

**DESAIN GRAFIS AKUN BERDAKWAH SEBAGAI MEDIA DAKWAH
(STUDI DESKRIPTIF TERHADAP MEDIA SOSIAL LINE)**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1**

Oleh :

**Andi Pranata
NIM. 11210112**

Pembimbing:

**Saptoni, S.Ag., M.A.
NIP. 197302211999031002**

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2016



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Marsda Adisucipto, Telp. 0274-515856, Yogyakarta 55281, E-mail: fd@uin-suka.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Nomor: UIN.02/DD/PP.00.9/ 171 /2016

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul:

DESAIN GRAFIS AKUN BERDAKWAH SEBAGAI MEDIA DAKWAH (STUDI
DESKRIPTIF DI MEDIA SOSIAL LINE)

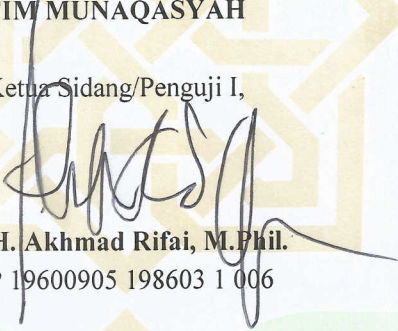
yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ANDI PRANATA
NIM/Jurusan : 11210112/KPI
Telah dimunaqasyahkan pada : Senin, 4 April 2016
Nilai Munaqasyah : 82,3 / B+


dan dinyatakan diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

TIM MUNAQASYAH

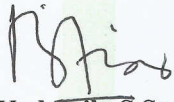
Ketua Sidang/Penguji I,


Dr. H. Akhmad Rifai, M.Phil.
NIP 19600905 198603 1 006

Penguji II,


Saptoni, S.Ag., M.A.
NIP 19730221 199903 1 002

Penguji III,


Ristiana Kadarsih, S.Sos., M.A.
NIP 19770528 200312 2 002

Yogyakarta, 12 April 2016

Dekan,





KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856
Yogyakarta 55281

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:
Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamu 'alaikum wr.wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk, dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Andi Pranata
NIM : 11210112
Judul Skripsi : Desain Grafis Akun Berdakwah sebagai Media Dakwah
(Studi Deskriptif di Media Sosial LINE)

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan/Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu. Dengan ini kami berharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 23 Maret 2016

Ketua Jurusan,

Khoiro Ummatin, S.Ag., M.Si.
NIP. 19710328 199703 2 001

Pembimbing,

Saptoni, S.Ag., M.A.
NIP. 197302211 199903 1 002

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Andi Pranata
NIM : 11210112
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul: Desain Grafis Akun Berdakwah sebagai Media Dakwah (studi deskriptif di media sosial LINE) adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka penyusun siap mempertanggungjawabkannya sesuai hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 23 Maret 2016

Yang menyatakan

Andi Pranata

NIM. 11210112



HALAMAN PERSEMBAHAN

Teruntuk

Tbu, yang cinta dan kasihnya tak terhingga

Bapak, inspirasi sepanjang hidup

Adek yang selalu hadir dengan doa

MOTTO

*“Kebaikan yang tidak terorganisir akan kalah oleh kejahatan yang terorganisir
dengan baik”*

(Ali Bin Abi Thalib)

Kata Pengantar

Puji dan syukur senantiasa penulis panjatkan pada Allah SWT, atas rahmat serta karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Desain Grafis Akun Berdakwah sebagai Media Dakwah (studi deskriptif tentang media sosial LINE)”. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Agung Muhammad Saw. beliau adalah inspirasi keteladanan yang paling baik dalam setiap kehidupan.

Kelancaran proses penulisan skripsi ini berkat arahan, bimbingan, dan petunjuk dari semua pihak, baik pada tahap penyusunan hingga terselesaikannya skripsi ini. Penulis dalam kesempatan ini menyampaikan ucapan terima kasih serta penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Dr. Nurjannah, M.Si., selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Khoiro Ummatin, S.Ag., M., selaku Ketua Jurusan yang telah banyak memberikan dorongan positif bagi penulis.
3. Saptoni, S.Ag., M.A. selaku Dosen Pembimbing Akademik serta Pembimbing Skripsi. Terima kasih atas bimbingan dan masukan-masukan demi kebaikan skripsi ini.
4. Seluruh dosen UIN Sunan Kalijaga, khususnya dosen Komunikasi Penyiaran Islam.
5. Teruntuk kedua orang tuaku Supianto dan Ibunda Yusliana, terima kasih atas motivasi dan do'amu selama ini. Keluarga besar tercinta, terima kasih atas segala kasih dan dukungannya.
6. Rekan-rekan KPI angkatan 2011, terutama teman-teman diskusi Lingkaran Kecil yang senantiasa meluangkan waktu untuk bertukar pikiran dan memberikan masukan dalam penyusunan skripsi ini.

7. Sahabat seperjuangan di SeCre Creative, Toni, Aris, Ifa, Sholeh, Habib, Fahmi, Mawar, Rian, Ima, Veve terimakasih banyak sudah bersedia menemani berkarya.
8. Saudara-saudara angkatku di Jogja, Bang Royan dan Bang Viky terimakasih banyak atas arahannya dan selalu ada dengan support dan doa.

Demikian ucapan terimakasih dari penulis, semoga Allah SWT. senantiasa memberikan balasan terbaik atas jasa-jasa yang telah diberikan baik di dunia maupun di akhirat.

Yogyakarta, 23 Maret 2016

Penulis

ABSTRAK

ANDI PRANATA 11210112. Desain Grafis Akun Berdakwah sebagai Media Dakwah (studi deskriptif tentang media sosial LINE). Skripsi. Yogyakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga, 2015.

Kecanggihan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin berkembang pada abad ke-21 ini membuat dakwah menjadi lebih mudah untuk disampaikan. Media sosial adalah salah satu perkembangan teknologi yang memiliki andil besar dalam kemudahan aktifitas dakwah. Dengan media sosial kita dapat berbagi informasi kepada banyak orang tanpa harus dibatasi ruang dan waktu sehingga dapat dimanfaatkan untuk melakukan aktifitas dakwah kepada siapa saja dan dimana saja. Salah satunya akun Berdakwah menggunakan aplikasi LINE yang dibuat oleh Sigit Haryo Yudanto. Akun Berdakwah ini berinovasi dalam melakukan dakwah dengan menggunakan desain grafis untuk menjawab tantangan zaman. Akun Berdakwah ini didesain dengan memperhatikan karakteristik mad'u yang cepat jenuh dan mudah bosan dalam menerima dakwah sehingga desain grafis dikemas dengan menarik dan inovatif.

Penelitian yang berjudul Desain Grafis Akun Berdakwah sebagai Media Dakwah (studi deskriptif tentang media sosial LINE) ini hadir dalam rangka memberikan pencerahan permasalahan di atas. Dalam hal ini, penulis mengkaji desain grafis dalam menyampaikan dakwahnya pada *posting*-an foto akhlak kepada Allah. Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Analisis data yang digunakan adalah analisis Miles dan Huberman, yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan berdasarkan teori unsur-unsur desain grafis dan prinsip-prinsip desain grafis.

