

**ANALISIS ELEMEN VISUAL POSTER KAJIAN DALAM AKUN  
INSTAGRAM @akhwatcreativeproject PERSPEKTIF SEMIOTIKA ROLAND  
BARTHES**



**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1

Disusun Oleh:

**Hairul Amin**

NIM : 21102010046

Dosen Pembimbing;

**Drs. Mukhammad Sahlan, M.Si**

NIP. 19680501 199303 1 006

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FALULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**2025**

# SURAT PENGESAHAN SKRIPSI



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

## PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1248/Un.02/DD/PP.00.9/08/2025

Tugas Akhir dengan judul : ANALISIS ELEMEN VISUAL POSTER KAJIAN DALAM POSTINGAN AKUN INSTAGRAM @AKHWATCREATIVEPROJECT PERSPEKTIF SEMIOTIKA ROLAND BARTHES

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : HAIRUL AMIN  
Nomor Induk Mahasiswa : 21102010046  
Telah diujikan pada : Rabu, 13 Agustus 2025  
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

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

### TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Drs. Mukhammad Sahlan, M.Si  
SIGNED

Valid ID: 68a725a082134



Penguji I

Dra. Anisah Indriati, M.Si  
SIGNED

Valid ID: 68a727bc5ecc0



Penguji II

Muhamad Lutfi Habibi, M.A.  
SIGNED

Valid ID: 68a718f55418d



Yogyakarta, 13 Agustus 2025  
UIN Sunan Kalijaga  
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Prof. Dr. Arif Maftuhin, M.Ag., M.A.I.S.  
SIGNED

Valid ID: 68a7b18d2516

## SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI



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 saya selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Hairul Amin  
NIM : 21102010046  
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Judul Skripsi : Analisis Elemen Visual Poster Kajian dalam Postingan Akun Instagram @akhwatcreativeproject Perspektif Semiotika Roland Barthes

Telah dapat diajukan dan didaftarkan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan/Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) dalam bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Dengan ini kami berharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqsyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum wr.wb,*

Yogyakarta, 05 Agustus 2025

Mengetahui,

Ketua Program Studi,

Dosen Pembimbing

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

Drs. Mukhammad Sahlan, M.Si  
NIP. 19680501 199303 1 006

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

### SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hairul Amin  
NIM : 21102010046  
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul “Analisis Elemen Visual Poster Kajian dalam Akun Instagram @akhwatcreativeproject Perspektif Semiotika Roland Barthes” 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.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 05 Agustus 2025

Yang menyatakan,



Hairul Amin

21102010046

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KAHJAJA  
YOGYAKARTA

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati dan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, yang telah membimbing setiap langkah dalam perjalanan panjang ini. Karya ilmiah sederhana ini penulis persembahkan untuk almamater tercinta, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Dalam setiap bab yang tersusun, tersimpan harapan bahwa ilmu yang telah diraih tidak berhenti pada lembaran skripsi ini, melainkan hidup dalam praksis, hadir dalam tindakan, dan bermanfaat dalam kenyataan.

Kepada para dosen, pembimbing, dan seluruh insan akademik yang telah menjadi suluh dalam lorong pencarian ilmu, penulis menyampaikan hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya. Semoga setiap ilmu dan nilai yang ditanamkan menjadi amal jariyah yang terus mengalir.

Dan kepada almamater yang telah menjadi rumah intelektual, semoga karya ini menjadi jejak kecil yang jujur dan tulus sebagai bentuk cinta, rasa terima kasih, dan pengabdian. Semoga skripsi ini bukan akhir dari perjalanan, melainkan awal bagi penulis untuk terus berjalan sebagai laki-laki, komunikator, dan insan yang tak henti mencari makna di balik setiap tanda.

*Yogyakarta, 01 Agustus 2025*

## **MOTTO**

"Setiap tanda adalah ayat, dan setiap makna adalah panggilan untuk berpikir. Karena Allah menciptakan segala sesuatu bukan tanpa maksud."



## **KATA PENGANTAR**

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya yang tiada henti, sehingga skripsi ini akhirnya dapat terselesaikan. Dibalik setiap paragraf yang tertulis, ada doa yang tak pernah lelah dipanjatkan, ada kegelisahan yang perlahan dijinakkan, dan ada harapan yang terus dijaga agar ilmu ini membawa kebermanfaat.

