

**KONSEP *FLAT DESIGN* PADA PADA KARYA VISUAL AKUN  
INSATAGRAM @RUMAYSHOCOM**



**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah Dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Untuk Memenuhi Sebagai Syarat-syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Strata I

Disusun Oleh:

Achmad Mujahid Syayaf

NIM 11210047

Pembimbing:

Dr. H. M. Kholili, M. Si

NIP 19590408 198503 1 005

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN  
PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA  
2018**



**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 : B- 1631/Un.02/DD/PP.05.3/08/2018

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul:

**KONSEP FLAT DESIGN PADA KARYA VISUAL AKUN INSTAGRAM  
@RUMAYSHOCOM**

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ACHMAD MUJAHID SAYYAF  
NIM/Jurusan : 11210047/KPI  
Telah dimunaqasyahkan pada : Jumat, 31 Agustus 2018  
Nilai Munaqasyah : 70 / B -

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

**TIM MUNAQASYAH**

Ketua Sidang/Penguji I,

**Dr. H. M. Kholiq, M.Si.**  
NIP 19590408 198503 1 005

Penguji II,

**Alimatul Qibtiyah, S.Ag, M.Si, M.A, Ph.D.**  
NIP 19710919 199603 2 001

Penguji III,

**Khadri, S.Ag., M.Hum.**  
NIP 19700125 199903 1 001



Agustus 2018

**Alimatul Qibtiyah, M.Si.**  
NIP 19710919 199603 2 001



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

*Assalamualaikum wr.wb.*

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

Nama : Achmad Mujahid Syayaf

NIM : 11210047

Judul Skripsi : Konsep *Flat Design* Pada Karya Visual Akun Instagram  
@rumayshocom

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 dalam bidang Komunikasi Islam.

Dengan ini kami berharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqosayahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 28 Agustus 2018

Ketua Jurusan

Pembimbing

Drs. Abdul Rozak, M.Pd.

NIP. 19671006 199403 1 002

Dr. H. M. Kholili, M. Si

NIP 19590408 198503 1 005

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Achmad Mujahid Syayaf  
NIM : 11210047  
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul: pengaruh menonton tayangan bom gereja Surabaya terhadap persepsi masyarakat tentang muslimah bercadar di desa Caturtunggal, Depok, kabupaten Sleman 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, 28 Agustus 2018  
Yang menyatakan,



Achmad Mujahid Syayaf  
11210047



## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Skripsi ini aku persembahkan untuk:

Kedua orang tuaku, yang selalu memberi cinta, kasih sayang, support dan doa.

Keluarga besar yang slalu memberikan dukungan dan motivasi.

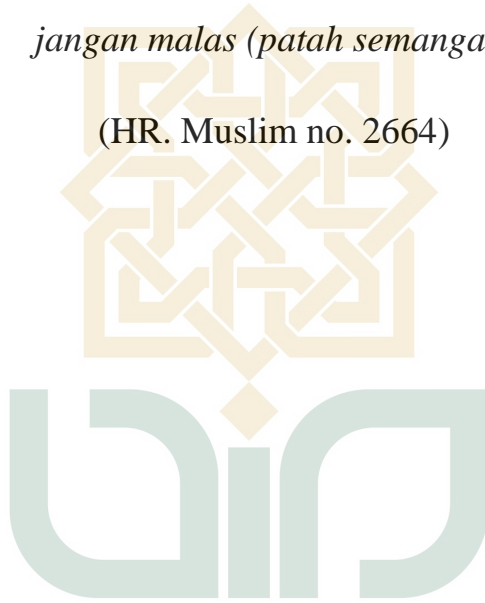
Teman-teman seperjuangan komunikasi dan penyiaran islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Almamater tercinta Program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

## MOTTO

*“Semangatlah dalam hal yang bermanfaat  
untukmu, minta tolonglah pada Allah, dan  
jangan malas (patah semangat).”*

(HR. Muslim no. 2664)



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kemudahan serta kelancaran. Shalawat dan salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Dengan perjuangan yang tidak mudah akhirnya skripsi yang berjudul **“Pengaruh Menonton Tayangan Mamah & Aa Beraksi Indosiar Episode Hidup Indah Dengn Al-Qur’an Terhadap Minat Mempelajari Al-Qur’an Masyarakat Desa Sumbersari Kecamatan Moyudan”** telah diselesaikan oleh Peneliti.

Skripsi ini merupakan salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen Dakwah pada Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Dalam menyelesaikan skripsi ini tentu tidak lepas dari bantuan serta bimbingan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini Peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Drs. Yudian Wahyudi, MA, Ph.D, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Ibu Dr. Hj. Nurjanah, M.Si, selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Drs. Abdul Rozak, M.Pd. selaku Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Bapak Drs. Abdul Rozak, M.Pd., selaku Dosen Pembimbing Akademik.
5. Bapak Dr. H. M. Kholili, M.Si, selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang berkenan memberikan petunjuk dan bimbingan kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Segenap Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah membagi ilmu, mendidik dan membimbing selama masa perkuliahan.

7. Orang tua, kakak, dan keluarga yang selalu tiada henti-hentinya mendoakan, menggigatkan dan selalu memotivasi peneliti untuk menyelesaikan skripsi.
8. Teman-teman Komunikasi dan Penyiaran Islam 2011 terimakasih untuk dukungan dan semangatnya.
9. Akbar, Zamhari, Aris, Azis, Sholeh, dan kawan seperjuangan terimakasih atas dukungan dan bantuannya selama ini.
10. Serta pihak-pihak lain yang telah mendukung tidak bisa di sebutkan satu-persatu, yang memberikan secara langsung maupun tidak langsung dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dengan selesainya penulisan skripsi ini, peneliti berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca, maupun peneliti.

Yogyakarta, 02 Agustus 2018

Penyusun

Achmad Mujahid Syayyaf

NIM 11210047

## ABSTRAK

Achmad Mujahid Syayaf 11210047,  
**“Konsep *Flat Design* Pada Karya Visual Akun Instagram @rumayshocom.”** Skripsi, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta.

Desain sebagai hasil dari perkembangan zaman telah memberikan perubahan yang signifikan bagi kehidupan manusia. Mulai dari persoalan politik, ekonomi, sosial, pendidikan, budaya, dan agama tak lepas dari dunia desain grafis. Dalam perkembangannya, desain grafis setiap tahun menghasilkan tren desain grafis yang berbeda-beda, akan tetapi ada juga tren desain grafis yang tetap populer dari tahun ke tahun, salah satunya adalah tren desain grafis *flat design*. Aktivitas dakwah di era multimedia saat ini semakin kreatif dan inovatif, dengan memanfaatkan media sosial instagram sebagai sarana dakwah. Dengan mengkombinasikan aktivitas dakwah melalui instagram dan flat design, dakwah akan semakin menarik untuk ditampilkan kepada publik, kegiatan dakwah menjadi kreatif dan unik. Akun dakwah di instgram @rumayshocom sangat memperhatikan kualitas hasil karya visualnya, dengan menyesuaikan perkembangan desain dari di tahun 2017-2018 yaitu, *flat design*.

Penelitian ini membahas tentang konsep flat design yang diterapkan oleh akun instagram @rumayshocom. Jenis penelitian ini adalah kualitatif. Peneliti menganalisis elemen-elemen

desain seperti ilustrasi, warna dan tipografi dengan menggunakan analisis semiotika model Charles Sanders Pierce, melalui ikon, indeks, dan simbol.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Terdapat ikon berupa piring, sendok, tangan, dompet, awan, karakter laki-laki, perahu, dan air laut. (2) Indeks berupa piring, sendok, dompet, karakter laki-laki, perahu. (3) Simbol antara lain piring merupakan simbolisasi rasa lapar, dompet yang kosong menggambarkan orang yang berhutang, sesosok laki-laki sedang tiduran di perahu mencerminkan sifat malas. (4) Poster *Jangan Bairkan Puasamu Sia-Sia!* dimaknai sebagai bentuk peringatan kepada kaum muslimin yang menjalankan ibadah puasa di bulan Ramadhan, supaya kaum muslimin bersungguh-sungguh dalam menjalankannya, berhati-hati dan menjauhkan diri perkara-perkara yang dapat menggugurkan pahala puasa. (5) Poster *Mudahkanlah Orang Yang Berhutang Padamu* dimaknai piutang agar memberikan tenggat waktu kepada penghutang dalam mengembalikan hutangnya. (6) Poster *Do'a Minta Pertolongan dari Sifat Malas* dimaknai bahwa seorang muslim harus produktif dan mengamalkan do'a terhindar dari sifat malas.

**Kata kunci** : Flat Design, Instagram, Dakwah Visual

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI .....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
HALAMAN MOTTO .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
ABSTRAK.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR TABEL.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	17
C. Tujuan Penelitian.....	18



D. Kegunaan Penelitian .....	18
E. Kajian Pustaka.....	20
F. Kerangka Teori .....	23
1. Desain Komunikasi Visual .....	23
a. Garis ( <i>Line</i> ).....	30
b. Bentuk ( <i>Shape</i> ) .....	31
c. Ukuran ( <i>Size</i> ) .....	32
d. Warna ( <i>Color</i> ).....	33
e. Tipografi .....	33
f. Tata Letak ( <i>Layout</i> ) .....	36
2. Prinsip-Prinsip Desain	
Komunikasi Visual .....	37
a. Keseimbangan ( <i>Balance</i> ).....	37
b. Irama ( <i>Rythym</i> ) .....	38
c. Penekanan ( <i>Emphasize</i> ).....	38
d. Kesatuan ( <i>Unity</i> ).....	39
3. Konsep <i>Flat Design</i> (Desain Datar) .....	40
a. Ilustrasi .....	41
b. Tipografi .....	42

c. Tata Letak ( <i>Layout</i> ) .....	43
d. Warna.....	45
G. Metode Penelitian .....	46
H. Sitematika Pembahasan.....	54
BAB II GAMBARAN INSTAGRAM.....	56
A. Gambaran Umum	
Akun Instagram @rumayshocom .....	56
B. Deskripsi Menu Instagram .....	62
BAB III ANALISIS KONSEP <i>FLAT DESIGN</i> PADA KARYA AKUN INSTAGRAM RUMAYSHOCOM (@rumayshocom).....	68
A. Analisis Tanda dan Makna Pada	
Akun Instagram @rumayshocom.....	71
1. Identifikasi Berdasarkan Tipe.....	71
2. Tinjauan Semiotik Pada Karya Visual	
Akun Instagram @rumayshocom .....	73
a. Poster <i>Jangan Biarkan</i> <i>Puasamu Sia-Sia!</i> .....	74
b. Poster <i>Mudahkanlah Orang Yang</i> <i>Berhutang Padamu</i> .....	93

c. Poster <i>Do'a Minta</i>	
<i>Pertolongan dari Sifat Malas</i> .....	111
BAB IV PENUTUP .....	128
A. Kesimpulan .....	128
B. Saran.....	130
C. Penutup.....	132
DAFTAR PUSTAKA .....	133
LAMPIRAN.....	136



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Sampel Poster Dakwah Digital	
Flat Design Pada Akun Instagram	
@rumayshocom .....	10
Gambar 1.1 Ilustrasi Buah Nanas .....	26
Gambar 1.2 Anatomi Tipografi .....	27
Gambar 1.3 Contoh Konsep Tata Letak ( <i>Layout</i> )	28
Gambar 1.4 Sampel Warna <i>Flat Design</i> .....	29
Gambar 1.5 Konsep <i>Triadic Semiotic</i>	
Sanders Pierce .....	32
Gambar 1.6 Halaman Akun	
Instagram @rumayshocom .....	39
Gambar 1.7 Unsur-unsur Poster	
“Jangan Biarkan Puasamu Sia-Sia!.....	55

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Data Identifikasi Tanda pada Poster Digital	
Akun Instagram @rumayshocom .....	45
Tabel 2 Poster Jangan Biarkan Puasamu Sia=Sia!	
Dilihat dari Kajian Semiotik .....	47
Tabel 3 Poster Mudahkanlah Orang yang Berhutang	
Padamu! Dilihat dari Kajian Semiotik .....	59
Tabel 2 Poster Do'a Minta Pertolongan Dari Sifat	
Malas Dilihat dari Kajian Semiotik .....	70

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

John Naisbit mengungkapkan “*We are moving toward the capability to communicate anyone, anywhere, anyform-voice, data, text or image at the speed of light*” (Kita sedang bergerak kearah kemampuan berapa saja kepada siapapun, berbentuk apapun baik suara, data, tulisan atau gambar dengan menggunakan kecepatan suara).<sup>1</sup> Ungkapan tersebut menggambarkan keadaan hari ini, ketika kemajuan dibidang teknologi, informasi, dan komunikasi (TIK) telah merubah pola pikir dan *life style* sebagian besar manusia dizaman globalisasi.