Kesimpulannya, ada beberapa kekurangan dalam penerapan prinsip dan unsur desain grafis dalam akun Berdakwah. Tetapi secara keseluruhan desain grafis yang diterapkan mampu menciptakan dakwah yang inovatif yang mampu menarik perhatian *followers* untuk melihat, kemudian membaca, dan mem-*posting* ulang melalui akun pribadi kepada orang lain melalui media sosial LINE.

Kata Kunci: LINE, Dakwah, Akun Berdakwah, Desain Grafis

DAFTAR ISI

| | |
|---------------------------------|------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | ii |
| SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI | iii |
| SURAT PERNYATAAN KEASLIAN | iv |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | v |
| MOTTO..... | vi |
| KATA PENGANTAR | vii |
| ABSTRAK..... | ix |
| DAFTAR ISI..... | x |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |

BAB 1: PENDAHULUAN

| | |
|--------------------------------|----|
| A.Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B.Rumusan Masalah | 6 |
| C.Tujuan Penelitian..... | 6 |
| D.Kegunaan Penelitian | 7 |
| E.Telaah Pustaka..... | 7 |
| F.Kerangka Teori | 10 |
| G.Metode Penelitian | 17 |
| H.Sistematika Pembahasan | 21 |

BAB II: AKUN BERDEAKWAH LINE SEBAGAI MEDIA DAKWAH

- A. Profil LINE Akun Berdakwah 23
- B. Akun Berdakwah sebagai Media Dakwah 25

BAB III: KOMUNIKASI DESAIN GRAFIS PADA AKUN BERDAKWAH MEDIA SOSIAL LINE

- A. Akun Berdakwah dengan Judul “Dengan Siapa Kamu Berkawan” .. 33
- B. Akun Berdakwah dengan Judul “Untukmu yang Sedang Bersedih” 37
- C. Akun Berdakwah dengan Judul “Cemburu pada Rezeki Orang” 42
- D. Akun Berdakwah dengan Judul “Ketika Allah Mencintai Hambanya”
..... 46
- E. Akun Berdakwah dengan Judul “Ujian Setelah Bertaubat” 51
- F. Akun Berdakwah dengan Judul “JADDIDU IMANUKUM (Perbaiki Iman Kalian)” 55
- G. Akun Berdakwah dengan Tema Tentang Kecintaan Allah..... 58
- H. Akun Berdakwah dengan Judul “Meninggalkan Sesuatu karena Allah”
..... 61
- I. Akun Berdakwah dengan Judul “Menjaga Direi dari Kemaksiatan” .. 65
- J. Akun Berdakwah dengan Judul “Doa Malaikat di Pagi Hari..... 69
- K. Akun Berdakwah dengan Judul “TAAMMULAAT” 72
- L. Akun Berdakwah dengan Judul “Ikhlas dan Khusus” 75

BAB IV: PENUTUP

- A. Kesimpulan 79
- B. Saran 81

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 2.1 Akun Berdakwah..... | 24 |
| Gambar 3.1 desain grafis berjudul “dengan siapa kamu berkawan” | 33 |
| Gambar 3.2 desain grafis berjudul “untukmu yang sedang bersedih” | 37 |
| Gambar 3.3 desain grafis berjudul “cemburu pada rezeki orang” | 42 |
| Gambar 3.4 desain grafis berjudul “ketika Allah mencintai hambanya”..... | 46 |
| Gambar 3.5 desain grafis berjudul “ujian setelah bertaubat”..... | 51 |
| Gambar 3.6 desain grafis berjudul “JADDIDU IMANUKUM” | 55 |
| Gambar 3.7 desain grafis bertema kecintaan Allah | 58 |
| Gambar 3.8 desain grafis berjudul “meninggalkan sesuatu karena Allah”..... | 61 |
| Gambar 3.9 desain grafis berjudul “menjaga diri dari kemaksiatan” | 65 |
| Gambar 3.10 desain grafis berjudul “doa malaikat di pagi hari” | 69 |
| Gambar 3.11 desain grafis berjudul “tammulaat” | 72 |
| Gambar 3.12 desain grafis berjudul bertema ikhlas dan khusu’ | 75 |

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kehidupan modern utamanya ditandai dengan kemajuan pesat di bidang teknologi, melahirkan apa yang disebut globalisasi. Globalisasi ditandai dengan perkembangan teknologi komputer, informasi, dan transportasi.

Dampak dari globalisasi tersebut telah membawa perubahan terhadap perilaku kehidupan masyarakat di bidang politik, ekonomi, sosial, dan budaya.¹ Individu yang siap menghadapi globalisasi akan memanfaatkan kemajuan-kemajuan yang ada dengan bijaksana, sehingga globalisasi membawa dampak positif untuk dirinya. Lain halnya apabila individu tidak siap dengan kemajuan yang terjadi, maka globalisasi akan menjadi bumerang. Salah satu dampak yang paling merugikan adalah kemerosotan akhlak.

Banyak media yang bisa dimanfaatkan untuk menyampaikan kebenaran dan kebaikan Islam. Era munculnya aplikasi media sosial (FB, Twitter, Path, dsb) dan pesan instan (WA, LINE, BBM) saat ini pun turut dimanfaatkan untuk menyampaikan kajian-kajian Islam secara mudah, cepat dan tanpa batas. Baik media sosial maupun pesan instan keduanya adalah aplikasi yang terdapat dalam perangkat elektronik seperti *smartphone*, tablet, dan komputeryang dioperasikan dengan perantara jaringan internet. Salah

¹M. Imam Pamungkas, *Akhlaq Muslim Modern Membangun Karakter Generasi Muda*, (Bandung: Marja, 2012), hlm. 116.

satunya yang paling fenomenal adalah menggunakan LINE. Pengguna aktif aplikasi pesan instan LINE di Indonesia sudah mencapai angka lebih dari 30 juta. Jumlah tersebut merupakan pengguna terbanyak keempat di dunia setelah Jepang, Taiwan dan Thailand. "Secara global, pengguna LINE sudah mencapai 181 juta," kata ketua tim pemasaran LINE Indonesia, Galuh Candra Kirana di Jakarta.²

Di Indonesia Line juga menjadi salah satu jejaring sosial yang populer digunakan oleh masyarakat, hal tersebut dapat dilihat berdasarkan kutipan dari www.tempo.com tanggal 3 September 2013.³ Di zaman maju saat ini, media sosial LINE sudah menjadi kebutuhan sehari-hari semua kalangan dalam kegiatan berkomunikasi maupun menerima informasi. Sebab komunikasi dapat dilakukan dengan cepat, mudah, dan ekonomis baik skala nasional maupun internasional. Media sosial LINE juga digunakan untuk berlangganan informasi tertentu secara periodik.⁴

Line terus melakukan inovasi tiada henti hingga mengeluarkan layanan baru yang disebut Line@. Kini LINE tidak hanya berfungsi sebatas aplikasi pesan singkat, namun melalui produk baru LINE@ ini menunjukkan bahwa LINE sudah merambah fungsi sebagai salah satu aplikasi media sosial

²<http://www.suara.com/teknologi/2015/03/12/211315/pengguna-LINE-di-indonesia-tembus-30-juta> (diakses pada tanggal 14 Maret 2016).