Skripsi ini bukan sekadar pemenuhan kewajiban akademik, melainkan jejak dari proses panjang penulis dalam memahami bahwa setiap tanda memiliki makna, dan setiap makna layak untuk direnungkan.

Dengan judul “Analisis Elemen Visual Poster Kajian dalam Akun Instagram @akhwatcreativeproject Perspektif Semiotika Roland Barthes”, karya ini lahir dari ketertarikan penulis terhadap dinamika komunikasi visual dalam ruang dakwah digital, serta dorongan untuk menguraikan pesan-pesan yang kerap tersembunyi dibalik simbol, warna, dan tata letak.

Selama proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa pencapaian ini bukanlah hasil dari usaha pribadi semata. Banyak pihak yang telah hadir, memberi dukungan, bimbingan, dan doa yang tulus. Maka dengan penuh rasa hormat dan terima kasih, penulis menyampaikan penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Prof. Noorhaidi Hasan, S.Ag., M.A., M.Phil., Ph.D.
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Prof. Dr. Arif Maftuhin, M.Ag., M.A.I.S.
3. Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Saptoni, M.A.
4. Dosen Pembimbing Akademik, Muhamad Lutfi Habibi, M.A. yang tak hanya menjadi dosen pembimbing akademik, tetapi memberikan arahan yang tidak hanya akademik, tetapi juga menguatkan secara pribadi.
5. Dosen Pembimbing Skripsi, Drs. Mukhammad Sahlan, M.Si yang dengan penuh kesabaran, ketulusan, dan dedikasi tinggi telah membimbing penulis. Terima kasih telah meluangkan waktu, tenaga, dan perhatian untuk membantu penulis menyusun karya ini.
6. Seluruh dosen Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, serta civitas akademika Fakultas Dakwah dan Komunikasi, yang telah menjadi bagian penting dalam perjalanan keilmuan penulis selama ini.
7. Untuk Kedua orang tuaku tercinta. Mak Tirah dan Pak Rukman. Terimakasih telah menjadi sumber kekuatan dalam diam, tempat berpulang dalam letih, dan teladan dalam kesabaran. Doa-doa kalian yang lirih di sepertiga malam, nasihat yang tak pernah putus, serta kasih sayang yang tak tergantikan menjadi pilar utama yang menguatkan penulis untuk tetap melangkah. Terima kasih atas keikhlasan, pengorbanan, dan cinta tanpa syarat yang tak pernah lekang oleh waktu. Tanpa

restu dan dukungan kalian, pencapaian ini tidak akan pernah memiliki arti yang utuh. Terima kasih untuk segalanya. Untuk setiap pagi yang kalian mulai lebih awal demi memastikan anakmu bisa belajar dengan tenang; untuk malam-malam yang kalian akhiri dengan doa agar anakmu diberi kekuatan. Bapak dan Mak adalah alasan mengapa penulis tetap bertahan, bahkan ketika segala sesuatu terasa berat. Keringat dan air mata kalian yang tak pernah diperlihatkan, menjadi bahan bakar terkuat dalam perjalanan ini. Keteguhan Bapak adalah teladan. Doa Mak adalah penebih. Semuanya menjadi bagian dari setiap halaman yang tertulis.

8. Saudara-saudaraku yang selalu menjadi wadah yang sekaligus menjadi tempat pulang. Kak Fajar, Kak Faisol, Puk An, Puk Er, Puk Us, Alm. Puk Sus, Alm. Puk Sus, Alm. Puk Fatim, Alm. Puk Ris. Terimakasih sudah senantiasa membantu proses bertumbuhku, meski kita terlahir dari keluarga yang kurang berada, kalian selalu mampu menciptakan kemewahan di dalamnya. Dan finally Adik bungsu kalian kini sudah berhasil menyelesaikan tahap terakhir perkuliahannya. Gelar ini aku persembahkan untuk kalian semua.
9. Untuk teman-teman Keluarga Solidarity 21. Terimakasih yang sebesar-besarnya. Kehadiran kalian bukan hanya menjadi penghibur di tengah lelahnya perkuliahan dan jauhnya kampung halaman, tetapi juga menjadi penopang dalam menghadapi berbagai dinamika kehidupan di tanah rantau. Kebersamaan, dukungan moral, diskusi-diskusi panjang, dan saling menyemangati di saat-saat sulit menjadi bagian yang tak terpisahkan dari proses penyusunan skripsi ini.