---

<sup>1</sup> Zulkarnain, “Dakwah Islam di Era Multimedia (Studi Atas Minat Para Da’i IKMI Kota Pekanbaru Menggunakan Media Cetak Sebagai Media Dakwah),” Jurnal Risalah, vol. 24: 2 (November, 2013), hlm. 37.

Teknologi, informasi, dan komunikasi semakin maju, terobosan-terobosan baru dalam dunia TIK terus bermunculan. Salah satunya adalah internet. Dengan ditemukannya internet<sup>2</sup> pada tahun 1973 memudahkan masyarakat dalam memperoleh dan menggali informasi yang dibutuhkan. Internet menyediakan layanan *world wide web* atau *web browser* (biasa disebut sebagai *web*) menjadi media penyimpanan informasi secara *online*. Internet berkembang pesat, layanan ini memberikan pengaruh yang sangat besar pada kehidupan manusia, mereka saling terkoneksi satu sama lain. Komunikasi dilakukan tidak hanya melalui tatap muka, lebih jauh, proses dapat dilakukan secara efisien dan efektif, hanya dengan mengaktifkan

---

<sup>2</sup> Teknologi internet merupakan hasil dari konvergensi teknologi dibidang informatika khususnya computer. Internet muncul berawal dari ide mempertahankan kontinuitas jalur jalur teknologi informasi secara transparan dalam bentuk jaringan dengan berbagai variasi. Perkembangan selanjutnya internet dikembangkan oleh United States National Science Foundation (NSF), sebuah badan penelitian nasional Amerika yang membangun suatu jaringan besar dan kecepatan besar guna menghubungkan antar jaringan yang saling berjauhan untuk mengolah data informasi dalam bentuk antar jaringan komputer. Lihat, Saharudin, *Perkembangan Teknologi (Sebuah Pengantar)*, (Yogyakarta: Pustaka Akdemika, 2011), hlm. 138.

layanan internet di rumah dapat terhubung dan berinteraksi langsung ke masyarakat dunia dengan ruang dan waktu yang berbeda, dari fenomena tersebut muncul istilah “*global village*.”

Dengan adanya internet, tidak ada lagi batasan dalam berkomunikasi, setiap informasi yang dicari dengan mudah didapat. Hal ini memunculkan cara baru dalam berkomunikasi melalui media sosial yang terformat diberbagai macam bentuk, seperti *Facebook, Twitter, WhatsApp, Black Bery Mesenger* (BBM), Telegram, G-mail, Instagram, dan lain-lain. Masing-masing layanan tersebut dapat diakses secara *online*. Karena animo masyarakat yang luar biasa terhadap perkembangan media sosial tersebut, menjadi peluang dan kesempatan emas untuk menyampaikan *amar ma'ruf nahi munkar*. Sederhananya, terbentuklah grup-grup kajian via *WhatsApp, BBM, Facebook, Twitter, Instagram* dan lain-lain. Setiap umat Islam dapat berkontribusi dalam aktivitas dakwah dengan menulis sebuah status yang positif, memposting sebuah foto, dan atau mengunggah gambar menarik yang di dalamnya memuat pesan-pesan dakwah. Jadi dakwah tidak



hanya dapat dilakukan secara verbal dan tatap muka atau metode ceramah, akan tetapi dapat dilakukan dari jarak jauh dengan ruang dan media sosial yang berbeda-beda.

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil satu media jejaring sosial yang dijadikan sebagai subjek penelitian, yaitu instagram. Media sosial yang satu ini sering dijadikan sebagai sarana dakwah, perbedaanya dengan media sosial yang lain, instagram terfokus pada unggahan berupa hasil karya foto, gambar, atau poster-poster dakwah dalam bentuk digital dengan disisipkan sebuah *caption* (tulisan di bawah gambar foto). Artinnya, komunikasi yang dilakukan lebih dominan pada komunikasi visual daripada komunikasi verbal. Instagram berasal dari kata “insta” yang berarti “instan” dan “gram” yang memiliki arti “telegram.” Jadi instagram adalah menampilkan dan menyampaikan informasi berupa foto atau gambar

secara cepat melalui aplikasi yang dapat diakses oleh orang lain.<sup>3</sup>

Hingga hari ini instagram sudah mencapai ratusan juta pengguna diseluruh dunia. Diusianya yang belum mencapai lima tahun instagram memiliki 400 juta orang pengguna aktif. Pada Desember 2014 tercatat mencapai 300 juta orang pengguna aktif, dengan demikian dalam waktu kurang dari satu tahun instagram mampu memikat pengguna baru sebanyak 100 juta orang untuk aktif menggunakan layanan ini. 75% pengguna berasal dari Eropa dan Asia, lebih spesifik lagi anggota barunya berasal dari Indonesia, Jepang, dan Brazil.<sup>4</sup> Sedangkan ditahun 2016 pengguna instagram mencapai 500 juta, jumlah pengguna instagram meningkat 2 kali lipat dalam dua tahun terakhir dan

---

<sup>3</sup> BiteBrands, "Sejarah dan Perkembangan Media Sosial Instagram", <http://www.bitebrands.co/2015/01/sejarah-dan-perkembangan-media-sosial.html?m=1>, diakses tanggal 11 April 2016.

<sup>4</sup> Kompas Tekno, "Instagram "Diserbu" 400 Juta Pengguna, Termasuk Indonesia", <http://tekno.kompas.com/read/2015/09/24/09160067/instagram.diserbu.400.juta.pengguna.termasuk.indonesia>, diakses tanggal 11 April 2016.

mengalahkan *twitter* yang saat ini jumlahnya 300 juta pengguna.<sup>5</sup> Artinya instagram merupakan media jejaring sosial yang diminati publik dalam kurun waktu lima tahun. Di Indonesia sendiri, jumlah pengguna instagram mencapai 22 juta pengguna aktif setiap bulannya.<sup>6</sup>

Sebagian besar pengguna instagram adalah anak muda, mereka menggunakan layanan ini untuk membagikan foto moment-moment menarik, infografis, dan *online shop* yang secara visual mamapu memikat pengguna maupun *customer*. Menurut Brand Development Lead Instagram APAC, Paul Webster saat menyampaikan keterangan kepada media di Jakarta, menyatakan bahwa, "Instagram merupakan kanvas kreativitas bagi komunitas *mobile-first* Indonesia yang muda

---

<sup>5</sup> Katadata.co.id, "Tinggalkan Twitter, Instagram Tembus 500 Juta", <http://katadata.co.id/berita/2016/06/22/instagram-tembus-500-juta-pengguna>, diakses pada tanggal 3 Oktober 2016.

<sup>6</sup> Dailysocial.id, "Pengguna Aktif Instagram di Indonesia Mencapai 22 Juta", <https://dailysocial.id/post/pengguna-aktif-instagram-di-indonesia-capai-22-juta>, diakses pada 3 oktober 2016.

dan antusias. Orang datang ke instagram untuk terinspirasi secara visual."<sup>7</sup> Inilah yang menjadi daya tarik dari instagram, yang membedakan dengan media sosial lainnya. Dari data-data tersebut peneliti tertarik mengangkat instagram sebagai subjek penelitian ini.

Karena instagram lebih terfokus pada tampilan foto atau gambar maka, media sosial yang satu ini sangat erat kaitannya dengan desain grafis. Seiring dengan berjalannya waktu, perkembangan dibidang desain tidak hanya menggunakan media cetak, akan tetapi sudah merambah ke media digital seperti desain interaktif atau desain multimedia. Oleh karenanya, cakupan desain grafis menjadi luas tidak terpaku pada media cetak, tetapi sudah merambah ke dunia digital. Berdasarkan hal itu, desain grafis<sup>8</sup> berubah menjadi desain komunikasi

---

<sup>7</sup> Antaranews, "Pengguna Instagram Indonesia Termasuk Terbanyak di Dunia", <http://www.antaranews.com/berita/540022/pengguna-instagram-indonesia-termasuk-terbanyak-di-dunia>, diakses pada 3 Oktober 2016.

<sup>8</sup> Pada umumnya perangkat lunak (*software*) yang sering digunakan dalam desain komunikasi visual adalah *Corel Draw*, *Adobe Illustrator*, *Adobe InDesign*, *Adobe Flash*

visual.<sup>9</sup> Menurut Sumbo Tinarbuko<sup>10</sup> Desain Komunikasi Visual (DKV) adalah:

Ilmu yang mempelajari konsep dan ungkapan daya kreatif, yang diaplikasikan dalam berbagai visual dengan mengolah

---

*Player, Adobe Photoshop, Adobe Premier, After Effect, Adobe Dreamweaver, dan sebagainya. Lihat, Lia Anggraini S dan Kirana Nathalia, Desain Visual: Dasar-dasar Panduan Untuk Pemula, (Bandung: Nuansa Cendekia, 2014), hlm. 30-31.*

<sup>9</sup> Pada tahun 1977, Gert Dumbar seorang desainer Belanda telah memperkenalkan istilah semiotika dan komunikasi visual. Karena menurutnya desain grafis tidak hanya menangani desain untuk percetakan tetapi juga *moving image, display* dan pameran. Akhirnya di tahun 1979, mulai dipakai istilah Desain Komunikasi Visual (DKV) menggantikan istilah desain grafis. Marsha Anindita dan Menul Teguh Riyanti, “Tren *Flat Design* dalam Desain Komunikasi Visual,” *Jurnal Dimensi DKV*, Vol.1-No.1 (April 2016), hlm. 2.