³Farokatarina, F. Anastasia (2014) "*LINE Sebagai Media Penyampaian Pesan (Studi Deskriptif Mengenai Efektivitas Jejaring Sosial LINE Sebagai Media Penyampaian Pesan Kampanye WWF Tiggy Tiger Berdasarkan Perhitungan Customer Response Index Pada Pengguna LINE)*". Jurnal Ilmu Komunikasi. <http://e-journal.uajy.ac.id/6474/> (diakses pada tanggal 23 Desember 2015.)

⁴<http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/41132/5/Chapter%20I.pdf>, (diakses pada tanggal 30 Desember 2015).

dengan segala fitur yang mendukung aplikasi ini seperti dapat mem-*posting* konten secara berkala sehingga pengguna akun LINE bisa berlangganan informasi dengan menjadi *followers*. Line@ sangat cocok digunakan para bisnis untuk mengelola, berkomunikasi, dan berpromosi. Pemilik Line@ dapat memanfaatkan fitur *Timeline Sharing*, dimana para pelanggan atau *followers* Line@ dapat membagikan konten yang dipublikasikan oleh akun Line@, sehingga para teman dari pelanggan atau *followers* tersebut akan mendapat informasi yang sama. Fitur ini telah terbukti oleh akun Berdakwah yang berhasil mendapatkan 8.000 *followers* baru setiap harinya. Tanpa biaya apapun.⁵ Keberhasilan yang diraih akun Berdakwah pun menjadi kebanggaan dan keuntungan tersendiri untuk pendirinya.

Akun Berdakwah berdiri pada tanggal 25 Februari 2015 oleh Sigit Haryo Yudanto. Akun ini berinovasi dalam melakukan dakwah untuk menjawab tantangan zaman, karena terkadang orang jenuh dengan model dakwah yang *face to face* terlebih kalangan remaja yang harus didekati dengan sesuatu hal yang membuatnya tertarik. Akun Berdakwah ini dapat dilihat kapan saja dan di mana saja, sehingga siapapun bisa dengan mudah memperoleh ilmu agama meskipun sedang melakukan pekerjaan. Akun Berdakwah menyediakan berbagai informasi seputar dunia Islam baik itu tentang *fiqih*, *akhlak* dan nasihat serta kisah hikmah yang menginspirasi melalui konten-konten yang ditawarkan.

⁵Wawancara dengan Sigit H Yudanto, pemilik akun Berdakwah, 17 Maret 2016.

Keunggulan akun Berdakwah dibandingkan dengan akun-akun yang lain terletak pada cara penyampaian isi dakwahnya atau informasi tentang Islam yang dikemas dengan sangat ramah melalui penonjolan teknik desain grafis. Selain itu akun ini juga dilengkapi penjelasan yang detail dari setiap materinya yang bersumber dari berbagai kutipan ulama. Apabila dikaji lebih dalam sebenarnya akun Berdakwah telah menerapkan pula ilmu psikologi dakwah yaitu menyelami psikologis mad'u dan memanfaatkan media yang sedang populer digunakan, sehingga mudah diterima dan disukai banyak kalangan tanpa terlihat menggurui.

“Pada hakikatnya psikologi dakwah merupakan landasan dimana metodologi dakwah seharusnya dikembangkan. Psikologi dakwah membantu para da’I memahami latar belakang hidup naluriyah manusia sebagai makhluk individual maupun sebagai makhluk sosial. Dengan pemahaman tersebut da’I akan mampu memperhitungkan, mengendalikan serta mengarahkan perkembangan modernisasi masyarakat berdasarkan pengaruh teknologi modern yang positif.”⁶

Desain grafis merupakan salah satu disiplin ilmu yang penting dalam perkembangan teknologi komunikasi untuk melakukan kegiatan dakwah yang lebih kreatif sehingga menghasilkan media dakwah yang komunikatif. Di Indonesia desain grafis sangat diminati, terbukti telah banyak perguruan tinggi negeri atau swasta yang memiliki program-program studi yang mempelajari desain grafis lebih mendalam. Beberapa diantara manfaat desain grafis saat ini adalah untuk memberikan sarana-sarana yang mampu

⁶http://www.kompasiana.com/sangpernyata/pengertian-dan-ruang-lingkup-psikologi-dakwah_551021bd813311d738bc617d, diakses pada tanggal 30 Desember 2015.

mengapresiasikan suatu kegiatan atau suatu acara, dapat memberikan contoh atau iklan dengan ilustrasi-ilustrasi yang menarik, serta mampu menghasilkan suatu rancangan produk dengan lebih maksimal. Desain grafis juga dapat menjadi sarana komunikasi dan informasi yang memberikan data yang lebih jelas, mampu menjadikan hiburan dan mengeksplorasi keahlian dibidang desain.

Desain grafis membantu membentuk kemasan informasi dakwah menjadi karya yang dapat merubah pandangan seseorang menjadi lebih mudah memahami ajaran Islam. Unsur dalam sebuah desain grafis mulai dari garis, bentuk, warna, tipografi, ruang, dan fotografi yang diproduksi lewat sentuhan *mouse* dan *keyboard* akan saling mempengaruhi dan memperteguh satu sama lain, sehingga memiliki karakter tersendiri dalam penyajian. Sama halnya seperti akun Berdakwah. Desainernya memiliki kemampuan mengeksplorasi sebuah desain grafis dengan unsur-unsur grafis, sehingga dapat memancing sensasi, persepsi, sugesti, dan memperkaya imajinasi orang yang menerima informasi itu dalam berbagai bentuk seperti gambar, garis, simbol dan pesan. Terbukti dengan meningkatnya jumlah *followers* akun Berdakwah setiap saat.

Akun Berdakwah telah mempersiapkan materi-materi dakwah dalam bentuk desain grafis dengan sangat matang dan sangat kekinian. Penelitian ini akan mengkaji lebih dalam mengenai beberapa desain grafis konten akun Berdakwah, yaitu akhlak terutama Akhlak terhadap Sang Pencipta. Alasan pemilihan tema tersebut diantaranya dilihat dari

kepentingan perbaikan akhlak yang menjadi ujung tombak keberhasilan dunia dan akhiratnya manusia. Selain itu seluruh tema yang disajikan oleh akun Berdakwah, pembahasan mengenai tema akhlak cukup banyak diminati, terlihat dari respon *followers* pada periode 29 Januari – 07 Februari.

Desain grafis dan metode dakwah yang diterapkan oleh akun Berdakwah ini menunjukkan bahwa seluruh komponen dan segenap aspek yang menentukan atas keberhasilan dakwah harus ditata secara profesional dan disesuaikan dengan kondisi mad'u agar dapat menghasilkan kemasan dakwah yang benar-benar mampu memperbaiki dan maningkatkan semangat dan kesadaran yang tulus dalam mengaktualisasikan nilai-nilai ajaran Islam.

