sosial sebagai media berdakwah.⁸⁷

Bentuk Aktifitas dakwah yang dilakukan oleh Kominfo Al-Amin melalui *Instagram* antara lain sebagai berikut:

a. Dawuh guru

Dalam Aktifitas dakwah “Dawuh guru” Kominfo Al-Amin kata-kata yang dibuat oleh para ulama atau tokoh-tokoh Islam dan juga diberi foto dari orang yang membuat Quotes.

⁸⁷ Hasil wawancara saudara burhan pembina Kominfo Al-Amin pada tanggal 28 November 2021.

b. Quotes

Dalam konten Quotes merupakan kata-kata yang di sampaikan oleh santri maupun dari tim Koinfo Al-Amin.

c. Video Pesan Dakwah

Dalam pembuatan Video singkat yang berisi pesan-pesan dakwah dan menyikapi tentang fenomena-fenomena atau bentuk hukum syari dari pengasuh dan ustadz di Pondok Pesantren Al-Amin pabuwaran, kemudian Video singkat juga dibuat dengan tokoh ulama lain.

d. Amalan sunnah

Amalan sunnah merupakan konten yang berisi tentang amalan-amalan, hikmah-hikmah dalam hukum Islam. Dalam Amalan sunnah design dibuat dengan bentuk kata-kata maupun praktek pergaan.

e. Yaumul milad

Yaumul milad merupakan konten yang berisi tentang hari ulang tahun pengasuh, keluarga pengasuh serta ustadz di Pondok Pesantren Al-Amin pabuwaran.

f. Rutinan

Merupakan konten yang berisi tentang kegiatan yang dilakukan oleh Pondok Pesantren Al-Amin pabuwaran seperti kegiatan belajar mengajar, kegiatan shalawat, dan kegiatan lain.

2. Produk Konten Koinfo Al-Amin

Dalam mempublikasikan karyanya Koinfo Al-Amin memanfaatkan Instagram sebagai media dakwahnya. Di era sekarang aplikasi Instagram kini menjadi salah satu aplikasi media sosial yang digandrungi oleh netizen. Instagram saat ini memiliki 250 postingan serta memiliki 2.137 pengikut. Adapun tampilan akun isntrgram @ppqalaminpaburan sebagi berikut:



Gambar 1. tampilan depan Akun Instagram @ppqalaminpabuaran

Fitur pendukung lain yang dapat membuat konten foto atau video yang kita unggah di *Instagram* menjadi lebih menarik dan mengena, yakni:

a. Caption

Caption adalah keterangan atau penjelasan yang kita tulis untuk memperkuat dan menambah daya tarik dari pesan yang kita ingin sampaikan dari foto atau video yang kita unggah. Karena *caption* yang menarik dapat menambah nilai lebih dari apa yang kita unggah di *Instagram*, atau membuat kita lebih memahami makna dari dakwah yang kita sebar.

b. Tagar

Hastag atau tagar adalah tanda yang berbentuk pagar (#). Dengan menambahkan tanda *hastag* dibawah *caption* kita bisa memudahkan kita dan pengguna yang lain untuk menemukan foto-foto dan video di *Instagram* yang masih berkaitan dengan *hastag* yang kita tulis. Sehingga dengan *hastag* tersebut kita bisa memperluas ranah dakwah kita sehingga semua orang yang menggunakan *Instagram* dapat melihat informasi yang berhubungan dengan *hastag* tersebut.

Adapun produk konten *Dawuh guru* pada Akun *Instagram* @ppqalaminpabuaran sebagai berikut:

c. Dawuh guru



Gambar 2. Produk *dawuh guru* Kyai Sahal Mahfudz⁸⁸

Gambar 2. Merupakan konten yang dipublikasikan pada tanggal 18 September 2018, “*Dawuh guru*” menggunakan background dibuat dengan sederhana. Pada awal pembuatan “*Dawuh guru*” posting gambar masih menggunakan *quotes* serta namatokoh tanpa ada foto tokoh. unsur tipografi lebih ditonjolkan pada gambar tersebut. Pada gambar tersebut juga menggunakan caption untuk menambah kesan penguat dalam konten yang dipublikasi yaitu: jadi santri itu.... *Jangan menyerah! Terus berjuang! Meski badai menghadang~* . Kemudian Tagar juga digunakan agar konten bisa dapat diakses oleh pengguna.