<sup>10</sup> Sumbo Tinarbuko merupakan dosen Desain Komunikasi Visual dan Pascasarjana ISI Yogyakarta, selain itu juga berprofesi sebagai pemerhati budaya visual. Sejak 1992 – saat ini aktif menjadi juri lomba logo, lomba desain komunikasi visual, lomba desain poster, lomba desain iklan, lomba seni visual baik tingkat daerah maupun nasional. Beberapa karyanya yang dibukukan adalah *Semiotika Komunikasi Visual, Mata Hati Iklan Indonesia,* Iklan Politik dalam Realitas Media, *Mendengarkan Dinding Facebooker,* Yogyakarta Tidak Dijual, dan *Desain Komunikasi Visual.* Beliau juga aktif sebagai pembicara seminar, narasumber, workshop tingkat daerah maupun lokal kusus dibidang budaya visual, pendidikan desain komunikasi visual, industri kreatif, desain iklan komersil dan politik.

elemen desain grafis terdiri dari gambar, huruf, warna, komposisi, dan *layout*. Semuanya dilakukan guna menyampaikan pesan secara visual, audio, dan audio visual kepada target sasaran.<sup>11</sup>

Hal yang terpenting dalam desain komunikasi visual adalah kemampuan merancang konsep yang matang dengan memberikan solusi terbaik melalui visual.<sup>12</sup> Inilah yang menjadi titik point dalam DKV, yakni merancang sebuah konsep desain yang menarik, komunikatif, kreatif, estetis, dan mudah dipahami. DKV juga telah merambah ke berbagai bidang, di antaranya pendidikan, sosial, budaya, ekonomi, geografi, agama, bisnis dan lain-lain.

Pada perkembangannya, tren desain grafis semakin dinamis dan kreatif. Setiap tahun terdapat

---

<sup>11</sup> Sumbo Tinarbuko, *DEKAVE Desain Komunikasi Visual: Penanda Zaman Masyarakat Global*, (Yogyakarta: CAPS, 2015), hlm. 5.

<sup>12</sup> Lia Anggraini S dan Kirana Nathalia, *Desain Komunikasi Visual: Dasar-dasar Panduan Untuk Pemula*, (Bandung: Nuansa Cendekia, 2014), hlm. 13.

perubahan trend atau gaya desain, tetapi ada juga yang tetap bertahan hingga tahun berikutnya. Terdapat sembilan tren desain grafis yang tetap bertahan dan populer dari tahun-tahun sebelumnya hingga tahun 2016, di antaranya *Flat design*, *Grid layout*, *Kpop Craze*, *Fonts*, *Bright Pastels*, *Single Shade of Solid Color*, *Illustrations*, *Paisley Pop*, dan *Pixel Play*.<sup>13</sup> Akan tetapi pada penelitian ini, peneliti terfokus pada tren *flat design* (desain datar). *Flat design* berasal dari terapan *Swiss Design* antara tahun 1940 sampai 1950-an di Swiss. Saat itu fokus desain Swiss ialah pada penggunaan grid, tipografi sans-serif, hirarki konten yang bersih dan tata letak. Desain tersebut mengkombinasikan sebuah foto yang besar akan tetapi ditampilkan secara sederhana dengan tipografi yang minim. Seiring dengan perkembangan zaman, maka pada tahun 1980-an mulai diperkenalkan *flat design*, ketika itu masih sederhana belum ada variasi desain.

---

<sup>13</sup> Pindexain, "9 Tren Desain Grafis di Tahun 2016 Untuk Inspirasi", <http://www.pindexain.com/9-tren-desain-grafis-di-tahun-2015/>, diakses pada tanggal 30 Agustus 2016.

Di era sekarang *flat design* mengalami perubahan drastis dengan desain yang inovatif dan kreatif serta menjamur dikalangan *web design*, *user interface* (UI), poster, aplikasi *mobile*. *Flat design* semakin populer setelah perusahaan Microsoft menerapkan tren tersebut pada UI di windows 8, dengan menampilkan bentuk *icon* yang sederhana sebagai representasi dari bentuk aslinya. Pada perkembangannya, gaya ini diikuti oleh beberapa perusahaan besar dunia seperti Apple, Google, Firefox, dan sebagainya.<sup>14</sup> Artinya, tidak hanya kalangan desainer saja yang terpengaruh dengan gaya *flat design* tersebut, tetapi perusahaan-perusahaan besar sudah tertarik untuk menggunakan *flat design* sebagai ciri khas desain pada produk-produk mereka.

Ciri khas *flat design* adalah sederhana, minimalis, dan menggunakan warna-warna yang cantik. Tren desain tersebut sangat bermain pada

---

<sup>14</sup> Marsha Anindita dan Menul Teguh Riyanti, "Tren *Flat Design* Dalam Desain Komunikasi Visual," Jurnal Dimensi DKV, Vol.1-No.1 (April 2016), hlm. 9-10.



warna.<sup>15</sup> Para desainer beranggapan bahwa *flat design* dapat membuat *website* menjadi responsif, memberikan tampilan yang bersih dan modern. Gaya yang sederhana dan bersih memberikan kesan yang modern, minimalis, dan *playfull* dengan penggunaan warna-warna cerah serta ilustrasi yang menarik, menjadikan pesan dapat tersampaikan dengan baik.<sup>16</sup> Selain itu tipografi merupakan salah satu aspek terpenting dalam *flat design*, tipografi yang digunakan harus senada dengan skema desain secara keseluruhan, dengan memperhatikan tebal, tipis, besar, dan kecil huruf (*font*). Dengan demikian, akan memberikan konsistensi pada desain secara visual dan tekstual.<sup>17</sup> Faktor lain *flat design* semakin populer adalah kecenderungan manusia yang semakin suka dengan sesuatu yang simpel,

---

<sup>15</sup> Jagodesain, “Perbedaan Metro Design dan Flat Design”, <http://www.jagodesain.com/perbedaan-metro-design-dan-flat-design/>, diakses pada tanggal 30 Agustus 2016.

<sup>16</sup> Marsha Anindita dan Menul Teguh Riyanti, “Tren *Flat Design* Dalam Desain Komunikasi Visual,” Jurnal Dimensi DKV, Vol.1-No.1 (April 2016), hlm. 12.

<sup>17</sup> Argiacyber, “5 Karakteristik *Flat Design Website*”, <http://www.argiacyber.com/blog/5-karakteristik-flat-design-website/736/>, diakses pada tanggal 3 Oktober 2016.

seederhana, dan modern. Berdasarkan fakta-fakta di atas, peneliti tertarik untuk meneliti tren desain grafis *flat design* sebagai objek pada penelitian skripsi ini.

Sebelum *flat design* populer, karakteristik poster dakwah yang diunggah oleh sebagian akun instagram umumnya lebih menonjolkan pada foto yang besar dengan tipografi yang variatif, konten ramai, dan desain yang monoton. Diera sekarang, konsep desain yang ramai kurang efektif dan menarik, akan tetapi karakteristik desain era sekarang adalah sederhana, minimalis, dan modern. Setelah *flat design* menjamur dikalangan desainer, akun-akun dakwah kususnya di instagram mulai menerapkan tren *flat design* sebagai skema desainnya.

Salah satu akun instagram yang sering menggunakan *flat design* dalam karya poster dakwah digitalnya adalah @rumayshocom. Sebuah akun instagram yang didirikan oleh Muhammad Abduh Tausikal, seorang *da'i* yang memiliki sebuah Pesantren Masyarakat Darus Sholihin di Gunung

Kidul Yogyakarta.<sup>18</sup> Pada akun tersebut terdapat berbagai macam poster dakwah digital yang selalu diunggah dan *update*. Poster dakwah yang diangkat bersifat umum, artinya isi dan konsep desain yang diterapkan selalu berubah-ubah. Pada penelitian ini mengambil postingan (unggah) di bulan Juni 2018.

Akun instagram @rumayshocom kurang lebih memiliki 114.000 pengikut (*follower*)<sup>19</sup> mengalahkan beberapa akun dakwah visual seperti @hijapographic 30.000 pengikut, @bezenkeren 10.000 pengikut, @alfatihstudios 56.300 *follower*, @muslimdesignercommunity (Official MDC)

---

<sup>18</sup> Muhammad Abduh Tausikal merupakan Pemimpin Pesantren Darush Shalihin di Dusun Warak, Desa Girisekar, Kecamatan Panggang, Gunung Kidul. Pesantren tersebut adalah pesantren masyarakat, yang mengasuh TPA (Taman Pendidikan Al-Qur'an) dan kajian keagamaan. Selain itu, beliau juga menjadi pembina Komunitas Pengusaha Muslim Indonesia (KPMI). Di sisi lain, beliau juga mengelola bisnis di toko *online* Ruwaifi.Com dan BukuMuslim.com serta sedang merintis situs pelajaran kimia, Kimiaku.Com. Profil selengkapnya bisa dilihat di webnya [www.rumaysho.com](http://www.rumaysho.com) dan di beberapa bukunya seperti, "Mutiara Nasihat Ramadhan."

<sup>19</sup> Data diambil pada tanggal 25 Oktober 2017.

19.200 pengikut, @ngalamdc (MDC Chapter Malang) 5905 *follower*, @mdcjabodetabek (MDC Chapter Jabodetabek) 1963 pengikut, @mdc surabaya 2615 pengikut, @mdcpontianak 1030 pengikut, @mdcjogja 427 *follower* @dakwah\_design 54.800 *follower*, @galeriposterdakwah 20.100 pengikut, dan @mimbardigital 93.400 *follower*, @diariesimage 65.600 *follower*.<sup>20</sup> Di tahun 2018 jumlah *follower* akun instagram @rumayshocom mengalami kenaikan dua kali lipat, yakni 344 ribu pengikut.<sup>21</sup> Oleh karena itu, dengan memanfaatkan tren desain datar (*flat design*) dielaborasi dengan materi dakwah yang ringan tetapi berbobot menjadikan dakwah @rumayshocom lebih menarik dan inovatif. Inilah beberapa hal yang membuat peneliti tertarik untuk menjadikan akun instagram @rumayshocom menjadi subjek pada penelitian ini. Dari data-data yang telah diuraikan di atas, peneliti mengambil

---

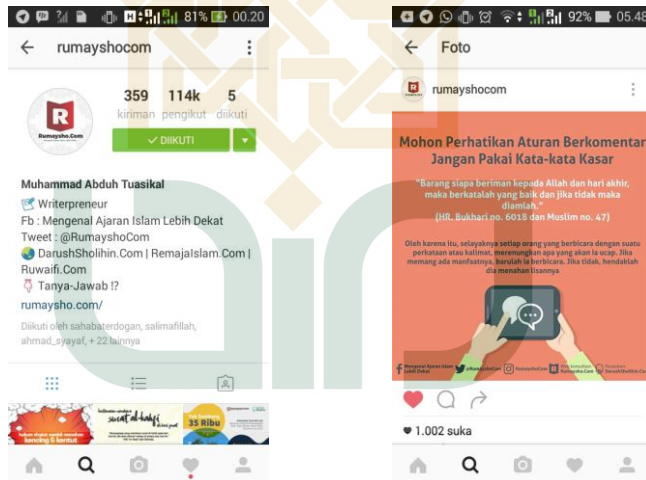
<sup>20</sup> *Ibid.*

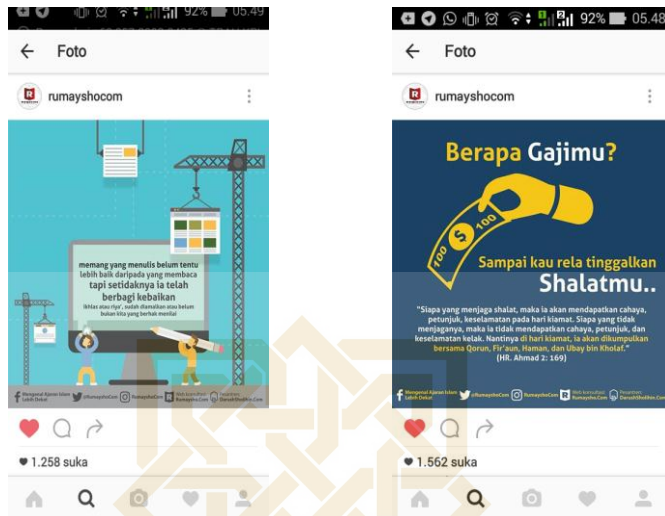
<sup>21</sup> Data diambil pada tanggal 29 Agustus 2018.

judul “Konsep *Flat Design* Pada Karya Visual Akun Instagram @rumayshocom.”