Penelitian ini akan mengkaji lebih dalam mengenai desain grafis yang digunakan akun Berdakwah sebagai metode dakwah yang ramah untuk menyampaikan kebaikan dan kebenaran Islam dengan sangat menarik. Sebagai bentuk kepentingan akan menjawab perubahan zaman dalam penggunaan *trend* teknologi khususnya pemanfaatan unsur-unsur desain grafis, yang kini keberadaan *software*-nya semakin berkembang, ide yang bermunculan juga semakin maju, dan marak digunakan oleh masyarakat dalam setiap aspek kegiatan, yang hampir semuanya membutuhkan seni desain grafis khususnya dalam melakukan dakwah Islam.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan deskripsi latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

Bagaimana desain grafis akun Berdakwah di media sosial LINE dalam penggunaan unsur-unsur desain sebagai media dakwah?

C. Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui unsur-unsur desain grafis yang digunakan oleh akun Berdakwah dalam menyampaikan dakwah melalui media sosial LINE.

D. Kegunaan Penelitian

1. Manfaat Teoretis

Harapan besar penelitian ini dapat menjadi salah satu literatur untuk penelitian selanjutnya. Selain itu juga dapat memberikan sumbangsih keilmuan dan menjadi bahan rujukan jurusan Komunikasi Penyiaran Islam khususnya mata kuliah Desain Komunikasi Visual.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan akun media sosial yang aktif melakukan aktifitas dakwah untuk memperhatikan konten desain grafis dari akun Berdakwah di media sosial LINE guna menarik jutaan pengguna akun media sosial lainnya untuk berlangganan informasi.

E. Kajian Pustaka

Penelitian yang mengkaji tentang desain grafis masih jarang ditemukan khususnya di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga sendiri, namun kini dunia desain grafis banyak dibutuhkan dalam berbagai bidang salah satunya sebagai media untuk bedakwah. Fakta rusaknya akhlak

manusia semakin ramai diperbincangkan bahkan meningkatkannya tindakan kriminalitas, diperlukan kecerdasan dalam menyampaikan pesan dakwah untuk memperbaiki perilaku manusia melalui kemajuan teknologi yang sedang populer di kalangan masyarakat. Oleh karena itu, topik mengenai desain grafis sebagai media dakwah semakin menarik untuk dipelajari lebih dalam. Terbukti dengan dijadikannya desain grafis sebagai jurusan atau mata kuliah di beberapa perguruan tinggi. Selain itu adanya penelitian yang bisa dijadikan sebagai tinjauan pustaka untuk penelitian kali ini, diantaranya:

Pertama, penelitian oleh Bayu Budi Utomo, mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, dengan judul *Konsep Desain Komunikasi Visual Website Muslim.or.id Sebagai Media Dakwah*” pada tahun 2014. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui konsep desain komunikasi visual website Muslim.or.id sebagai media dakwah.⁷

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Bayu Budi Utomo terletak pada objek penelitian dan fokus analisis yang dilakukan. Objek penelitian Bayu Budi Utomo adalah website Muslim.or.id dengan fokus analisis adalah desain komunikasi visual. Sedangkan objek penelitian pada skripsi ini adalah akun Berdakwah di media sosial LINE dengan penekanan pada konsep desain grafisnya sebagai media dakwah.

Kedua, penelitian yang masih berkaitan dengan desain grafis adalah penelitian yang dilakukan oleh Fitriana Maunah, mahasiswi jurusan

⁷ Bayu Budi Utomo, *konsep desain komunikasi visual website Muslim.or.id sebagai media dakwah*, skripsi tidak diterbitkan, (Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2014)

Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, dengan judul “*Konsep Desain Komunikasi Visual Rubrik Fashion pada Majalah Hijabella Edisi Januari 2015*” pada tahun 2015. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui tentang konsep desain komunikasi visual rubrik fashion pada majalah Hijabella edisi Januari 2015 dengan menggunakan analisis model Milles dan Hubberman.⁸ Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Fitriana Maunah terletak pada objek penelitian yang dilakukan. Objek penelitian Fitriana Maunah adalah rubrik fashion pada majalah Hijabella edisi Januari 2015 dengan fokus analisis pada unsur-unsur desain antara lain warna, ilustrasi dan tipografi dilihat dari dua prinsip desain komunikasi visual yaitu penekanan atau dominasi dan kesatuan (*unity*). Sedangkan objek penelitian pada skripsi ini adalah akun Berdakwah pada media sosial LINE dengan penekanan unsur-unsur desain grafis sebagai media dakwah.

Kajian pustaka ketiga adalah laporan tugas akhir D3 yang dilakukan oleh Nur Afni Hidayah mahasiswi Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Bahasa Dan Seni Universitas Negeri Semarang dengan judul “*Perancang Katalog Seni Grafis Sebagai Media Promosi Jurusan Seni Rupa FBS UNNES*” pada tahun 2011. Laporan tugas akhir ini ditulis dengan tujuan untuk menjelaskan konsep desain komunikasi visual katalog yang dirancang oleh mahasiswi tersebut sebagai tugas akhir. Perbedaan penelitian ini dengan laporan tugas akhir yang dilakukan oleh Nur

⁸ Fitriana Maunah, *Konsep Desain Komunikasi Visual Rubrik Fashion pada Majalah Hijabella Edisi Januari 2015*, skripsi tidak diterbitkan, (Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2015).

Afni Hidayah terletak pada objek tulisan. Penelitian ini menggunakan desain grafis akun Berdakwah sebagai objek penelitian sedangkan laporan tugas akhir Nur Afni Hidayah menggunakan karya tugas akhirnya sendiri berupa katalog studio seni grafis sebagai objek yang dianalisis.

F. Kerangka Teori

1. Unsur-unsur Komunikasi Grafis

Grafis memiliki unsur-unsur yang dapat digabungkan dan dirancang dengan baik untuk menghasilkan sebuah media komunikasi yang komunikatif dan sugestif. Seorang desainer dituntut memiliki kemampuan untuk memadukan antara unsur yang satu dengan unsur yang lain sehingga menghasilkan satu kesatuan visualisasi yang menarik, komunikatif. Unsur-unsur komunikasi grafis yang vital adalah sebagai berikut:⁹

a) Garis

Garis dianggap sebagai unsur visual yang banyak berpengaruh terhadap pembentukan suatu objek sehingga garis selain dikenal sebagai goresan atau coretan, juga menjadi batas limit suatu bidang atau warna. Ciri khas garis adalah terdapatnya arah serta dimensi memanjang. Garis dapat tampil dalam bentuk lurus, lengkung, gelombang, zigzag, dan lainnya. Kualitas garis ditentukan oleh tiga hal, yaitu orang yang membuatnya, alat yang digunakan serta bidang dasar tempat garis digoreskan.¹⁰

⁹ Pujiriyanto, *Desain Grafis Komputer Teori Grafis Komputer*, (Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 2005) hlm. 37.