⁸⁸ Akun Instagram @ppqalaminpaburaran diakses pada tanggal 27 oktober 2021

Gambar 3. Produk *dawuh guru* K.H Muhammad Mukti.⁸⁹

Kemudian pada tanggal 23 November 2018 tampilan background sudah di design oleh tim Kominfo Al-Amin dengan warna dasar hijau dengan tokoh di design dalam bentuk vektor.



Gambar 4. Produk *dawuh guru* K.H Maimun zubair.⁹⁰

Dalam perkembangannya “*Dawuh guru*” 11 Februari 2020 konten mengalami perubahan dengan menggunakan warna bebas namun *soft*.

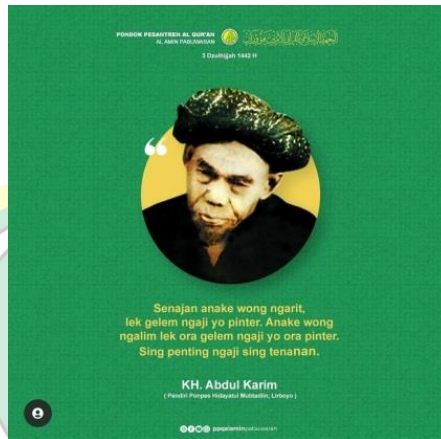


⁸⁹ Akun *Istagram* @ppqalaminpaburan diakses pada tanggal 27 oktober 2021

⁹⁰ Akun *Istagram* @ppqalaminpaburan diakses pada tanggal 27 oktober 2021

Gambar 5. Produk *dawuh guru* K.H Muhammad Mukti.⁹¹

Gambar di publikasikan pada Tanggal 3 April 2021 sampai 10 juli 2021 “*Dawuh guru*”dominan menggunakan background putih dengan design *square* pada backgroundnya.



Gambar 6. Produk *dawuh guru* K.H Abdul Karim.⁹²

Kemudian pada Tanggal 13 Juli 2021 design menggunakan background hijau dengan foto tokoh pada tengah design dan *quotes* pada bagian bawah foto tokoh.

d. Quotes



⁹¹ Akun *Istagram* @ppqalaminpaburan diakses pada tanggal 27 oktober 2021

⁹² Akun *Istagram* @ppqalaminpaburan diakses pada tanggal 27 oktober 2021

Gambar 7. Produk *Quotes* santri⁹³

Konten pada gambar 7 merupakan konten yang dipublikasikan pada tanggal 18 Januari 2018. Konten tersebut menggunakan *background* foto santri, kemudian kata dalam konten menunjukkan tentang santri yang harus terus berjuang.

e. Video Pesan Dakwah

Dalam berdakwah yang memadukan desain visual dengan audio dari rekaman suara dari narasumber. Konten ini dapat direspon baik dari *netizen*. Konten yang dipublikasikan 4 Juli 2020 ini lebih menarik untuk dapat dinikmati serta pesan dakwah bisa dirasakan karena suara rekaman bisa langsung didengarkan.



Gambar 8. Produk *video pesan dakwah*⁹⁴

f. Amalan sunnah

Merupakan dakwah yang ada dibuat dalam bentuk design visual dengan tema fiqih, amalan-amalan, serta kegiatan yang ada dalam hukum Islam.

⁹³ Akun *Instagram* @ppqalaminpabuaran diakses pada tanggal 27 oktober 2021

⁹⁴ Akun *Instagram* @ppqalaminpabuaran diakses pada tanggal 27 oktober 2021



Gambar 9. Produk Amalan sunnah⁹⁵

g. Yaumul milad



Gambar 10. Produk yaumul milad⁹⁶

Yaumul milad merupakan konten yang diinisiasi oleh kominfo Al-Amin sebagai bentuk penghargaan dan menghormati para pengasuh,

⁹⁵ Akun Instagram @ppqalaminpaburam diakses pada tanggal 27 oktober 2021

⁹⁶ Akun Instagram @ppqalaminpaburam diakses pada tanggal 27 oktober 2021

keluarga pengasuh serta ustadz di Pondok Pesantren Al-Amin pabuwaran. Konten ini berbentuk ucapan ulang tahun.

h. Rutinan



Gambar 10. Produk *Rutinan*⁹⁷

Merupakan rangkaian kegiatan atau bentuk aktifitas yang dilakukan di lingkungan pondok pesantren Al-Amin pabuwaran.