Gambar 1.

Sampel Poster Dakwah Digital Flat Design Pada  
Akun Instagram @rumayshocom  
(Sumber: Akun Instagram @rumayshocom)





## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan deskripsi latar belakang di atas, dapat dirumuskan permasalahan berikut:

Apa saja pesan-pesan yang terkandung di dalam konsep *flat design* pada karya visual akun instagram @rumayshocom?

### C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui konsep *flat design* pada karya visual akun instagram @rumayshocom.

### D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini antara lain:

1. Manfaat Akademis
  - a. Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan keilmuan dibidang penyiaran Islam, khususnya studi tentang desain komunikasi visual dan implementasinya dalam aktivitas dakwah.
  - b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi literatur dan acuan bagi penelitian selanjutnya, terutama terkait desain komunikasi visual dan perkembangan tren desain grafis yang semakin dinamis, terutama tentang perkembangan *flat*

*design* yang diimplementasikan pada berbagai macam media dan *rebranding* sebuah produk maupun perusahaan.

## 2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pegiat dakwah melalui media jejaring sosial khususnya instagram, dengan memanfaatkan tren *flat design* sebagai skema visualnya.
- b. Untuk memberikan sumbangan pemikiran dalam perkembangan desain komunikasi visual sebagai metode pendekatan dalam ber-*amar ma'ruf nahi munkar* secara inovatif dan kreatif melalui instagram.



## E. Kajian Pustaka

Berkaitan dengan penelitian skripsi yang berjudul **Konsep Flat Design Pada Pada Karya Visual Akun Instagram @rumayshocom**, maka peneliti melakukan kajian pustaka pada beberapa penelitian, di antaranya:

*Pertama*, penelitian berjudul “Konsep Desain Visual Rubrik Fashion Pada Majalah Hijabella Edisi Januari 2015.” Oleh Fitriana Maunah mahasiswi Pemyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui konsep desain visual rubrik fashion pada majalah Hijabella edisi Januari 2015 dengan menggunakan analisis model Milles dan Hubermen.<sup>22</sup>

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Fitriana Maunah terletak pada objek dan fokus analisis yang dilakukan. Objek penelitian Fitriana Maunah adalah majalah Hijabella

---

<sup>22</sup> Fitrianan Maunah, *Konsep Desain Komunikasi Visual Rubrik Fashion Pada Majalah Hijabella Edisi Januari 2015*, (Yogyakarta: Jurusan KPI Fakultas Dakwah dan , UIN Sunan Kalijaga 2015), hlm. 4.

dengan fokus analisis unsur-unsur desain komunikasi visual yaitu warna, ilustrasi, dan tipografi pada rubrik fashion kemudian mengkaji konsep desain visual pada rubrik fashion majalah Hijabella edisi 2015. Sedangkan objek penelitian pada skripsi ini karya poster dakwah digital @rumayshocom dengan fokus analisis pada tren *flat design* yang diterapkan pada masing-masing karya visual tersebut yang didesain secara kreatif dan menarik sebagai sarana dakwah.

Kedua, penelitian berjudul “Konsep Desain komunikasi Visual Website Muslim.or.id Sebagai Media Dakwah.” Ditulis oleh Bayu Budi Utomo pada tahun 2014, mahasiswa Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Fokus penelitian ini terletak pada konsep desain visual website Muslim.or.id dengan penekanan pada unsur-unsur desain seperti garis, bidang, warna, ilustrasi, tipografi, fotografi, dan *layout* dengan melihat pada dua prinsip DKV yaitu keseimbangan dan kesatuan.<sup>23</sup> Sedangkan objek

---

<sup>23</sup> Bayu Budi Utomo, *Konsep Desain Komunikasi Visual Website Muslli.or.id Sebagai Media Dakwah*,

penelitian tersebut adalah website Muslim.or.id. Sementara itu objek penelitian ini adalah karya visual berupa postingan gambar dalam akun instagram @rumayshocom Skripsi ini lebih menekankan pada konsep *flat design* yang terdapat pada tiap-tiap poster dakwah digital.

*Keempat*, penelitian jurnal berjudul “Tren *Flat Design* dalam Desain Komunikasi Visual,” disusun oleh Marsha Anindita, Menul Teguh Riyanti pada tahun 2016, mahasiswa dan dosen Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Universitas Trisakti Jakarta. Penelitian ini terfokus pada perkembangan dan penerapan *flat design* dalam desain komunikasi visual yang dipaparkan secara mendalam. Kesimpulan pada penelitian ini adalah *flat design* merupakan implementasi gaya minimalis dalam dunia desain grafis. Terdapat beberapa karakteristik *flat design* menghilangkan efek *bevel*, tekstur, dan ornamen-ornamen lain yang tidak diperlukan. Pada

tipografi, menggunakan *typeface* San-Serif yang bersih dan jelas tanpa kait dan mudah dibaca, sedangkan warna yang adalah warna-warna terang, cerah, dan kombinasi warna komplementer serta saturasi yang kontras dan halus. Banyak perusahaan-perusahaan besar yang akhirnya tertarik pada *flat design* karena gaya tersebut memberikan kesan yang lebih modern, simpel, dan *playfull* dengan menggunakan warna-warna cerah.<sup>24</sup>

## F. Kerangka Teori

### 1. Desain Komunikasi Visual

Seperti yang sudah disinggung pada latar belakang di atas, desain komunikasi visual memiliki beberapa pengertian sesuai dengan perspektif dari beberapa ilmunan yang *expert* dibidang DKV. Sumbo Tinarbuko dalam bukunya DEKAVE, menjelaskan:

“Desain komunikasi visual adalah ilmu yang mempelajari konsep

---

<sup>24</sup> Marsha Anindita dan Menul Teguh Riyanti, “Tren *Flat Deisgn* Dalam Desain Komunikasi Visual,” Jurnal Dimensi DKV, Vol.1-No.1 (April 2016).

dan ungkapan daya kreatif, yang diaplikasikan dalam berbagai media visual dengan mengolah elemen desain grafis terdiri dari gambar (ilustrasi), huruf, warna, komposisi, dan *layout*. Semuanya itu dilakukan guna menyampaikan pesan secara visual, audio, dan audio visual kepada target sasaran yang dituju.<sup>25</sup>

Menurutnya, desain komunikasi visual dapat dijadikan sebagai salah satu solusi permasalahan visual untuk menghasilkan desain baru di antara yang baru. Desain komunikasi visual sebenarnya merupakan perkembangan dari desain grafis, sehingga ruang kerja desain grafis semakin meluas. Pada awalnya, media desain grafis hanya terbatas pada media cetak. Tetapi, pada perkembangannya yang semakin pesat, desain grafis mulai merambah ke dunia

---

<sup>25</sup> Sumbo Tinarbuko, DEKAVE *Desain Komunikasi Visual Penanda Zaman Masyarakat Global*, (Yogyakarta: CAPS, 2015), hlm. 5.

multimedia (audio dan video).<sup>26</sup> Apabila dilihat dari namanya, desain komunikasi visual terdiri dari tiga kata yang saling berkaitan: a) Desain, berkaitan dengan perancangan estetika, cita rasa, serta kreativitas; b) Komunikasi, adalah ilmu yang bertujuan menyampaikan maupun sarana untuk menyampaikan; dan c) Visual, sesuatu yang dapat dilihat.<sup>27</sup>

Di dalam ranah desain komunikasi visual, dipelajari semua bentuk yang bersifat komunikasi visual seperti, desain grafis, desain iklan, dan desain multimedia interaktif. Perbedaan dari ketiga komponen tersebut terletak pada fungsi dan area kerjanya. Desain grafis, dipelajari dalam konteks tata letak dan komposisi, bukan seni rupa murni. Wilayah kerja desain grafis di antaranya, *stationary kit* atau *sales kit* seperti, desain kartu nama, kop surat,

---

<sup>26</sup> Adi Kusrianto, *Pengantar Desain Visual*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2009), hlm. 11.

<sup>27</sup> *Ibid.*, hlm. 11-12.

amplop, map, *bolpoint*; profil usaha, *annual report*, *corporate identity* yang terdiri dari logo dan *trade mark*. Sedangkan desain iklan dipelajari dalam konteks desain, bukan marketing dan penciptaan merek atau aktivitas *branding*. Desain yang biasa disebut dengan advertising ini, ranah kerjanya meliputi, kampanye iklan komersial, perancangan iklan layanan masyarakat, dan perancangan iklan filantropi. Terakhir, desain multimedia interaktif dipelajari dalam konteks tampilan dan pelengkap desain, bukan interaksi manusia dengan komputer. Animasi dipelajari dalam konteks gerak yang menarik, bukan bertutur dan bercerita. Area kerjanya meliputi, animasi 3D, *motion graphic*, fotografi, sinetron, audio visual, program acara televisi, *bumper out* dan *bumper in* acara televisi, film dokumenter, film layar lebar, video klip, web desain, dan CD interaktif.<sup>28</sup>

---

<sup>28</sup> Lebih lengkapnya silahkan lihat, Sumbo Tinarbuko, DEKAVE *Desain Komunikasi Visual Penanda Zaman*

Jadi, pada dasarnya desain komunikasi visual terdiri dari dua unsur, verbal (tulisan) dan visual (gambar tangan, fotografi, atau *image* olahan komputer grafis. Jika diibaratkan pohon, akar utama pohon ilmu desain visual adalah ilmu seni dan ilmu . Akar ilmu pendukung ialah ilmu sosial dan budaya, ilmu ekonomi, dan ilmu psikologi. Sedangkan ranting-ranting ilmu desain visual di antaranya: Ilustrasi, Fotografi, Tipografi, 3 Dimensi, Multimedia, AVI/Elektronik Media, *Computer Graphic*, Animasi, Periklanan, Percetakan/Penerbitan, Desain identitas, dll.<sup>29</sup>

Dalam buku “Desain Komunikasi Visual: Dasar-Dasar Panduan Untuk Pemula,” secara etimologi desain berasal dari serapan bahasa Itali yaitu “*Designo*” yang berarti gambar. Kata desain dapat digunakan

---

*Masyarakat Globalm*, (Yogyakarta: CAPS, 2015), hlm. 78-79.