¹⁰ Adi Kusrianto, *Pengantar Desain Komunikasi Visual*, (Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 2007) hlm. 30.

b) Titik

Titik adalah salah satu unsur visual yang wujudnya relatif kecil, dimana dimensi memanjang dan melebarnya dianggap tidak berarti. Titik cenderung ditampilkan dalam bentuk kelompok, dengan variasi jumlah, susunan, dan kepadatan tertentu.¹¹

c) Bidang

Bidang merupakan unsur visual yang berdimensi panjang dan lebar. Ditinjau dari bentuknya, bidang bisa dikelompokkan menjadi dua, yaitu bidang geometri/beraturan dan bidang non geometri alias tidak beraturan. Bidang geometri adalah bidang yang relatif mudah diukur luasannya, sedangkan bidang non geometri merupakan bidang yang relatif sukar diukur luasannya. Bidang bisa dihadirkan dengan menyusun titik maupun garis dalam kepadatan tertentu, dan dapat pula dihadirkan dengan mempertemukan potongan hasil goresan satu garis atau lebih.¹²

d) Warna

Warna adalah hal yang pertama dilihat oleh seseorang (terutama warna *background*). Warna akan membuat kesan atau *mood* untuk keseluruhan gambar/grafis. Warna merupakan unsur penting dalam grafis karena dapat memberikan dampak psikologis kepada orang yang melihat. Warna mampu memberikan sugesti yang mendalam pada manusia. Dalam komunikasi grafis, penggunaan warna perlu ditata dan disusun dengan tepat sehingga

¹¹ Ibid., hlm. 30.

¹² Ibid., hlm. 30.

menimbulkan suasana, mempengaruhi luas kehidupan manusia sekaligus sebagai lambang psikologis.¹³

Adapun warna dikelompokkan menjadi tiga macam, yakni warna primer, sekunder dan tersier. Warna primer adalah warna yang menjadi pedoman setiap orang untuk menggunakannya. Untuk grafis, yang dipakai adalah pigmen yang terdiri dari biru (*cyan*), merah (*magenta*), dan kuning (*yellow*). Pada foto dan grafis komputer, warna pokok cahaya terdiri dari *red*, *green* dan *blue* (RGB). Dalam komputer, warna-warna yang pertama *cyan*, *magenta*, dan *yellow* masih ditambahkan warna *key* (hitam) sehingga dikenal istilah CMYK.

Kedua adalah warna sekunder yang merupakan percampuran antara warna primer, seperti campuran merah dan biru menghasilkan warna ungu, merah dan kuning menghasilkan warna oranye/ jingga dan campuran warna kuning dan biru menghasilkan warna hijau.

Ketiga adalah warna tersier yang merupakan pencampuran antara warna sekunder dengan primer. Seperti Merah + ungu = merah ungu, Ungu + biru = ungu biru, Biru + hijau = hijau biru, Hijau + kuning = kuning hijau, Kuning + oranye = oranye kuning.

Kemudian di dalam warna terdapat dimensi warna yang merupakan sifat-sifat dasar dari warna itu sendiri. Menurut *The Prang System*, warna dapat dibagi menjadi tiga dimensi, yaitu pertama, *Hue*, berkaitan dengan pembedaan warna, termasuk di dalamnya warna primer, sekunder dan tersier.

¹³Pujiriyanto, *Desain Grafis Komputer*, hlm. 43.

Kedua, *Value*, berkait dengan terang-gelapnya warna, menunjukkan kualitas sinar yang direfleksikan oleh sebuah warna atau menunjukkan gelap terangnya warna, dilakukan dengan menambahkan warna putih atau hitam. Ketiga, *Intensity*, berkait dengan cerah-suramnya warna, menunjukkan kuat lemahnya warna. Pengurangan intensitas dicapai dengan mencampur atau menambah warna murni dengan warna-warna netral seperti putih, hitam, abu-abu, atau dengan warna-warna komplemen.¹⁴

e) Tipografi

Secara definisi, yang dimaksud tipografi adalah seni dalam memilih, menyusun, dan mengatur tataletak huruf dan jenis huruf untuk keperluan pencetakan atau reproduksi. Dikatakan pula tipografi adalah seni memilih jenis huruf dari sekian banyak jumlah huruf yang tersedia untuk digabungkan dengan jenis huruf yang berbeda serta menggabungkan sejumlah kata dalam ruang yang tersedia.¹⁵ Rangkaian huruf dalam sebuah kata atau kalimat bukan saja bisa berarti suatu makna yang mengacu kepada sebuah objek ataupun gagasan, tetapi juga memiliki kemampuan untuk menyuarakan suatu citra ataupun kesan secara visual. Hal itu dikarenakan terdapatnya nilai fungsional dan nilai estetika dalam suatu huruf. Pemilihan suatu huruf disesuaikan dengan citra yang ingin diungkapkan.¹⁶

¹⁴Ibid. Hlm. 45.

¹⁵ Indiria Maharsi, *Tipografi : Tiap Font Memiliki Nyawa dan Arti*, (Yogyakarta: CAPS, 2013), hlm. 2.

¹⁶ Kusrianto, *Pengantar Desain*, hlm. 191.

f) Fotografi

Fotografi adalah seni dan proses penghasilan gambar dengan cahaya pada film atau permukaan yang dipekakan.¹⁷ Karya fotografi merupakan salah satu elemen dari desain grafis. Fungsinya sama seperti gambar, lukisan, maupun ornamen dekoratif, yaitu memberikan hiasan atau ilustrasi. Sebagai elemen, foto dapat menjadi fokus utama dari sebuah desain grafis. Namun demikian, foto yang mampu berdiri sendiri dalam membawakan pesan sangatlah terbatas. Secara minimum, ia didampingi unsur teks guna memperkuat pesan yang ingin disampaikan.¹⁸

2. Prinsip-prinsip Desain Grafis

Untuk menghasilkan desain yang berkualitas diperlukan pertimbangan yang cerdas dalam mengorganisasikan elemen-elemen grafis sesuai dengan prinsip-prinsip desain. Prinsip-prinsip desain tersebut antara lain kesederhanaan, keseimbangan, penekanan, ritme, dan kesatuan.¹⁹

a) Kesederhanaan

Kesederhanaan mengandung pengertian bahwa apa yang disajikan adalah yang paling penting atau prinsipil sehingga tidak terkesan berlebihan.²⁰

¹⁷ Nunus Supardi, *Pedoman Teknis Fotografi Benda Cagar Budaya*, (Jakarta: Direktorat Jenderal Kebudayaan, 2000), hlm. 3.

¹⁸ Kusrianto, *Pengantar Desain*, hlm. 119.

¹⁹ Pujiriyanto, *Desain Grafis Komputer*, hlm. 92.