10. Terima kasih juga penulis sampaikan kepada seluruh teman-teman seangkatan Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2021, yang telah menjadi bagian dari perjalanan akademik ini. Kebersamaan dalam belajar, berdiskusi, saling mendukung, serta menghadapi berbagai dinamika perkuliahan telah menjadi pengalaman berharga yang memperkaya proses penyusunan skripsi ini. Semoga silaturahmi dan semangat bertumbuh bersama ini terus terjaga dalam langkah-langkah kita ke depan.
11. Teman-teman KKN Khatulistiwa. Adnan, Kamal, Qowiy, Ades, Hana, Dila, Jasmin dan juga teman-teman KKL IAIN Pontianak. Bang Oliq, Bang Yanto, Ravico, Bang Alif, Bang Mad, Bang Topik, Bang Daus, Hendri, Bang Uwais, Bang Daus, Bi' Cu', Nelly, Nilam, Eva, Hesti, Fitri, Indah, Tiara, Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan yang telah menjadi bagian dari pengalaman belajar di luar kampus yang penuh makna. Terima kasih atas kebersamaan, kerja sama, canda tawa, dan semangat gotong royong yang tumbuh selama masa pengabdian.
12. Terimakasih juga untuk temen-temen Bani Ahsan yang sangat amat berkontribusi dalam keberlangsungan hidup di era skripsi ini. Aufa, Akbar, Ahsan, Ara, Nanik, Azizah, Dina, Ruhana. Kehadiran kalian bukan hanya sebagai pengisi hari-hari penuh tekanan, tetapi juga sebagai support system yang nyata dalam bentuk tawa, dorongan semangat, hingga bantuan sederhana yang sangat berarti.
13. Tak lupa, penulis juga menyampaikan terima kasih kepada teman-teman magang di Jawa Pos Radar Solo. Agil, Aufa, dan Akbar, atas kebersamaan, kekompakan, dan semangat belajar yang tercipta selama masa magang. Pengalaman tersebut

bukan hanya menambah wawasan praktis dalam dunia media, tetapi juga meninggalkan kenangan dan pelajaran berharga yang turut membentuk perjalanan penulis hingga ke tahap akhir penulisan skripsi ini.

14. Teruntuk Moh. Hendriyadi, Terimakasih sudah menjadi saudara tak sedarah dalam perantauan. Menjadi tempat berdiskusi semua hal tentang hidup, selalu berusaha sama-sama menguatkan dan saling menyemangati. Terimakasih sudah menjadi teman saat otak tak lagi mampu melanjutkan skripsi, saat hati tak sanggup menahan amarah revisi dan bahkan saat tubuh sudah lelah dengan masalah yang datang silih berganti.

15. Semua pihak yang telah berkontribusi dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, namun kehadirannya sangat terasa disetiap proses. Terima kasih atas doa, dukungan, tenaga, dan waktu yang telah diberikan. Sekecil apa pun peran yang hadir, semuanya menjadi bagian penting yang membentuk keberhasilan ini.

16. *And the last but not least*, Untuk Diriku Sendiri, Hairul Amin. Terima kasih telah bertahan sejauh ini. Terima kasih karena tidak pernah benar-benar menyerah, meski terkadang sempat ingin. Kepada diriku sendiri, seorang laki-laki sederhana dengan impian yang sering kali lebih besar dari keyakinan yang dimiliki, yang diam-diam memikul banyak beban tanpa suara, menyimpan lelah di balik senyum, dan terus melangkah meski dunia terasa berat. Aku bangga padamu.

Terima kasih telah melewati malam-malam panjang, rasa ragu, takut gagal, dan keinginan untuk berhenti. Terima kasih karena tetap memilih jalan ini, meski

jalannya tidak selalu mudah. Setiap keringat dan air mata, semoga menjadi saksi bahwa kamu benar-benar berusaha, bukan hanya untuk diri sendiri, tetapi juga untuk membanggakan orang tua, keluarga, dan orang-orang yang percaya padamu. Kau pernah merasa kecil dan tidak yakin, merasa tak ada tempat bersandar, tetapi tetap berjalan dan berserah. Aku tahu, tidak semua pencapaianmu dirayakan, tapi itu tidak mengurangi nilainya. Justru dari situ kamu belajar bahwa nilai terbesar ada pada keikhlasan dan kesungguhan, bukan pujian.