<sup>29</sup> Adi Kusrianto, *Pengantar Desain Komunikasi Visual*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2009), hlm. 12-13.



pada beberapa kalimat baik sebagai kata benda maupun kata kerja. Jika dilihat dari kata kerja, desain dapat diartikan sebagai proses dalam membuat atau menciptakan sebuah obyek baru. Sedangkan dalam kata benda, desain dapat diartikan sebagai hasil akhir dari sebuah proses kreatif, baik berupa rencana, proposal, atau sebuah karya nyata. Sementara itu “Desainer” merupakan sebutan bagi orang yang membuat karya desain. Selain itu, visual adalah sebuah rangkaian proses penyampaian informasi atau pesan kepada pihak lain yang dapat terbaca secara visual oleh indera penglihatan atau mata. Sedangkan visual berasal dari bahasa latin “*Videre*” yang berarti melihat.<sup>30</sup>

Menurut Everett M. Rogers adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber lepas suatu penerima atau lebih dengan maksud untuk mengubah tingkah

---

<sup>30</sup> Lia Anggraini S dan Kirana Nathalia, *Desain Komunikasi Visual: Dasar-dasar Panduan Untuk Pemula* (Bandung: Nuansa Cendekia, 2014), hlm. 13-14.

laku mereka.<sup>31</sup> Menurut Horral Laswall, cara terbaik untuk menggambarkan adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan “*who say what in which channel to whom with what effect?*” (siapa mengatakan apa dengan saluran apa kepada siapa dengan pengaruh bagaimana?)<sup>32</sup>

Jadi, desain komunikasi visual adalah seni dalam menyampaikan atau pesan dengan menggunakan bahasa rupa/visual yang disampaikan melalui media berupa desain. Desain visual bertujuan menginformasikan, memperngaruhi, hingga mengubah perilaku target sesuai dengan tujuan yang ingin diwujudkan.<sup>33</sup>

---

<sup>31</sup> Wahyu Ilaihi, *Dakwah*, (Bandung: Rosda, 2013), hlm. 7.

<sup>32</sup>*Ibid.*, hlm. 8.

<sup>33</sup> Lia Anggraini S dan Kirana Nathalia, *Desain Komunikasi Visual: Dasar-dasar Panduan Untuk Pemula*, (Bandung: Nuansa Cendekia, 2014), hlm. 15.

Dari berbagai macam definisi desain komunikasi visual menurut beberapa ahli maka, dapat ditarik benang merah bahwa, desain komunikasi visual adalah seni menyampaikan pesan dalam bentuk verbal maupun non-verbal dengan membawa ide-ide segar kreatif dan inovatif yang bertujuan agar pesan yang disampaikan mudah diserap dan dicerna oleh komunikan.

Setelah mengetahui definisi desain komunikasi visual, selanjutnya terdapat unsur-unsur pada desain, di antaranya ialah:

**a. Garis (*Line*)**

Garis merupakan salah satu unsur desain yang menghubungkan antara satu titik poin dengan titik poin lainnya. Bentuknya dapat berupa garis lengkung (*curve*) atau garis lurus (*straight*), garis putus-putus, zig-zag, meliuk-liuk, dan tidak beraturan. Masing-masing mempunyai pencitraan

berbeda.<sup>34</sup> Garis merupakan unsur visual yang banyak berpengaruh terhadap pembentukan suatu objek. Selain itu, garis dikenal sebagai goresan atau coretan, juga menjadi batas limit suatu bidang atau warna.<sup>35</sup>

#### **b. Bentuk (*Shape*)**

Bentuk adalah segala sesuatu yang memiliki diameter, tinggi, lebar. Ada beberapa bentuk-bentuk dasar yang sudah dikenal pada umumnya, adalah bentuk kotak (*rectangle*), lingkaran (*circle*), segitiga (*triangle*), lonjong (*elips*), lingkaran (*round*), dan lain-lain. Sementara itu, pada kategori sifat, bentuk dapat digolongkan menjadi tiga:

*Pertama*, bentuk Geometrik adalah bentuk yang segala sesuatunya dapat diukur. Biasanya berupa kotak seperti kubus, lingkaran memanjang berupa silinder,

---

<sup>34</sup> *Ibid.*, hlm. 32.

<sup>35</sup> Adi Kusrianto, *Pengantar Desain Visual*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2009), hlm. 30.

segitiga berupa limas, atau kombinasi antara segitiga dan lingkaran berupa kerucut.

*Kedua*, bentuk Natural ialah segala bentuk yang dapat berubah dan bertumbuh secara ukuran, serta dapat berubah-ubah dan berkembang. Contohnya bunga, pepohonan, manusia, buah, dan sebagainya.

*Ketiga*, bentuk Abstrak, merupakan segala sesuatu yang kasat mata, tidak jelas bentuknya, dan tidak berdefinisi.<sup>36</sup>

### c. Ukuran (*Size*)

Dalam membuat desain, perlu memperhatikan besar kecilnya ukuran visual yang akan digunakan. Dengan menggunakan unsur ini, dapat menciptakan kontras dan penekanan (*emphasis*) pada obyek desain yang dibuat. Pemilihan ukuran visual dalam membuat desain diperlukan agar dapat memperhatikan bagian mana yang penting,

---

<sup>36</sup> Lia Anggraini S dan Kirana Nathalia, *Desain Komunikasi Visual: Dasar-dasar Panduan Untuk Pemula*, (Bandung: Nuansa Cendekia, 2014), hlm. 34.

sangat penting, dan kurang penting. Pemilihan ukuran ini bertujuan agar karya desain yang dibuat dapat terbaca dengan baik, sesuai dengan hirarki. Sehingga pesan yang disampaikan mudah dibaca dan dimengerti.<sup>37</sup>

#### **d. Warna (*Color*)**

Warna merupakan unsur penting dalam obyek desain. Warna dapat menampilkan identitas atau citra yang ingin disampaikan. Warna merupakan salah satu elemen yang dapat menarik perhatian, meningkatkan mood, menggambarkan citra sebuah perusahaan, dan sebagainya.<sup>38</sup>

#### **e. Tipografi**

Menurut David Crystal, tipografi adalah kajian dari fitur-fitur grafis dari lembar halaman. Secara sederhana diartikan

---

<sup>37</sup> *Ibid.*, hlm. 36.

<sup>38</sup> *Ibid.*, hlm. 37

sebagai ilmu yang berurusan dengan penata huruf cetak. Secara harfiah tipografi ialah “bentuk tulisan”, kemudian dalam kata kerja disebut “pembentukan” atau “kreasi” huruf.<sup>39</sup> Desain komunikasi visual tidak dapat dipisahkan dari unsur tipografi. Karena tipografi tidak hanya sekedar menampilkan macam-macam huruf (*font*), tetapi mengandung karakter dan estetika.

Rangkaian huruf dalam suatu kata atau kalimat tidak hanya berarti suatu makna yang mengacu pada sebuah objek ataupun gagasan, tetapi juga memiliki kemampuan untuk menyampaikan suatu citra atau kesan secara visual.<sup>40</sup> Terdapat ribuan bahkan jutaan bentuk-bentuk tipografi, sehingga seorang desainer harus pandai dalam memilah dan memilih tipografi yang tepat untuk karyanya.

---

<sup>39</sup> *Ibid.*, hlm. 40-41.

<sup>40</sup> Adi Kusrianto, *Pengantar Desain Komunikasi Visual*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2009), hlm. 191.

J. Ben Lierman dalam bukunya *Types of Typeface*, mengatakan terdapat dua elemen yang dapat menentukan kesuksesan desain terkait dengan penggunaan tipografi yaitu, 1) *Legibility*, adalah tingkat kemudahan mata untuk mengenali suatu karakter/huruf tanpa harus bersusah payah. Contohnya, bentuk huruf yang terlalu abstrak sehingga tidak dapat dibaca dan pesan-pesan yang ditampilkan kurang dipahami konsumen. Walaupun *legibility* bukanlah tujuan utama yang harus dicapai dalam mendesain, banyak karya desain tipografi yang lebih mengutamakan penyampaian ekspresi dan perasaan tertentu, tapi tingkat *legibility* rendah; dan 2) *Readability*, ialah penggunaan huruf dengan memperhatikan hubungan dengan *font-font* yang lain sehingga terlihat jelas. Dalam menggabungkan huruf baik dalam membuat sebuah kata atau kalimat harus memperhatikan spasi antar huruf. Jarak antar huruf tidak dapat diukur secara matematika tetapi dapat dilihat dan



dirasakan. Apabila penggunaan spasi antara huruf satu dengan yang lainnya kurang tepat, maka akan mengurangi tingkat kemudahan untuk membaca suatu keterangan, sehingga mengakibatkan informasi kurang jelas.<sup>41</sup>

#### f. Tata Letak (*Layout*)

*Layout* adalah penyusunan dari elemen-elemen desain yang berhubungan ke dalam sebuah bidang sehingga membentuk susunan artistik. *Layout* biasa juga disebut manajemen bentuk dan bidang.<sup>42</sup> Dalam dunia desain komunikasi visual, *layout* merupakan salah satu unsur desain yang utama. Desain yang baik ialah desain yang mempunyai *layout* terpadu.

---

<sup>41</sup> Lia Angraini S dan Kirana Nathalia, *Desain Komunikasi Visual: Dasar-dasar Panduan Untuk Pemula*, (Bandung: Nuansa Cendekia, 2014), hlm. 64-65.

<sup>42</sup> *Ibid.*, hlm. 74.

## 2. Prinsip-Prinsip Desain Komunikasi Visual

Dalam membuat karya desain, harus memperhatikan beberapa prinsip kerja desain yang harus diterapkan yaitu, sebagai berikut:

### a. Keseimbangan (*Balance*)

Merupakan pembagian berat yang sama baik visual maupun optik. Desain dikatakan seimbang apabila obyek pada bagian kiri, kanan, atas, dan bawah terkesan sama berat, sehingga nyaman dilihat.

Terdapat dua pendekatan untuk menciptakan keseimbangan yakni, *pertama*, keseimbangan simetris/formal ialah membagi berat masa/ruang antara kanan, kiri, atas, bawah secara simetris atau setara; *kedua*, keseimbangan asimetris, adalah penyusunan desain yang tidak sama antara kanan dan kiri, atas dan bawah, akan tetapi tetap terasa seimbang.<sup>43</sup>

---

<sup>43</sup> *Ibid.*, hlm. 40-42.

### **b. Irama (*Rhytm*)**

Irama atau ritme adalah penyusunan unsur-unsur dengan mengikuti suatu pola tertentu secara teratur agar didapatkan kesan yang menarik.<sup>44</sup> Dalam praktiknya irama dapat dilakukan dengan pengulangan atau pergantian secara teratur.

### **c. Penekanan (*Emphasize*)**

Dominasi berasal dari kata “*dominance*” yang berarti keunggulan. Dominasi merupakan salah satu prinsip dasar yang harus ada dalam karya seni dan desain. Penggunaan penekanan ini dapat membangun visual sebagai pusat perhatian, yang bertujuan untuk menonjolkan salah satu unsur sebagai pusat perhatian.<sup>45</sup> Terdapat beberapa cara untuk menonjolkan elemen visual dalam karya visual, di antaranya

---

<sup>44</sup>Adi Kusrianto, *Pengantar Desain Komunikasi Visual*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2009), hlm. 41.

<sup>45</sup> Lia Anggraini S dan Kirana Nathalia, *Desain Komunikasi Visual: Dasar-dasar Panduan Untuk Pemula* (Bandung: Nuansa Cendekia, 2014), hlm. 43.

sebagai berikut:<sup>46</sup> 1) Kontras, yaitu *focal point* (penekanan) dapat diciptakan dengan cara menggunakan kontras, yaitu obyek yang dianggap penting dibuat berbeda dengan elemen yang lain; 2) Isolasi Obyek, penekanan juga dapat diciptakan dengan cara memisahkan obyek dari kumpulan-kumpulan obyek yang lain; 3) Penempatan Obyek, obyek yang ditempatkan di tengah akan menjadi *focal point*. Elemen desain ini harus mempunyai *stopping power*, dalam artian perlu adanya penonjolan pada salah satu elemen dengan tujuan untuk menarik perhatian pembaca.