²⁰ *Ibid*, hlm 92.

b) Keseimbangan (*Balance*)

Keseimbangan atau *balance* adalah pembagian sama berat, baik secara visual maupun optik. Komposisi desain dapat dikatakan seimbang apabila objek dibagian kiri dan kanan terkesan sama berat. Ada dua pendekatan untuk menciptakan *balance*. Pertama dengan membagi sama berat kiri-kanan atau atas-bawah secara simetris atau setara, disebut **keseimbangan formal** (*formal balance*). Keseimbangan yang kedua adalah **keseimbangan asimetris** (*informal balance*), yaitu penyusunan elemen-elemen desain yang tidak sama antara sisi kiri dan sisi kanan namun terasa seimbang.²¹

c) Penekanan

Prinsip penekanan memberi pengertian bahwa tidak semua unsur grafis adalah sama pentingnya dan perhatian pembaca harus difokuskan pada titik fokus.

d) Irama (rhythm)

Irama adalah pola *layout* yang dibuat dengan cara menyusun elemen-elemen visual secara berulang-ulang. Irama visual dalam desain grafis dapat berupa repetisi dan variasi. Repetisi adalah irama yang dibuat dengan penyusunan elemen berulang kali secara konsisten. Sementara itu, variasi adalah perulangan elemen visual disertai perubahan bentuk, ukuran, atau posisi.

²¹ Kusrianto, *Pengantar Desain*, hlm. 89-90.

e) Kesatuan

Mengandung pengertian semua bagian dan unsur grafis bersatu-padu dan serasi sehingga pembaca memahaminya sebagai suatu kesatuan.²²

Kesatuan diperlukan dalam suatu karya grafis yang mungkin terdiri dari beberapa elemen di dalamnya. Dengan adanya kesatuan itulah, elemen-elemen yang ada saling mendukung sehingga diperoleh fokus yang dituju.

3. Desain Grafis sebagai Media Dakwah

Dilihat dari segi etimologi, media adalah bentuk dari kata medium yang berarti alat, perantara, penyambung atau penghubung antara dua aspek, yang berarti sesuatu yang dapat sebagai alat atau perantara untuk mencapai tujuan.²³ Sedangkan dakwah secara etimologi berasal dari bahasa Arab yang berarti panggilan, ajakan atau seruan,²⁴ secara terminologi dakwah adalah mengajak manusia dengan hikmah kebijaksanaan untuk mengikuti petunjuk Allah dan Rasul-Nya.²⁵ Dengan demikian media dakwah adalah alat yang digunakan untuk mengemas pesan dan menyampaikan dakwah kepada sasaran dakwah.

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. *Pertama* objek dakwah atau materi yang disampaikan, *kedua* juru dakwah atau da'I,

²²Pujiriyanto, *Desain Grafis Komputer*, hlm. 92.

²³Asmuni Syukur, *Dasar-dasar Strategi Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlash, 1983), hlm. 163.

²⁴Ibid, hlm.17.

²⁵Ibid, hlm.19.

ketiga penerima dakwah atau mad'u, *keempat* metodik atau uslub, sedangkan yang *kelima* media atau wasilah.²⁶ Menurut Hamzah Ya'qub, media atau wasilah dakwah dapat diklasifikasikan menjadi lima golongan, yaitu:

1. Lisan : Golongan yang termasuk di dalamnya adalah khotnah, ceramah, kuliah, diskusi, seminar, musyawarah, nasehat.
2. Lukisan : Gambar-gambar hasil seni lukis, foto, film cerita, kaligrafi, dan lain-lain
3. Tulisan : Buku-buku, majalh-majalah, surat kabar, bulletin, risalah, pamflet, spanduk, dan lain-lain.
4. Audio visual : Yaitu suatu cara penyampaian yang merangsang penglihatan dan pendengaran. Seperti radio dan televisi
5. Akhlaq : Suatu cara penyampaian yang langsung ditujukan dengan perbuatan nyata.²⁷

Berdasarkan klasifikasi media dakwah yang telah dirumuskan oleh Hamzah Ya'qub diatas, akun Berdakwah di media sosial LINE yang *posting* materi-materi dakwah adalah salah satu media dakwah. Sosial media termasuk dalam klasifikasi lukisan, karena didalam akun Berdakwah pada media sosial LINE di-*posting* gambar-gambar desain yang kemudian

²⁶ Abdul Karim Zaidan, *Dasar-dasar Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Media Dakwah, 1983), hlm. 17-22.

²⁷ Hamzah Ya'qub, *Publisistik; Teknik Berdakwah dan Leadership*, (Bandung: CV. Diponegoro, 1981), hlm.47-68.

dilengkapi dengan artikel-artikel yang dapat dibaca. Penggunaan sosial media sebagai media dakwah merupakan salah satu upaya agar memudahkan da'i atau umat muslim untuk menyebarkan pesan-pesan dakwah kepada *audience*.

G. Metode Penelitian

1. Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini terletak pada desain grafis akun Berdakwah di media sosial LINE dengan penekanan unsur-unsur desain grafis antara lain garis, bentuk, warna, tipografi, ruang dan fotografi dilihat dari prinsip-prinsip desain grafis yaitu kesederhanaan, keseimbangan, penekanan, irama dan kesatuan. Dengan menelaah unsur-unsur desain dari lima prinsip tersebut, peneliti dapat mengetahui konsep desain grafis yang digunakan akun Berdakwah di media sosial LINE.

2. Jenis Penelitian

Penelitian ini akan membahas mengenai bagaimana desain grafis akun Berdakwah di media sosial LINE dalam penggunaan unsur-unsur desain grafis sebagai media dakwah, maka pembahasan tersebut termasuk kepada penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Menurut Itherton dan Klemmack penelitian dekskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran tentang suatu masyarakat atau kelompok orang tertentu atau gambaran tentang suatu gejala atau hubungan antara dua gejala atau lebih.²⁸

²⁸ Artherton dan Klemmack dalam Irawan Soehartono, *Metode Penelitian Sosial Suatu Teknik Penelitian Bidang Kesejahteraan Sosial dan Ilmu Sosial Lainnya*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2011), hlm. 25.

3. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek penelitian

Subjek penelitian merupakan sumber tempat kita memperoleh keterangan penelitian atau sesuatu yang mengenainya dapat diperoleh keterangan. Adapun Subjek penelitian ini adalah akun Berdakwah di media sosial LINE.

b. Objek penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah desain grafis yang dijadikan media komunikasi dalam berdakwah pada akun Berdakwah di media sosial LINE. Adapun karakteristik objek penelitian yang akan dilakukan penulis adalah sebagai berikut:

- 1) Objek yang diteliti adalah konten yang mendapat respon like lebih dari 500 pengguna akun LINE yang aktif.
- 2) Objek yang diteliti adalah konten yang berisi informasi dunia Islam tentang *akhlak* dan nasehat.
- 3) Objek yang diteliti adalah konten yang diupload antara 29 Januari 2016 sampai 10 Februari 2016
- 4) Objek yang diteliti adalah konten yang memiliki unsur desain grafis

4. Metode Pengumpulan Data

1. Metode dokumentasi

Metode ini digunakan untuk mengetahui semua data yang sudah diposting ke akun Berdakwah untuk mengetahui hal-hal yang berkaitan dengan

desain grafis yang digunakan dalam akun Berdakwah. Penulis akan mengumpulkan data melalui dokumentasi seperti *print out* tampilan akun Berdakwah di media sosial LINE guna mengetahui unsur-unsur desain yang digunakan untuk kemudian dianalisis berdasarkan prinsip-prinsip desain grafis.