D. Analisis

Pada perkembangan Kominfo Al-Amin Pabuwaran, kinerja Kominfo Al-Amin Pabuwaran selalu berkembang dalam hal dakwah di Istagram. Perkembangan zaman dan teknologi juga menuntut tim kominfo untuk ikut berkembang dan maju tanpameninggalkan tujuan awal dari dibentuknya Kominfo Al-Amin Pabuwaran yaitu menyampaikan ajaran Islam dengan jalan media sosial sebagai media berdakwah. Selain konten dan desain dakwah visual yang semakin berkembangseperti yang sudah dipaparkan pada tampilan dakwah visual diatas, hal ini juga berdampak pada tampilan atau layout *Instagram* yang mejadi lebih baik. Dalam proses evaluasi yang dilakukan oleh Kominfo Al-Amin Pabuwaran yaitu antara lain:

⁹⁷ Akun *Istagram* @ppqalaminpaburaran diakses pada tanggal 27 oktober 2021

1. Pengumpulan dan substansi materi

Yaitu mencari materi dengan dengan melihat aspek substansi atas dakwah yang nantinya akan dipublikasikan. Sehingga konten yang dibuat tidak asal, akan tetapi mempunyai makna serta pesan yang bisa tersampaikan kepada *nitizen*.⁹⁸

2. Observasi *trend*

Semakin pesatnya perkembangan teknologi minat serta tuntutan *nitizen* juga semakin banyak, dengan penggunaan *trend* yang digandrungi oleh *nitizen*.⁹⁹

3. Pembekalan dan pelatihan design grafis

Keterampilan di bidang desain grafis atau videografi sangat penting untuk kemajuan Kominfo Al-Amin Pabuwaran. Maka perlu adanya regenerasi harus terus berlanjut, hal tersebut juga perlu didukung dengan adanya Pembekalan dan pelatihan design grafis.¹⁰⁰

⁹⁸ Wawancara pimpinan redaksi Kominfo Al-Amin Pabuwaran pada tanggal 27 November 2021

⁹⁹ Wawancara Divisi Instagram dan Facebook Kominfo Al-Amin Pabuwaran pada tanggal 27 November 2021

¹⁰⁰ Wawancara pimpinan redaksi Kominfo Al-Amin Pabuwaran pada tanggal 27 November 2021.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan bahwa *Instagram* tidak hanya digunakan sebagai sarana sosialisasi pondok namun sudah berkembang menjadi sarana sosialisasi pondok dan syiar dakwah yang dibalut dengan tampilan dakwah visual atau desain visual sehingga tampilan lebih menarik, terkonsep dan lebih bagus dari sebelumnya. Kominfo Al-Amin Pabuwaran membuat produk konten berupa *Dawuh guru, Quotes, Video Pesan Dakwah, Amalan sunnah, Yaumul milad, Rutinan*. Dari produk konten tersebut design visual yang digunakan berbeda-beda.

Pada perkembangan konten yang dipublikasikan Kominfo Al-Amin Pabuwaran terus berkembang dan mendapatkan *Feedback* baik dari *nitizen*. Hal tersebut menjadi apresiasi tersendiri bagi Kominfo Al-Amin Pabuwaran, bahwa semakin banyak respon *nitizen* yang baik maka tanggung jawab untuk selalu berkarya serta memberikan konten selalu terus ditingkatkan, hal tersebut juga menjadikan konten publikasi selalu menghadirkan nuansa serta design yang berbeda dari tahun ke tahun.

Bentuk evaluasi serta menjadi penunjang agar Kominfo Al-Amin Pabuwaran selalu berjuang dalam dakwah di media sosial. Dengan adanya evaluasi yang matang dari tim Kominfo Al-Amin Pabuwaran seperti Pengumpulan dan subtansi materi, Observasi *trend dan* Pembekalan dan pelatihan design grafis menjadikan dakwah yang dipublikasi bisa di terima oleh *nitizen* dan adanya regenerasi bagi keberlangsungan Kominfo Al-Amin Pabuwaran.