#### **d. Kesatuan**

Kesatuan atau *unity* merupakan salah satu prinsip yang menekankan pada keselarasan dari unsur-unsur yang disusun,

---

<sup>46</sup> *Ibid.*, hlm. 44-45.

baik dalam wujudnya maupun kaitannya dengan ide yang melandasinya.<sup>47</sup>

### 3. Konsep *Flat Design* (Desain Datar)

Diera sekarang tren desain datar (*flat design*) semakin menjamur dikalangan desainer. Karakteristiknya yang simpel dan sederhana dengan mengedepankan perpaduan warna yang mendalam serta penggunaan bentuk tipografi yang beragam, menjadikan desain tersebut harmonis dan estetis. *Flat design* tidak hanya digunakan pada *web design*, *icon*, dan *user interface*, tetapi juga dapat diterapkan pada sebuah poster.

Tren desain datar (*flat design*) dipengaruhi oleh desain Swiss yang minimalis dan artistik, pada tahun 1980-an tren tersebut mulai dikembangkan kembali akan tetapi saat itu masih sangat sederhana. Di era sekarang tren *flat design* mulai dipopulerkan kembali dengan banyak variasi

---

<sup>47</sup> Adi Kusrianto, *Pengantar Desain Komunikasi Visual*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2009), hlm. 35.

dan inovasi. Secara umum terdapat empat karakteristik *flat design* yang paling dikenali oleh kalangan desainer, di antaranya sebagai berikut:

**a. Ilustrasi**

Adalah seni gambar yang dimanfaatkan untuk memberi penjelasan atau menyampaikan pesan secara visual. Terdapat beberapa macam bentuk ilustrasi, seperti karya seni sketsa, lukis, grafis, karikatur, dan lain-lain. Ilustrasi merupakan elemen yang kreatif dan fleksibel, oleh karenanya, ilustrasi dapat menjelaskan beberapa subjek yang tidak dapat dilakukan oleh fotografi. Ilustrasi harus dapat memberikan respon atau emosi yang diharapkan pengamat yang dituju.

Gambar. 1.1. Ilustrasi Buah Nanas

(Sumber: [www.google.com](http://www.google.com))



### **b. Tipografi**

Dalam *flat design*, tipografi yang digunakan sangat sederhana dan mudah dibaca dengan menyesuaikan skema desain secara keseluruhan. Tipografi merupakan seni menyusun huruf, dalam artian huruf masih dapat dibaca dan mempunyai nilai seni atau desain. Tipografi digunakan sebagai metode untuk menterjemahkan kata-kata ke dalam bentuk tulisan (visual). Umumnya *font* yang digunakan adalah *typeface* Sans Serif yang tidak berkait dan bersih. Penggunaan tebal

tipisnya huruf juga sangat diperhatikan pada *flat design*.

### Gambar 1.2. Anatomi Tipografi

(Sumber: [www.google.com](http://www.google.com))



#### c. Tata Letak (*Layout*)

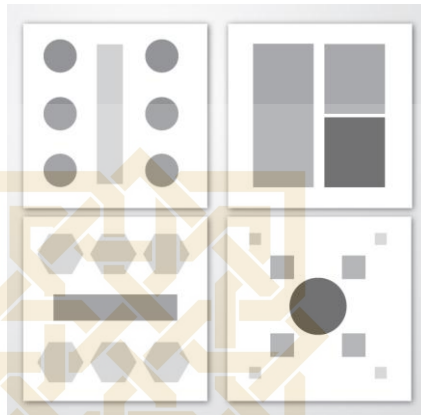
*Layout* merupakan salah satu elemen penting dalam *flat design* yang dapat memberikan keputusan untuk menentukan efisiensi sebuah operasi dalam jangka panjang. Tata letak mempunyai fungsi strategis dalam desain, karena dapat memberikan daya saing bagi perusahaan baik dari segi kapasitas, proses, fleksibilitas, harga, kontak pelanggan, dan citra perusahaan. Tata letak bukan hanya sekedar menata materi atau konten-konten dalam desain, melainkan bagaimana



mengorganisasi ruang. Ada beberapa prinsip dalam membuat *layout* yang baik, di antaranya, a) Proporsi, yakni kesesuaian antara ukuran halaman dengan isi atau elemen-elemen desain lainnya; b) Keseimbangan, adalah penempatan elemen-elemen visual dalam suatu bidang agar terlihat berbobot dan seimbang; c) Penekanan, yaitu membuat fokus utama untuk menarik audien dengan menonjolkan material terpenting di antara konten-konten lainnya, d) Irama, pola yang dibuat oleh elemen-elemen secara berulang, dan e) Kesatuan, yakni hubungan antar elemen-elemen desain yang awalnya berdiri sendiri menjadi satu kesatuan dan memiliki fungsi baru.

Gambar 1.3. Contoh Konsep Tata Letak  
(*Layout*)

(Sumber: [www.google.com](http://www.google.com))



#### **d. Warna**

Merupakan fenomena yang terjadi karena tiga unsur, yaitu cahaya, objek, dan observer. Warna adalah bentuk rangsangan visual yang mempunyai efek dapat mempengaruhi pikiran seseorang. Masing-masing warna memiliki makna tersirat dan mencerminkan suatu perasaan. Warna mempunyai peran penting dalam menghasilkan *flat design* yang baik. Ciri khas warna yang digunakan dalam *flat design* adalah warna-warna yang terang,

cerah, dan kombinasi warna yang harmonis serta saturasi yang berbeda kontras.<sup>48</sup>

Gambar 1.4. Sampel Warna *Flat Design*

(Sumber: [www.google.com](http://www.google.com))



## G. Metode Penelitian

### 1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan metodologi penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif, yakni penelitian yang memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian seperti, perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain dengan cara holistik dan deskripsi

---

<sup>48</sup> Marsha Anindita dan Menul Teguh Riyanti, “Tren *Flat Deisgn* Dalam Desain Komunikasi Visual,” Jurnal Dimensi DKV , Vol.1-No.1 (April 2016), hlm. 3-6.

baik dalam bentuk kata-kata dan bahasa dengan memanfaatkan berbagai teori yang alamiah.<sup>49</sup>

Penelitian ini menggunakan analisis semiotik yaitu, sebuah metode yang menganalisis tentang tanda. Metode semiotika yang dipakai adalah semiotika model Charles Sanders Peirce. Analisis semiotik ini berfungsi untuk membedah makna-makna yang terkandung dalam gambar-gambar yang diunggah oleh akun instagram @rumayshocom.

## **2. Subjek dan Objek Penelitian**

- a. Subjek penelitian ini adalah akun instagram @rumayshocom.
- b. Objek penelitian ini ialah, karya desain @rumayshocom berupa postingan gambar-gambar pada bulan Juni 2018. Fokus penelitian ini adalah dengan menekankan karakteristik *flat design*

---

<sup>49</sup> Lexy J. Moelong, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Edisi Revisi*, (Bandung: Rosdakarya, 2014), hlm. 6.

berupa: ilustrasi, tipografi, dan warna (*color*).

### 3. Sumber Data

- a. Data primer, meliputi karya desain komunikasi visual yang berbentuk poster dakwah digital dari akun instagram @rumayshocom.
- b. Data sekunder, pada penelitian ini ialah berasal dari narasumber yakni *founder* @rumayshocom.

### 4. Metode Pengumpulan Data

Terdapat dua jenis metode pengumpulan data yang akan digunakan pada penelitian ini, yakni sebagai berikut:

#### a. Dokumentasi

Dokumen dapat dipahami sebagai setiap catatan tertulis yang berhubungan dengan suatu peristiwa masa lalu, baik yang dipersiapkan maupun yang tidak dipersiapkan untuk

suatu penelitian.<sup>50</sup> Dokumen yang diambil pada penelitian ini adalah gambar-gambar yang diunggah oleh akun instagram @rumayshocom selama bulan Juni 2018.

Dari gambar yang diunggah selama bulan Juni 2018, peneliti mengambil sampel dengan kriteria sebagai berikut:

1. Gambar yang diambil sesuai dengan unsur-unsur desain komunikasi visual, sebagaimana yang telah disebutkan di atas.
2. Sesuai dengan konsep *flat design*.
3. Gambar yang diunggah mencantumkan logo @rumayshocom.
4. Tidak berbentuk video.
5. Merupakan karya dakwah visual yang diposting bukan pamflet atau informasi kegiatan.

---

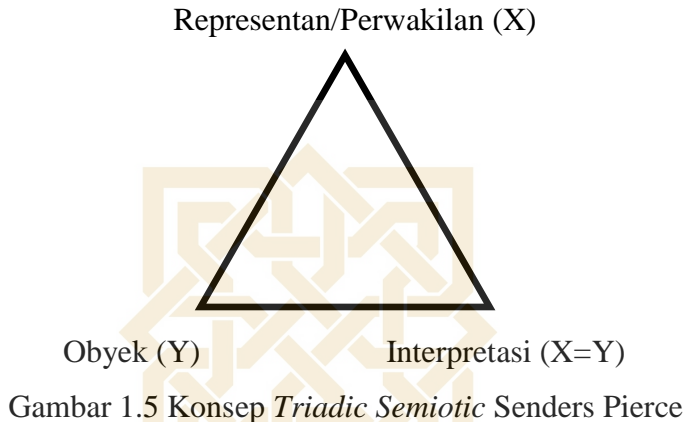
<sup>50</sup> M. Djunaedi Ghony dan Fauzan Almansyur, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2012), hlm. 199.

Selama bulan Juni 2018, @rumayshocom mengunggah poster dakwah digital sebanyak 55 gambar. Dari 55 karya visual tersebut, yang menggunakan skema *flat design* berjumlah 19 gambar. Dari hasil seleksi tersebut, maka peneliti mengambil 3 sampel poster dakwah digital yang akan dijadikan sebagai objek penelitian.