Rayakan perjalanan ini, bukan karena akhirnya kamu sampai, tapi karena kamu tidak berhenti. Kau tidak pernah sendiri, Allah selalu membersamai. Dan dari sini, teruslah berjalan. Menjadi versi terbaik dari Hairul Amin yang kuat, yang rendah hati, yang tahu bahwa perjuangan hari ini adalah pijakan untuk masa depan yang penuh manfaat bagi sesama.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa kesempurnaan hanyalah milik Allah SWT. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari adanya berbagai keterbatasan, baik dari segi waktu, kemampuan analisis, maupun kedalaman kajian teori. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan sebagai bahan evaluasi dan perbaikan di masa yang akan datang.

Semoga skripsi yang berjudul “*Analisis Elemen Visual Poster Kajian dalam Akun Instagram @akhwatcreativeproject Perspektif Semiotika Roland Barthes*” ini dapat memberikan manfaat, tidak hanya bagi penulis secara pribadi, tetapi juga bagi siapa

pun yang tertarik untuk memahami bagaimana makna disusun, disampaikan, dan diinterpretasi dalam media visual dakwah digital. Besar harapan penulis agar karya ini dapat menjadi salah satu kontribusi kecil dalam ranah ilmu komunikasi dan penguatan narasi Islam di ruang digital. Terima kasih.



## ABSTRAK

Hairul Amin, (21102010046). Analisis Elemen Visual Poster Kajian Dalam Akun Instagram @Akhwatcreativeproject Perspektif Semiotika Roland Barthes.

Skripsi, Yogyakarta : Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2025.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis elemen visual dalam poster kajian pada akun Instagram @akhwatcreativeproject dengan pendekatan semiotika Roland Barthes dan teori representasi Stuart Hall. Dalam era dakwah digital, media sosial berperan penting dalam menyampaikan pesan keagamaan secara visual, terutama kepada generasi muda. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik analisis semiotika Roland Barthes (denotasi, konotasi, mitos) terhadap lima poster kajian, dengan dokumentasi sebagai teknik pengumpulan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada level denotasi, poster menyampaikan informasi faktual mengenai tema, penerbit, dan waktu kajian secara jelas. Pada level konotasi, elemen visual seperti kupu-kupu, bunga, cahaya, dan kunci menghadirkan simbol transformasi diri, spiritualitas, serta kesucian, sedangkan kombinasi warna gelap dan lembut menegaskan identitas perempuan muslimah. Pada level mitos, poster membangun konstruksi ideologis tentang religiusitas, pernikahan, ilmu, dan perjalanan hidup dalam perspektif Islam. Melalui kerangka representasi Stuart Hall, ditemukan empat bentuk representasi utama. Simbolisme religius (penggantian figur manusia dengan simbol benda), femininitas Islami (pemakaian warna dan gaya desain khas muslimah), dakwah digital estetis (pengemasan pesan sesuai prinsip desain komunikasi visual), serta edukasi dan moralitas (penekanan pada nilai akhlak Islam). Kesimpulannya, poster kajian @akhwatcreativeproject tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai ruang representasi nilai, identitas, dan budaya visual Islam di era digital. Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan kajian komunikasi visual Islam serta dapat menjadi rujukan praktis bagi kreator dakwah digital.

**Kata Kunci:** Elemen Visual, Poster Kajian, Instagram, Semiotika Roland Barthes, Representasi Stuart Hall.

## **ABSTRACT**

*Hairul Amin, (21102010046, 2025). Analysis of Visual Elements in Study Posters on the Instagram Account @Akhwatcreativeproject from Roland Barthes' Semiotic Perspective*

*Thesis, Yogyakarta: Faculty of Da'wah and Communication, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2025.*

*This study aims to analyze the visual elements in study posters on the Instagram account @akhwatcreativeproject using Roland Barthes' semiotic approach and Stuart Hall's theory of representation. In the era of digital da'wah, social media plays an important role in conveying religious messages visually, especially to the younger generation. This study employs a descriptive qualitative method with Roland Barthes' semiotic analysis techniques (denotation, connotation, myth) applied to five study posters, using documentation as the data collection technique. The results indicate that at the denotative level, the posters clearly convey factual information about the theme, presenter, and time of the study. At the connotative level, visual elements such as butterflies, flowers, light, and keys symbolize self-transformation, spirituality, and purity, while the combination of dark and soft colors emphasizes the identity of Muslim women. At the mythical level, the posters construct ideological frameworks about religiosity, marriage, knowledge, and the journey of life from an Islamic perspective. Through Stuart Hall's representational framework, four main forms of representation were identified. Religious symbolism (replacing human figures with symbolic objects), Islamic femininity (use of colors and design styles characteristic of Muslim women), aesthetic digital da'wah (packaging messages according to visual communication design principles), and education and morality (emphasis on Islamic ethical values). In conclusion, the @akhwatcreativeproject study posters not only function as a medium of information but also as a space for representing Islamic values, identity, and visual culture in the digital age. This research contributes to the development of Islamic visual communication studies and can serve as a practical reference for digital da'wah creators.*