2. Metode wawancara

Metode ini digunakan untuk mengetahui data yang tidak tertulis dalam dokumen yang telah didokumentasikan. Penulis akan mengajukan pertanyaan kepada pendiri akun Berdakwah melalui wawancara pembicaraan informal terkait konsep desain grafis yang diterapkan oleh akun Berdakwah.

5. Analisis Data

Teknik analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah analisis model Milles dan Huberman. Penerapan analisa data tersebut dalam penelitian ini terdiri dari tiga alur, yaitu:

a. Reduksi data

Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian, pengabstraksian dan pentransformasian data kasar dari lapangan. Reduksi dapat dilakukan dengan merangkum atau mengklasifikasikan data berdasarkan unsur-unsur desain grafis yaitu garis, titik, warna, bidang, tipografi dan fotografi.

b. Penyajian data

Penyajian data yaitu menyajikan data yang diperoleh melalui observasi dan disusun secara sistematis sehingga tersusun gambaran yang jelas dan sistematis tentang data yang dihasilkan dari penelitian yang dilakukan.

c. Penarikan kesimpulan

Penarikan kesimpulan adalah kegiatan penggambaran secara utuh dari objek yang diteliti, proses penarikan kesimpulan berdasarkan penggabungan informasi yang telah disusun dalam penyajian data. Melalui informasi tersebut, peneliti dapat melihat apa yang telah ditelitinya dan menentukan kesimpulan yang benar sebagai objek penelitian.²⁹

6. Keabsahan Data

Ketika proses penemuan data dan informasi ditemukan yang kemudian menjadi sumber penyusunan penelitian ini, sangat memungkinkan sekali terjadi kesalahan fahaman atau tidak validnya suatu informasi, karena informasi yang didapatkan banyak dan bervariasi. Oleh karena itu, untuk mencapai tujuan yang diinginkan yakni mengetahui desain grafis yang digunakan oleh akun Berdakwah sebagai media dakwah, maka diperlukan suatu teknik untuk memeriksa keabsahan data yaitu *ketekunan pengamatan*. Teknik ketekunan pengamatan bermaksud menemukan ciri-ciri dan unsur-unsur dalam situasi yang sangat relevan dengan persoalan atau isu yang sedang dicari dan kemudian memusatkan diri pada hal-hal tersebut secara rinci.³⁰

H. Sistematika Penulisan

Isi skripsi terdiri dari tiga bagian, yaitu: bagian awal, bagian utama, dan bagian akhir. Dalam sistematika pembahasan, bagian awal merupakan

²⁹ Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman, *Analisis Data Kualitatif*, terj. Tjetjep Rohendi Rohidi (Jakarta: Universitas Indonesia, 1992) hlm. 16-20.

³⁰ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), hlm. 329.

halaman judul, nota dinas dan pengesahan, halaman motto dan persembahan, kata pengantar, daftar isi serta abstraksi. Adapun bagian utama terdiri dari empat bab, yaitu:

Bab I, merupakan bab pengantar untuk bab-bab yang selanjutnya yang akan menjelaskan secara umum. Bab ini berisikan pendahuluan, latar belakang masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, dan sistematika penulisan.

Bab II, akan membahas mengenai gambaran umum tentang akun Berdawah yang meliputi sejarah berdirinya, struktur organisasi akun Berdawah dan visi misinya. Kemudian peneliti akan memaparkan survei umum materi akun Berdawah di Indonesia.

Bab III, yaitu merupakan bab yang paling penting, karena pada bab ini akan menjawab pertanyaan dari rumusan masalah. Bab III akan menjelaskan hasil penelitian penulis tentang komunikasi melalui desain grafis pada akun Berdawah ditinjau dari teori unsur-unsur dan prinsip desain grafis tentang kesederhanaan, keseimbangan, penekanan, irama dan kesatuan.

Bab IV, bab ini merupakan bab terakhir yang akan menjadi penutup dari skripsi yang disusun. Berisikan kesimpulan hasil penelitian dan saran.

Bagian akhir dari skripsi ini memuat tentang daftar pustaka dan lampiran-lampiran.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari pembahasan dan uraian yang telah dibahas pada Bab III, maka dapat diambil kesimpulan mengenai desain grafis akun Berdakwah di media sosial LINE sebagai berikut:

Desain grafis yang digunakan pada konten akun Berdakwah di media sosial LINE lebih didominasi oleh prinsip kesederhanaan, keseimbangan, penekanan, dan kesatuan. Sedangkan prinsip irama hanya ditemukan satu kali pada konten berjudul “meninggalkan sesuatu karena Allah”. Unsur-unsur desain grafis pada konten yang dianalisis penulis ini menjadi pendukung utama dalam menganalisis prinsip-prinsip desain grafis. Unsur-unsur tersebut adalah garis, titik, bidang, warna, tipografi dan fotografi.

Prinsip yang pertama adalah kesederhanaan yang pada desain grafis akun Berdakwah ini memiliki fungsi untuk membuat desain tampak simpel dan sederhana sehingga nyaman dilihat dan isi pesan mudah untuk dipahami. Prinsip ini diperlukan untuk menjaga ketersediaan *followers* dalam berlangganan informasi melalui desain grafis karena tidak membutuhkan waktu banyak untuk mengerti dan memahami isi pesan yang disampaikan.

Kekurangan akun Berdakwah dalam menerapkan prinsip kesederhanaan dapat dilihat dari terdapatnya beberapa konten menggunakan unsur-unsur yang kurang akurat dalam meningkatkan daya tarik sehingga dibutuhkan unsur pendukung yang mampu menjadikan desain lebih menarik. Hal tersebut dapat

dilihat pada desain grafis gambar 3.6 dimana unsur tipografi mendominasi komposisi desain dan menjadikan unsur fotografi menjadi tidak penting. Kemudian pada gambar 3.8 justru menerapkan hal sebaliknya dimana ilustrasi yang dibangun oleh beberapa elemen animasi seperti titik dan warna menjadi berlebihan sehingga menimbulkan kesan jenuh. Prinsip sederhana pada gambar 3.8 hanya ditunjukkan oleh unsur tipografi.

Kedua, adalah prinsip keseimbangan. Prinsip keseimbangan ini berfungsi menjadikan semua unsur-unsur yang digunakan terlihat proporsional. Akun Berdakwa telah menerapkan dengan baik prinsip keseimbangan sehingga semua unsur yang digunakan terlihat serasi.

Ketiga, adalah prinsip penekanan dimana prinsip ini berfungsi menekan unsur-unsur tertentu dikelola secara khusus agar pesan utama dapat tersampaikan. Akun Berdakwa menerapkan prinsip penekanan di hampir semua desain grafis yang digunakan terutama unsur tipografi yang memang digunakan sebagai sumber pesan utama. Terdapat satu konten yang menunjukkan prinsip penekanan melalui unsur fotografi yaitu pada konten berjudul “menjaga diri dari kemaksiatan” sehingga unsur fotografi sangat berpengaruh sebagai penguat pesan.