## 5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis semiotika model Charles Sanders Peirce. Prinsip dari teori Peirce bahwa sebuah tanda dapat berfungsi apabila diinterpretasikan kepada penerima tanda, melalui pemahaman makna yang muncul dalam diri penerima tanda. Dalam hal ini, sebuah visual dapat berfungsi sebagai tanda (*sign*) apabila memiliki 3 unsur yang disebut dengan *Triadic Semiotic*. Tiga komponen tersebut terdiri dari representamen (sesuatu yang direpresntasikan), Obyek

(kerangka acuan atau makna), dan interpretan (adanya interpretasi).<sup>51</sup>



Kajian tentang tanda oleh Pierce terfokus pada tiga aspek yaitu ikon, indeks, dan simbol. Ikon adalah tanda yang menyerupai objeknya seperti sebuah foto. Pada ikon, representanmen merupakan representasi dari sebuah obyek dan interpretan mengacu kepada keduanya, seperti potret wajah merupakan representasi dari sebuah wajah dan interpretan membuat hubungan antar keduanya. Indeks merupakan hubungan kedekatan antara tanda

---

<sup>51</sup> Sari Wulandari, “Bedah Logo Autocilin Menggunakan Teori Semiotika,” *Jurnal Humaniora* , Vol.1-No.2 (Oktober 2010), hlm. 481.



dengan acuannya. Interpretan pada indeks cukup mengacu pada representemen saja karena merupakan representasi dari sebuah obyek. Contoh, dengan melihat asap maka interpretan dapat mengetahui adanya api. Simbol yaitu apabila tanda diakui keberadaannya berdasarkan hukum konvensi. Pada simbol, interpretan memiliki hubungan dengan obyek dan representemen, tetapi antara obyek dan representemen tidak berhubungan secara langsung. Misal, interpretan menganggap benda untuk menyimpan uang adalah dompet dan interpretan menuliskannya d-o-m-p-e-t, namun antara benda dan d-o-m-p-e-t tidak ada hubungannya secara langsung.<sup>52</sup>

menandai dua elemen tanda yang disebut sebagai 'bar'. Misalnya kata "open" atau "buka" yang ditempel di depan toko, merupakan tanda yang terdiri atas penanda, kata terbuka dan pertanda, artinya toko terbuka untuk bisnis. Dalam, konteks ini tanda merupakan kombinasi antara penanda dan pertanda tertentu. Penanda atau kata open dapat digunakan untuk pertanda yang berbeda (sehingga

---

<sup>52</sup> *Ibid.*, hlm. 482.

menjadi tanda yang berbeda), menyesuaikan situasi dan konteks pertanda tersebut.<sup>53</sup>

Dalam penelitian ini analisis data akan dilakukan dengan memisahkan masing-masing gambar yang sudah terseleksi menjadi beberapa bagian, selanjutnya dari tiap-tiap bagian dikaji dengan menggunakan semiotika Charles Sanders Peirce. Sebelum menganalisis tanda adalah mengidentifikasi tanda-tanda tersebut. Berdasarkan objeknya, Peirce membagi tanda menjadi tiga bagian, *icon* (ikon), *index* (indeks), dan *symbol* (simbol). Dengan menggunakan ketiga tanda tersebut, dapat mengidentifikasi beberapa jenis tanda sebagai unit analisa yang akan diteliti. Ketiga unsur semiotika pada karya poster digital @rumayshocom tersebut akan dikaji melalui elemen-elemen yang ada di dalamnya seperti ilustrasi, warna, dan tipografi.

---

<sup>53</sup> *Ibid.*, hlm. 20.

## H. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah pemahaman dalam penyusunan skripsi ini, peneliti membuat sistematika pembahasan yang terdiri dari empat bab, di antaranya ialah:

Bab I, merupakan bab pendahuluan yang dijadikan sebagai acuan dalam skripsi ini. Bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab II, berisi tentang deskripsi objek penelitian yakni profil akun instagram @rumayshocom, dan deskripsi tentang desain komunikasi visual pada gambar-gambar yang diunggah @rumayshocom

Bab III, pada bab ini terfokus pada pembahasan mengenai permasalahan-permasalahan penelitian yang meliputi konsep *flat design* pada poster dakwah digital @rumayshocom. Ada beberapa hal yang dapat dijadikan pokok bahasan pada bab ini, pertama, tiap-tiap bagian dianalisis

dengan menggunakan semiotika Ferdinand De Saussure yang didalamnya terdapat dua unsur yaitu penanda (*signifier*) dan pertanda (*signified*). Kedua, dijabarkan dengan menggunakan karakteristik *flat design*. Pada tahap terakhir akan uraikan dengan menggunakan prinsip-prinsip desain komunikasi visual seperti keseimbangan (*balance*), irama (*rhythm*), penekanan/dominasi (*emphasis*), dan kesatuan (*unity*).

Bab IV, pada bab terakhir ini merupakan penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran-saran.



## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian terhadap tiga poster pada akun instagram @rumayshocom yakni *Jangan Biarkan Puasamu Sia-Sia!, Mudahkanlah Orang Yang Berhutang Padamu, Do'a Minta Pertolongan Dari Sifat Malas*, berdasarkan teori semiotika Charles Sanders Peirce terdapat:

1. Ikon berupa piring, sendok, tangan, dompet, awan, karakter laki-laki, perahu, dan air laut.
2. Indeks berupa piring, sendok, dompet, karakter laki-laki, perahu.
3. Gambar piring merupakan simbolisasi rasa lapar, dompet yang kosong menggambarkan orang yang berhutang, sesosok laki-laki sedang tiduran di perahu mencerminkan sifat malas.

Berdasarkan kajian bentuk simbol-simbol yang dimunculkan di dalam poster @rumayshocom adalah poster dakwah yang berkaitan dengan akhlak

dan adab seorang muslim dalam kesehariannya. Pesan-pesan yang terkandung di dalam karya antara lain: (1) Poster *Jangan Bairkan Puasamu Sia-Sia!* dimaknai sebagai bentuk peringatan kepada kaum muslimin yang menjalankan ibadah puasa di bulan Ramadhan, supaya kaum muslimin bersungguh-sungguh dalam menjalankannya, berhati-hati dan menjauhkan diri perkara-perkara yang dapat menggugurkan pahala puasa. (2) Poster *Mudahkanlah Orang Yang Berhutang Padamu* dimaknai piutang agar memberikan tenggat waktu kepada penghutang dalam mengembalikan hutangnya. (3) Poster *Do'a Minta Pertolongan dari Sifat Malas* dimaknai bahwa seorang muslim harus produktif dan mengamalkan do'a terhindar dari sifat malas.

Akun instagram @rumayshocom menggunakan ilustrasi yang sederhana, minimalis tetapi mudah dipahami dengan menonjolkan warna-warna yang hangat dan dinamis sebagai warna yang digunakan pada ketiga poster tersebut, dan penggunaan tipografi yang *fun* dan santai sehingga mudah untuk dibaca serta dipahami pesan-pesan

yang terkandung di dalamnya. Judul yang besar dan karakter hurufnya yang unik, efektif, sugestif dan mudah diingat, sehingga dakwah visual yang dipadukan dengan konsep *flat design* pada karya visual @rumayshocom terlihat *eye catcher*, santai, dan sederhana, akan tetapi pesan-pesan yang disampaikan tetap mengena.

## **B. Saran-Saran**

Setelah melakukan analisis dan menemukan hasil penelitian mengenai konsep *flat design* pada karya visual @rumyashocom, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Dakwah melalui media jejaring sosial khususnya dengan instagram semakin kreatif dan inovatif. Melalui instagram dakwah dikemas dengan sebuah karya visual yang menarik bagi pembaca. Terlebih jika karya visual dakwah tersebut menyesuaikan dengan perkembangan tren desain grafis saat ini, salah satunya adalah tren desain grafis

*flat design*. Maka dakwah akan terlihat lebih unik, menarik, dan dinamis. Bagi instansi, organisasi, atau individu-individu yang bergerak di bidang dakwah, bisa memanfaatkan instagram tersebut sebagai media untuk ber-*amar ma'ruf nahi munkar*, kemudian dikemas dengan tren desain grafis saat ini, maka dakwah terlihat lebih kreatif, *eye catching* dan dinamis.

2. Bagi para peneliti selanjutnya, yang akan mengkaji lebih dalam lagi mengenai desain komunikasi visual, kembangkanlah kajian desain komunikasi visual tersebut ke arah yang lebih luas lagi. Karena ruang lingkup desain komunikasi visual luas, ditambah dengan perkembangan tren desain grafis yang semakin dinamis. Alangkah baiknya sebuah penelitian desain grafis dapat menyesuaikan perkembangan tren desain saat ini.



### C. Penutup

*Alhamdulillah* *robbil 'alamin*, dengan segala karunia, taufik, dan hidayah Allah SWT peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Selama proses pembuatan skripsi ini, peneliti banyak belajar tentang arti kerja keras, manajemen waktu, *istiqomah*, dan optimisme. Semoga sumbangan pemikiran ini dapat berguna bagi pembaca dan dapat menjadi rujukan bagi penelitian selanjutnya. Peneliti juga menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan karena keterbatasan kemampuan yang peneliti miliki. Tidak lupa peneliti mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

**DAFTAR PUSTAKA**

Buku:

Adi Kusrianto, *Pengantar Desain Visual*, cetakan pertama, Yogyakarta: Penerbit Andi, 2009.

Lexi J. Moelong, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Edisi Revisi*, Bandung: Rosdakarya, 2014.

Lia Anggraini S dan Kirana Nathalia, *Desain Komunikasi Visual: Dasar-dasar Panduan Untuk Pemula*, Bandung: Nuansa Cendekia, 2014.

Muhammad Abduh Tuasikal, *50 Do'a Mengatasi Problem Hidup* Yogyakarta: Penerbit Rumaysho, 2017.

M. Djuanedi Ghony dan Fauzan Almansyur, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2012.

Rakhmat Supriyono, *Desain Komunikasi Visual: Teori dan Aplikasi*, Yogyakarta: Penerbit Andi, 2010.

Sumbo Tinarbuko, *DEKAVE Desain Komunikasi Visual Penanda Zaman Masyarakat Global*, Yogyakarta: CAPS, 2015.

Wahyu Ilaihi, *Dakwah*, Bandung: Rosda, 2013.

Rujukan dari Skripsi dan Jurnal:

Marsha Anandita dan Menul Teguh Riyanti, April 2016, “*Tren Flat Design dalam Desain Komunikasi Visual.*” *Jurnal Dimensi DKV*. Volume 1 No. 1.

Sari Wulandari, Oktober 2010, “*Bedah Logo Autocilin Menggunakan Teori Semiotika.*” *Jurnal Humaniora*. Volume 1 No. 2.

Bayu, Konsep Desain Komunikasi Visual Website Muslli.or.id Sebagai Media Dakwah, skripsi tidak diterbitkan (Yogyakarta: Jurusan KPI Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga 2014).

Fitrianan Maunah, *Konsep Desain Komunikasi Visual Rubrik Fashion Pada Majalah Hijabella Edisi Januari 2015*, (Yogyakarta: Jurusan KPI Fakultas Dakwah dan , UIN Sunan Kalijaga 2015)

Rujukan dari internet:

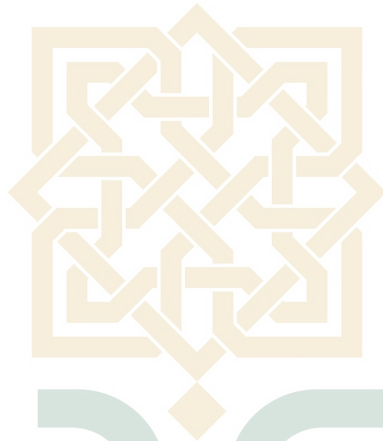
<http://muslim.or.id/ramadhan/dahsyatnya-sedekah-di-bulan-ramadhan.html>

<http://www.dakwatuna.com/2008/04/30/573/makna-shadaqah/#axzz482UbsIIk d>

<http://ptpetakumpet.blogspot.co.id/2009/09/petakumpet-dari-komunitas-menjelma-jadi.html>.