B. Saran

1. Diharapkan teknologi menjadi wadah bagi para dai, santri designer untuk menjadi salah satu media dalam mengajarkan kebaikan terhadap sesama.
2. Perlu adanya pemahaman terkait pentingnya Pengembangan dan Pengelolaan Media Dakwah Visual Di *Instagram* agar pesan dakwah tersampaikan dengan baik.



DAFTAR PUSTAKA


- Ahmadi, Dadi. 2008. "Interaksi Simbolik: Suatu Pengantar" *Jurnal Mediator Vol.9 No.2*.
- Akun *Istagram @ppqalaminpaburan* diakses pada tanggal 27 oktober 2021.
- Aziz, Moh. Ali. 2004. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Prenade Media Group.
- Azwar, Saifudin. 1998. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Belajar.
- Cenadi, Christine Suharto. 1999. *Elemen-Elemen Dalam Desain Komunikasi Visual*. Jakarta: UKP.
- Enjang dan Aliyudin. 2009. *Dasar-Dasar Ilmu Dakwah*. Bandung: Widya Padjadjaran.
- Fariyah, Irzum. 2013, "Media Dakwah Pop" *AT-TABSYIR Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*. Vol 1 No. 2. Juli – Desember.
- Hasil observasi kominfo Pondok Pesantren al-Qur'an al-Amin Pabuwaran pada tanggal 4 oktober 2021.
- Hasil wawancara saudara Burhan pembina Kominfo Al-Amin pada tanggal 28 November 2021.
- Hendratman, Hendi. 2017. *Computer Graphic Design*. Bandung: Informatika Bandung.
- Jefkins, Frank. 1997. *Periklanan*. Jakarta: Erlangga.
- Kafie, Jamaluddin. 1993. *Psikologi Dakwah*. Surabaya: Indah.
- Kurnia, Dewi Paramitha. 2011. *Desain Komunikasi Visual Sebagai Strategi Perancangan Promosi Kedai Kopi Espresso Bar Di Surakarta*, Diss. Universitas Sebelas Maret.
- Kusani, Mida Al. 2017. *Analisis Konten Dakwah Remaja Dalam Akun Instagram @Hanan_Attaki*. Skripsi. Purwokerto, Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
- Kusnadi. 2018. *Dasar Desain Grafis*. Tasikmalaya: Edu Publisher.
- Kusrianto, Adi. 2009. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta : Penerbit Andi.

- Ma'arif, Bambang S. 2010. *Komunikasi Dakwah Paradigma untuk Aksi*. Bandung; Simbiosis Rekatama Media.
- Masmuddin dan Efendi P. 2009. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Sulawesi Selatan: Read Institute Press.
- Matthew B. Miles, A. Michael Huberman. 1922. *Analisis Data Kualitatif*, terj. Tjetjep Rohendi Rohidi. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Moleong, Lexy J. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Munir, M. 2006. *Manajemen Dakwah*. Jakarta Kencana.
- Nasri. 2015. "Konsep Dakwah Dalam Pengembangan Masyarakat Islam". *Jurnal Ilmu Sosial dan Pengembangan Masyarakat*. Vol. VI No. 1. Januari -Juni
- Ni'mah, Nilhan. 2016. "Dakwah Komunikasi Visual" *Islamic Communication Journal*, Vol. 01, No. 01.
- Nugrahani, Farida. 2014. *metode penelitian kualitatif dalam penelitian pendidikan bahasa*.
- Pawit M. Yusup dan Priyo Subekti. 2010. *Teori dan Praktik Penelusuran Informasi*. Jakarta: Kencana Media Group.
- Prasetyo, Eko Budi. 2006. "Peran Ilustrasi Visual Dalam Pembelajaran". *Majalah Ilmiah 2 Vol.2. Oktober*
- Pujiriyanto. 2005. *Desain Grafis Komputer*. Yogyakarta: Andi.
- Said, Muhazzab. 2013. *Efektivitas Dakwah di Lembaga Permasyarakatan*. Sulawesi Selatan: Kampus.
- Sandra Moriarty dkk. 2011. *Advertising Penerjemah Triwibowo*. Jakarta: Kencana.
- Sanyoto, Ebd. 2009. *Nirmana: Elemen-elemen Seni dan Desain*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Saputra dan Harjani Hefni. 2013. *Metode Dakwah*. Jakarta: PT Prenada Media.
- Sidiq, Anwar. 2017. *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah (study akun @fuadbakh), Skripsi*. Lampung: Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Sihombing, Danton. *Tipografi Dalam Desain Grafis*. Jakarta: The Visual. 2002.