**Keywords:** *Visual Elements, Study Posters, Instagram, Roland Barthes' Semiotics, Stuart Hall's Representation.*

## DAFTAR ISI

<b>SURAT PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	ii
<b>SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	iii
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>MOTTO</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>ABSTRAK</b> .....	xiv
<b>ABSTRACT</b> .....	xv
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xvi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xviii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xix
<b>BAB I</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>A. Latar Belakang</b> .....	1
<b>B. Rumusan Masalah</b> .....	11
<b>C. Tujuan Penelitian</b> .....	11
1. Kegunaan Teoritis .....	11
2. Kegunaan Praktis .....	12
<b>D. Kajian Pustaka</b> .....	12
<b>E. Kerangka Teori</b> .....	17
1. Desain Komunikasi Visual .....	17
2. Poster .....	30
3. Semiotika Roland Barthes .....	35
4. Representasi Stuart Hall .....	40
<b>F. Metode Penelitian</b> .....	42
1. Jenis Penelitian .....	42
2. Pendekatan Penelitian .....	43
3. Subjek dan Objek Penelitian .....	44
4. Sumber Data .....	46
5. Metode Pengumpulan Data .....	47

6. Analisis Data.....	48
<b>G. Sistematika Pembahasan.....</b>	<b>49</b>
<b>BAB II.....</b>	<b>53</b>
<b>GAMBARAN UMUM.....</b>	<b>53</b>
<b>A. Komunitas Akhwat Creatif Project.....</b>	<b>53</b>
1. Sejarah.....	53
2. Visi Misi.....	55
3. Logo dan Filosofinya.....	55
4. Profil Pendiri.....	57
5. Tujuan dan Goals.....	58
6. Struktur Komunitas.....	60
<b>BAB III.....</b>	<b>63</b>
<b>ANALISIS ELEMEN VISUAL POSTER KAJIAN DALAM AKUN INSTAGRAM</b>	
<b>@akhwatcreativeproject PERSPEKTIF SEMIOTIKA ROLAND BARTHES.....</b>	<b>63</b>
<b>A. Analisis Poster Kajian Webinar Eksklusif “Gangguan Mental Mengganggu</b>	
<b>Produktivitas” (29 Januari 2025).....</b>	<b>65</b>
<b>B. Analisis Poster Menanam Fondasi Keluarga (5 Oktober 2024).....</b>	<b>74</b>
<b>C. Analisis Poster Kunci-kunci Menjadikan Ilmu sebagai Karakter (11 September</b>	
<b>2024).....</b>	<b>81</b>
<b>D. Analisis Poster Jangan Menikah Karena Terlanjur Cinta (5 September 2024).....</b>	<b>88</b>
<b>E. Analisis Poster Journey of Life (23 Agustus 2024).....</b>	<b>95</b>
<b>F. Analisis Representasi Stuart Hall.....</b>	<b>102</b>
<b>BAB IV.....</b>	<b>106</b>
<b>PENUTUP.....</b>	<b>106</b>
<b>A. KESIMPULAN.....</b>	<b>106</b>
<b>B. Saran.....</b>	<b>109</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>111</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>115</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 : Screenshot akun instagram @akhwatcreativeproject.....	6
Gambar 1. 2 : Postingan @akhwatcreativeproject .....	7
Gambar 1. 3 : Contoh Font Serif.....	20
Gambar 1. 4 : Contoh Font Sans Serif .....	21
Gambar 1. 5 : Contoh Font Script .....	21
Gambar 1. 6 : Contoh Font Display .....	22
Gambar 1. 7 : Contoh Font Monospace .....	22
Gambar 1. 8 : Two Orders of Siginification dari Roland Barthes .....	39
Gambar 2. 1 : Logo Komunitas Akhwat Creative Project .....	55
Gambar 3. 1 : Poster Kajian Webinar Eksklusif “Gangguan Mental Mengganggu Produktivitas” .....	65
Gambar 3. 2 : Poster Menanam Fondasi Keluarga .....	74
Gambar 3. 3 : Poster Kunci-kunci Menjadikan Ilmu sebagai Karakter .....	81
Gambar 3. 4 : Poster Journey of Life .....	95