[www.lazismu.org/index.php/explore/program](http://www.lazismu.org/index.php/explore/program)

[www.lazismu.org/index.php/explore/latarbelakang](http://www.lazismu.org/index.php/explore/latarbelakang)



# LAMPIRAN

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. Identitas Diri

Nama : Achmad Mujahid Syayaf  
Tempat  
Tanggal Lahir : Cilacap, 18 September 1993  
Alamat : Jl. Raya Jeruklegi Kulon,  
Dusun Danasri, RT.08/  
RW.04, Jeruklegi, Cilacap  
Nama Ayah : Sudiman  
Nama Ibu : Triyati

### B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
  - a. SD Negeri 01 Jeruklegi Kulon, 2005
  - b. SMP Negeri 01 Jeruklegi, 2008
  - c. MAN 01 Cilacap, 2011
2. Pendidikan Non-Formal
  - a. Pondok Pesantren Al-Fallah Cilacap, 2011
  - b. Rumah Dakwah Ibnu Mas'ud Yogyakarta, 2014
  - c. Rumah Tahfidzqu Deresan Yogyakarta, 2014

### C. Prestasi/Penghargaan

1. Program Director Terbaik, Workshop Pengenalan Produksi Siaran Televisi PPTD UIN Sunan Kalijaga, 2011

#### D. Pengalaman Organisasi

1. KAMMI UIN Sunan Kalijaga, 2011
2. UKM Al-Mizan UIN Sunan Kalijaga, 2011
3. SUKA TV UIN Sunan Kalijaga, 2011
4. LDF For-ID UIN Sunan Kalijaga, 2013
5. Madrasah Pemikiran Islam (MPI), UIN Sunan Kalijaga, 2014
6. Kajian Muslim (KAMUS) Masjid Nurul 'Ashri, 2017

Yogyakarta, 4 Desember 2018

Achmad Mujahid Syayaf



Nomor: UIN/02/R.Kaw/190/9/2009/2011



KEMENTERIAN AGAMA RI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUNAN KALIJAGA

# Sertifikat

diberikan kepada:

Nama : Achmad Mujahid S.  
NIM : 1121.0047  
Fakultas/Prodi : Dakwah/ Komunikasi dan Penyuluhan Islam  
Sebagai : Peserta

atas keberhasilannya menyelesaikan semua tugas workshop  
**SOSIALISASI PEMBELAJARAN DI PERGURUAN TINGGI**  
Bagi Mahasiswa Baru UIN Sunan Kalijaga Tahun Akademik 2011/2012  
tanggal 09 s.d. 08 September 2011 (20 jam pelajaran)

Di Jakarta, 09 September 2011  
Rektor  
Sembang Mulyo Rektor Bidang Kemahasiswaan



Dr. Achmad Miftah, M.Pd.  
NIP. 19680705 198603 1000





**SERTIFIKAT**

No. 118/PAN-OPAK/UNIV/UN.YK.AA.09/2011

diberikan kepada :

*Achmad Muhand Syarif*

atas partisipasinya sebagai :

**PESERTA**

Dalam Orientasi Pengenalan Akademik & Kemahasiswaan (OPAK) 2011 yang diselenggarakan oleh Panitia Orientasi Pengenalan Akademik & Kemahasiswaan (OPAK) 2011 dengan tema :

*Memunculkan Peran mahasiswa Ujaya Mewujudkan Bhinneka Tunggal Ika*  
pada 14-16 September 2011 di Kampus UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Yogyakarta, 16 September 2011

Pembantu Rektor III  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

*[Signature]*  
D. H. Anandakrishnan, M.Pd  
NIR. 19400919886011006

Dewan Eksekutif Mahasiswa (DEMA)  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

*[Signature]*  
Ahdul Khoiid  
Presiden

Panitia OPAK 2011  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

*[Signature]*  
M. Fauzi  
Ketua  
*[Signature]*  
Ach. Sulaiman  
Sekretaris



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
LEMBAGA PENELITIAN DAN  
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (LP2M)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## SERTIFIKAT

Nomor : UIN.02/L.2/PP.06/P3.492/2014

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta memberikan sertifikat kepada :

Nama : Achmad Mujahid S  
Tempat, dan Tanggal Lahir : Cilacap, 18 September 1993  
Nomor Induk Mahasiswa : 11210047  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

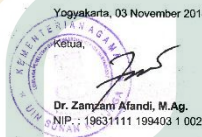
yang telah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Integrasi-Interkoneksi Tematik Poodaya Berbasis Masjid Semester Khusus, Tahun Akademik 2013/2014 (Angkatan ke-83), di :

Lokasi : Sukoharjo 6  
Kecamatan : Ngaglik  
Kabupaten/Kota : Kab. Sleman  
Propinsi : D.I. Yogyakarta

dari tanggal 07 Juli 2014 s.d. 17 September 2014 dan dinyatakan LULUS dengan nilai 96,00 (A). Sertifikat ini diberikan sebagai bukti yang bersangkutan telah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) dengan status intrakurikuler dan sebagai syarat untuk dapat mengikuti ujian Munqasyah Skripsi.



Yogyakarta, 03 November 2014



Dr. Zamzani Afandi, M.Ag.  
NIP. : 19631111 199403 1 002

# Bertifikat

Nomor : UIN.2/L.4/PP.00.9/295/2011

diberikan kepada :

ACHMAD MUJAHID SYAZZAF  
NIM. 11210047

sebagai

**PESERTA AKTIF**

dalam kegiatan Pendidikan Pemakai Perpustakaan (User Education)  
pada Tahun Akademik 2011/2012 yang diselenggarakan  
oleh Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta



Yogyakarta, 1 November 2011  
Kepala Perpustakaan,  
**Dr. M. Sofjin Arianto, S.Ag., SIP., M.I.S**  
NIP. 19700906 199903 1 012



UJIAN SERTIFIKASI TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI

diberikan kepada  
Nama : Achmad Mulyand S

NIM : 11210047

Fakultas : Dakwah Dan Komunikasi

Jurusan/Prodi : Komunikasi Dan Penyiaran Islam

Dengan Nilai :

No.	Materi	Angka	Huruf
1.	Microsoft Word	95	A
2.	Microsoft Excel	60	C
3.	Microsoft Power Point	95	A
4.	Internet	70	C
5.	Total Nilai	80	B
Predikat Kelulusan : Memuaskan			

Standar Nilai

Angka	Huruf	Predikat
86 - 100	A	Sangat Memuaskan
66 - 85	B	Memuaskan
41 - 55	D	Kurang
0 - 40	E	Sangat Kurang





Kepala Kantor: 10 Agustus 2018  
 Ketua Fakultas  
 Dakwah dan Komunikasi  
 Y O C Y A K A H I A  
 Sunan Kalijaga  
 59220311 200604 2 0002  
 Rokhmawati Uyun, S.T., M.Kom.









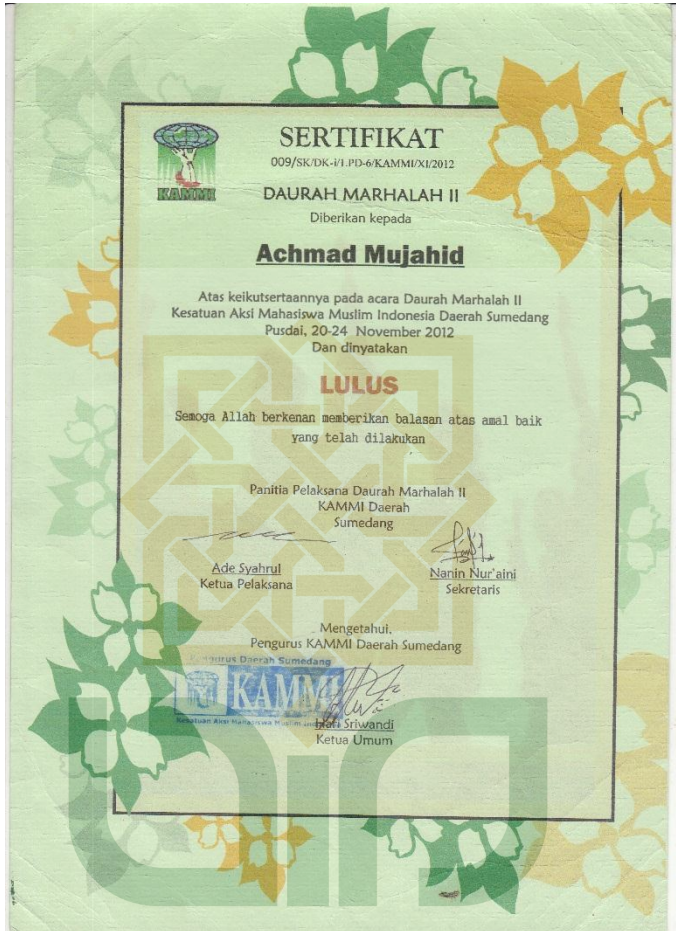
Pusat Pengembangan Teknologi Dakwah (PPTD)  
Fakultas Dakwah  
Divisi Televisi dan Multimedia

**PIAGAM PENGHARGAAN**  
diberikan kepada  
**ACHMAD MUJAHID SYRYAF**  
sebagai  
**PROGRAM DIRECTOR TERBAIK**  
"WORKSHOP PENGENALAN PRODUKSI SARAN TELEVISI"  
yang dilaksanakan pada 29 Oktober - 20 November 2011

Ketua PPTD



Drs. Moh. Nazili, M.Pd  
NIP. 19630210191031002









REPUBLIK INDONESIA  
MAJELIS PERMUSYAWARATAN RAKYAT REPUBLIK INDONESIA

**Sertifikat**

Mengempukn pengumuman yang setinggi-tingginya kepada:  
**Achmad Muzahid Basyraf**

Sebagai Peserta  
Dalam Kegiatan Sosialisasi Pancasila, Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945  
Negara Kesatuan Republik Indonesia, dan Bhinneka Tunggal Ika  
Di.....  
Semoga Tuhan Yang Maha Esa mengimpukn refomat dan hidayah-Nya kepada kita semua.




Wakil Ketua  
*[Signature]*

Wakil Ketua  
*[Signature]*

Wakil Ketua  
*[Signature]*

Wakil Ketua  
*[Signature]*

H. MELANI LEMANA SUDARJI, Drs. HARJANANTO V. THORANI, MA, LUKMAN HANIFA, S.Pd, DR. AHMAD FAHMAN HARUN, M.S.

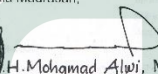
  
**KEMENTERIAN AGAMA**  
**REPUBLIK INDONESIA**  
**IJAZAH**  
**MADRASAH ALIYAH**  
**PROGRAM : ILMU PENGETAHUAN SOSIAL**  
 TAHUN PELAJARAN 2010/2011  
 Nomor : MA.01/11.0/PP.011/0197/2011


Yang bertanda tangan di bawah ini, Kepala Madrasah Aliyah ... Negeri ...  
 Cilacap ..... menerangkan bahwa :

nama : **ACHMAD MUJAHID SYAYYAF**  
 tempat dan tanggal lahir : **Cilacap, 18 September 1993**  
 nama orang tua : **Sudiman**  
 madrasah asal : **MA Negeri Cilacap**  
 nomor induk : **8813**

**LULUS**

dari satuan pendidikan berdasarkan hasil Ujian Nasional dan Ujian Madrasah serta telah memenuhi seluruh kriteria sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

Cilacap, 16 Mei ..... 2011  
 Kepala Madrasah,  
  
**H. Mohamad Alwi, M.Pd.**  
 106206241092001001



KEMENTERIAN AGAMA  
 MADRASAH ALIYAH  
 NEGERI  
 CILACAP

**MA 110000459**

Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Islam  
 Nomor : DJ/1071/1916-A/2011 Tanggal 17 Februari 2011