- Sumbo Tinarbuko, *DEKAVE Desain Komunikasi visual–Penanda Akhir Zaman Masyarakat Global*, (Yogyakarta: Caps, 2015), hlm.5.
- Suparta, Munzier. 2009. *Metode Dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Supriyono, Rakhmat. 2017. *Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta:CV. Andi Offset.
- Supriyono. 2010. *Desain Komunikasi Visual: Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: ANDI.
- Suryabrata, Sumadi. 2012. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Suyanto, M. 2004. *Aplikasi Desain Grafis untuk Periklanan*. Yogyakarta: ANDI.
- Syukur, Asmuni. 1983. *Dasar-dasar Strategi Islam*. Surabaya: Al-Ikhlash.
- Umar, Taha.2010. *Kiat Sukses Berdakwah dalam Pengajaran*. Bandung.
- Umatin Fadilah, dkk. 2014. *Pohon Dakwah 2*. Purwokerto: Mitra Media.
- Wawancara Divisi Instagram dan Facebook Kominfo Al-Amin Pabuwaran pada tanggal 27 November 2021
- Wawancara pimpinan redaksi Kominfo Al-Amin Pabuwaran pada tanggal 27 November 2021.
- Wirya, Iwan. 1999. *Kemasan yang Menjual*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama,
- Yaqub, Hamzah.1992. *Politik Islam*. Bandung: Diponegoro.
- Zaidan, Abdul Karim. 1983. *Dasar-dasar Ilmu Dakwah*. Jakarta: Media Dakwah.
- Zurkanain, Afrizal. 2018) *Penggunaan Desain Grafis Pada Majalah Hidayatullah Sebagai MediaDakwah Dalam Menarik Minat Baca Mad'u Di Bandar Lampung*. Skripsi. Lampung : Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.

LAMPIRAN 1

Blanko Bimbingan Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
 FAKULTAS DAKWAH
 Jalan Jenderal A. Yani, No. 40A Purwokerto 53126
 Telepon (0281) 636524 Faksimili (0281) 636553
 Website: www.iaipurwokerto.ac.id

BLANKO/ KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : YOGA TRI UTOMO
 NIM : 1423102085
 Jurusan/Prodi : DAKWAH/KPI
 Dosen Pembimbing : DUK USWATUDDUHAH, MA
 Judul Skripsi : KONSEP PEMBEMBINGAN DAN PENGELOMPOKAN MEDIA DAKWAH INSTAGRAM (studi kasus Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Amin Pabuaran)

NO.	BULAN	HARI / TANGGAL	MATERI BIMBINGAN *	TANDA TANGAN**	
				PEMBIMBING	MAHASISWA
1	Agustus	Senin, 2	proposal skripsi	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
2	September	Kamis, tanggal 9	Revisi proposal skripsi	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
3	September	Senin, tanggal 18	Metodologi penelitian	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
4	September	Sabtu, tanggal 25	Revisi para latarbelakang kurang lengkap	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
5	September	Sabtu, tanggal 2	Tata tulis diperbaiki	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
6	Oktober	Senin, 11	Revisi bab I dan II	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
7	Oktober	Kamis, 21	Revisi Bab III	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
8	Oktober	Jumat, 29	Revisi Bab IV	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
9	November	Sabtu, 20	Bab I-V	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
10	November	Sabtu, 27	Kuisi BAB I-V	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>

* Diisi Pokok-pokok bimbingan
 ** Diisi setiap selesai bimbingan

Purwokerto, 2021
 Pembimbing,
[Signature]
 Umi Anwarulillah, RPP
 NIP. 197703092003122061