Keempat, adalah prinsip irama atau *rhythm* yang berfungsi sebagai variasi pada ilustrasi agar lebih menarik dalam mendukung informasi utama. Namun akun Berdakwa tidak banyak menerapkan prinsip tersebut. Prinsip irama hanya didapati pada gambar 3.8 berupa animasi bintang dan awan untuk mendukung ilustrasi suasana malam.

Prinsip desain grafis yang kelima pada akun Berdakwah adalah prinsip kesatuan. Pada dasarnya semua unsur desain grafis berperan dalam mendukung tujuan agar informasi yang disampaikan menjadi lengkap dan jelas. Melalui penerapan prinsip kesatuan dalam desain grafis, akun Berdakwah berhasil mengemas semua unsur menjadi satu sehingga menjadi desain yang menarik dan mampu menyampaikan pesan secara efektif. Namun pada penelitian ini terdapat satu konten yang melemahkan prinsip kesatuan yaitu konten dengan judul “taammulaat”. Konten yang dapat dilihat pada gambar 3.11 tidak berhasil menyatukan unsur fotografi sebagai ilustrasi dengan unsur tipografi sehingga mengakibatkan pesan yang disampaikan menjadi berat untuk dimengerti.

B. Saran-saran

1. Bagi organisasi, lembaga, badan Islam, atau perorangan yang ingin menyampaikan dakwah melalui media sosial, akun Berdakwah ini dapat dijadikan sebagai contoh yang baik dan menarik baik dari segi materi ataupun desain grafis kontennya.
2. Bagi semua umat muslim terutama anak muda yang aktif di media sosial dan memiliki akun media sosial LINE disarankan untuk mem-*follow* akun Berdakwah dan mengikuti informasi-informasi yang disajikan karena banyak informasi menarik dan bermanfaat yang berkaitan dengan kehidupan kita sehari-hari.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- AR, Zahrudin dan Hasanuddin Sinaga, *Pengantar Studi Akhlaq*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004.
- Artherton dan Klemmack dalam Irawan Soehartono, *Metode Penelitian Sosial Suatu Teknik Penelitian Bidang Kesejahteraan Sosial dan Ilmu Sosial Lainnya*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2011.
- Irawan Soehartono, *Metode Penelitian Sosial Suatu Teknik Penelitian Bidang Kesejahteraan Sosial dan Ilmu Sosial Lainnya*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2011.
- Kusrianto, Adi, *Pengantar Desain Komunikasi Visual*, Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 2007.
- Listiana Catur, Sandra, dkk., *Teknologi Industri Media dan Perubahan Sosial*, Malang: Pascasarjana UMM, 2010
- Maharsi, Indria, *Tipografi: Tiap Font Memiliki Nyawa dan Arti*, Yogyakarta: CAPS, 2013.
- Miles B., Matthew dan A. Michael Huberman, *Analisis Data Kualitatif*, terj. Tjetjep Rohendi Rohidi, Jakarta: Universitas Indonesia, 1992.
- Moleong J., Lexy, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013.
- Mulyanta S., Edi, *Teknik Modern Fotografi Digital*, Yogyakarta: Percetakan Andi, 2007.
- Pamungkas M., Imam, *Akhlaq Muslim Modern Membangun Karakter Generasi Muda*, Bandung: Marja, 2012.
- Pujrianto, *Desain Grafis Komputer Teori Grafis Komputer*, Yogyakarta: Andi, 2005.
- Supardi, Nunus, *Pedoman Teknis Fotografi Benda Cagar Budaya*, Jakarta: Direktorat Jenderal Kebudayaan, 2000.
- Syukur, Asmuni, *Dasar-dasar Strategi Islam*, Surabaya: Al-ikhlas, 1983.
- Ya'qub, Hamzah, *Publisistik, Teknik Berdakwah dan Leadership*, Bandung: CV. Diponegoro, 1981.

Zaidan, Abdul Karim, *Dasar-dasar Ilmu Dakwah*, Jakarta: Media Dakwah, 1983.

Sumber Penelitian Skripsi:

Budi Utomo, Bayu, *Konsep Desain Komunikasi Visual Website Muslim.or.id Sebagai Media Dakwah*, skripsi tidak diterbitkan, Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2014.

Fitriana, Maunah, *Konsep Desain Komunikasi Visual Rubrik Fashion pada Majalah Hijabella Edisi Januari 2015*, Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2015.

Sumber Laporan Tugas Akhir

Hidayah, Nur Afni, *Perancang Katalog Seni Grafis Sebagai Media Promosi Jurusan Seni Rupa FBS UNNES*, Semarang: Universitas Negeri Semarang, 2011.

Sumber Website:

<http://www.suara.com/tekno/2015/03/12/211315/pengguna-LINE-di-indonesia-tembus-30-juta> diakses pada tanggal 30 Desember 2015.

<http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/41132/5/Chapter%20I.pdf>, diakses pada tanggal 30 Desember 2015.

http://www.kompasiana.com/sangpermata/pengertian-dan-ruang-lingkup-psikologi-dakwah_551021bd813311d738bc617d, diakses pada tanggal 30 Desember 2015.

<http://e-journal.uajy.ac.id/6474/> diakses pada tanggal 23 Desember 2015.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

Nama : Andi Pranata
Tempat/Tgl. Lahir : Sei Simujur, 6 Januari 1992
Alamat : Jl. Adhiyaksa II No. 1A Banteng Baru, Condong
Catur, Depok, Sleman, Yogyakarta
No Tlp : 085200885007
Email : andipranata07@gmail.com
Nama Ayah : Supianto
Nama Ibu : Yusliana

B. Riwayat pendidikan

1. SDN 010222 Sei Simujur, Sei Suka, Tahun Lulus : 2003
2. SMPN 1 Sei Suka, Kab. Batubara, Tahun Lulus : 2006
3. SMA Mitra Inalum, Sei Suka, Kab. Batubara,
Tahun Lulus : 2009

C. Pengalaman Kerja

1. Waiters di Ngeban Resto (Mei – Juli 2011)
2. Penyelenggara event “*Romantic Tunes Concert*” (21 Februari 2015)
3. Penyelenggara event “*Romantic Tunes 2*” (20 Februari 2016)

Yogyakarta, 24 Maret 2016

Andi Pranata

SURAT PERNYATAAN BEBAS PUSTAKA

DI LUAR UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama Lengkap : Andi Pranata
Nomor Induk Mahasiswa : 11210112
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Tanggal Lulus : 4 April 2016
Alamat : Jl. Adhiyaksa II No. 1A Banteng Baru, Condong
Catur, Depok, Sleman, Yogyakarta

Dengan ini menyatakan bahwa saya tidak mempunyai pinjamman buku di perpustakaan UGM, UNY, UII, Perpustakaan Daerah (Perpusda) Yogyakarta dan perpustakaan lainnya.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, apabila tidak sesuai dengan pernyataan, maka saya siap menerima sanksi dengan peraturan yang berlaku.

Yogyakarta, 4 April 2016

Yang Menyatakan,




Andi Pranata
NIM 11210112