LAMPIRAN 2

Sertifikat BTA-PPI

	<p>KEMENTERIAN AGAMA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO UPT MA'HAD AL-JAMI'AH Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53126 Telp : 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553, www.ainpurwokerto.ac.id</p>										
<h1>SERTIFIKAT</h1> <p>Nomor: B-205/In.17/UPT.MAJ/Sti.011/V/2018</p> <p>Diberikan oleh UPT Ma'had Al-Jami'ah IAIN Purwokerto kepada:</p> <p style="text-align: center;"><u>YOGA TRI UTOMO</u> 1423102085</p> <table border="1"><thead><tr><th>MATERI UJIAN</th><th>NILAI</th></tr></thead><tbody><tr><td>1. Tes Tulis</td><td>75</td></tr><tr><td>2. Tartil</td><td>70</td></tr><tr><td>3. Imla'</td><td>70</td></tr><tr><td>4. Praktek</td><td>75</td></tr></tbody></table> <p>Sebagai tanda yang bersangkutan telah LULUS dalam Ujian Kompetensi Dasar Baca Tulis Al-Qur'an (BTA) dan Pengetahuan Pengamalan Ibadah (PPI).</p> <p style="text-align: right;">Purwokerto, 21 Mei 2018 Mudir Ma'had Al-Jami'ah,  Drs. H. M. Mukti, M.Pd.I NIP. 19570521 198503 1 002</p> <p>NO. SERI: MAJ-R-2018-095</p>		MATERI UJIAN	NILAI	1. Tes Tulis	75	2. Tartil	70	3. Imla'	70	4. Praktek	75
MATERI UJIAN	NILAI										
1. Tes Tulis	75										
2. Tartil	70										
3. Imla'	70										
4. Praktek	75										



LAMPIRAN 3

Sertifikat Pengembangan Bahasa Arab



LAMPIRAN 4

Sertifikat Kuliah Kerja Nyata



LAMPIRAN 5

Sertifikat Ujian Aplikasi Komputer

SERTIFIKAT
APLIKASI KOMPUTER

KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
UPT TEKNOLOGI INFORMASI DAN PANGKALAN DATA
Alamat: Jl. Jend. Ahmad Yani No. 40A Telp. 0281-635624 Website: www.iainpurwokerto.ac.id Purwokerto 53126

IAIN PURWOKERTO

No. IN.17/UPT-TIPD/3633/XII/2021

SKALA PENILAIAN

SKOR	HURUF	ANGKA
86-100	A	4.0
81-85	A-	3.6
76-80	B+	3.3
71-75	B	3.0
65-70	B-	2.6

Diberikan Kepada:
YOGA TRI UTOMO
NIM: 1423102085

Tempat / Tgl. Lahir: Banjarnegara, 04 September 1996

Sebagai tanda yang bersangkutan telah menempuh dan **LULUS** Ujian Akhir Komputer pada Institut Agama Islam Negeri Purwokerto Program **Microsoft Office®** yang telah diselenggarakan oleh UPT TIPD IAIN Purwokerto.

MATERI PENILAIAN

MATERI	NILAI
Microsoft Word	75 / B
Microsoft Excel	75 / B
Microsoft Power Point	75 / B





Purwokerto, 01 Desember 2021
Kepala UPT TIPD

Dr. H. Fajar Hardoyono, S.Si, M.Sc
NIP. 19801215 200501 1 003



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

Nama : Yoga Tri Utomo
Tempat, Tanggal Lahir : Banjarnegara, 04 September 1996
NIM : 1423102085
Fakultas/Jurusan : Dakwah/Komunikasi dan Penyiaran Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Agama : Islam
Alamat : Blimbing, Rt 04/01 Kecamatan Mandiraja
Kabupaten Banjarnegara
Nomor Telepon : 082229373010
Status Martial : Belum Kawin
Nama Ayah : Rowatib
Pekerjaan : Petani
Alamat : Pesantren, Rt 02/03 Kecamatan Tambak
Kabupaten Banyumas
Nama Ibu : Riyati
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Alamat : Blimbing, Rt 04/01 Kecamatan Mandiraja
Kabupaten Banjarnegara

B. Pendidikan Formal

MI Al Ma'arif NU Blimbing : Tahun 2002 sampai 2008
SMP N 2 Mandiraja : Tahun 2008 sampai 2011
SMA N Purwareja Klampok : Tahun 2008 sampai 2014
UIN SAIZU Purwokerto : Tahun 2014 sampai 2021

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Purwokerto, 30 November 2021

Yang menyatakan,

Yoga Tri Utomo
NIM. 1423102085