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 : Struktur Kepengurusan Komunitas Akhwat Creative Project .....	60
Tabel 3. 1 : Identifikasi visual poster 1 .....	66
Tabel 3. 2 : Identifikasi Penanda Petanda Poster 1 .....	67
Tabel 3. 3 : Identifikasi visual poster 2 .....	74
Tabel 3. 4 : Identifikasi Penanda Petanda Poster 2 .....	76
Tabel 3. 5 : Identifikasi visual poster 3 .....	82
Tabel 3. 6 : Identifikasi Penanda Petanda Poster 3 .....	84
Tabel 3. 7 : Identifikasi visual poster 4 .....	88
Tabel 3. 8 : Identifikasi Penanda Petanda Poster 4 .....	91
Tabel 3. 9 : Identifikasi visual poster 5 .....	96
Tabel 3. 10 : Identifikasi Penanda Petanda Poster 5 .....	98



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Desain komunikasi visual merupakan seni memvisualisasikan sebuah pesan menjadi visual dengan tampilan yang diinginkan. Dengan perpaduan unsur-unsur desain seperti garis, bentuk, warna, tipografi atau bahkan tekstur akan menciptakan sebuah perpaduan yang memiliki pesan tersendiri. Desain komunikasi visual berperan untuk mentransformasikan pesan-pesan menjadi sebuah visual yang menarik sehingga dapat dengan mudah audiens menerima pesan yang disampaikan. Untuk membuat pesan dakwah lebih mudah dipahami, desain komunikasi visual dapat membantu mengkategorikan kajian dakwah menjadi bagian yang mudah dipahami. Desain komunikasi visual melibatkan penggunaan elemen visual seperti gambar, warna, bentuk, tipografi, dan tata letak untuk membuat komunikasi yang jelas dan menarik. Sesuai dengan keinginan desainer, setiap komponen dalam karya desain komunikasi visual memiliki fungsi dan tujuan unik.<sup>1</sup>

Desain Komunikasi Visual (DKV) merupakan bidang ilmu yang mengkaji bagaimana pesan disampaikan melalui medium visual dengan memanfaatkan prinsip-prinsip desain, simbol, dan tanda-tanda grafis. DKV adalah cabang ilmu

---

<sup>1</sup> ROHMAWATI, "Makna Desain Komunikasi Visual Dalam Akun Instagram@ Jaringangusdurian (Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure)," *Repository.Uinsaizu.Ac.Id* (2024), [https://repository.uinsaizu.ac.id/25204/1/LUTFI ROHMAWATI\\_MAKNA DESAIN KOMUNIKASI VISUAL DALAM AKUN INSTAGRAM %40JARINGANGUSDURIAN %28ANALISIS SEMIOTIKA FERDINAND DE SAUSSURE%29.pdf](https://repository.uinsaizu.ac.id/25204/1/LUTFI%20ROHMAWATI_MAKNA%20DESAIN%20KOMUNIKASI%20VISUAL%20DALAM%20AKUN%20INSTAGRAM%20%40JARINGANGUSDURIAN%20%28ANALISIS%20SEMIOTIKA%20FERDINAND%20DE%20SAUSSURE%29.pdf).

komunikasi yang mengintegrasikan seni rupa, teknologi, dan komunikasi untuk menghasilkan pesan visual yang efektif dan persuasif.<sup>2</sup> DKV berperan penting dalam membangun persepsi khalayak karena media visual memiliki keunggulan dalam menarik perhatian, menyederhanakan pesan kompleks, serta meninggalkan kesan mendalam.<sup>3</sup>

Sebagai sebuah disiplin, DKV tidak hanya membicarakan aspek estetika semata, tetapi juga aspek fungsional dari sebuah karya. Kekuatan DKV terletak pada kemampuannya menghadirkan komunikasi yang bersifat universal karena simbol visual dapat diterima oleh beragam kalangan, bahkan ketika berbeda bahasa atau latar belakang.<sup>4</sup> Dengan demikian, DKV sering diposisikan sebagai “bahasa rupa” yang mampu menjembatani komunikasi antar manusia dalam konteks yang luas.<sup>5</sup>

Salah satu medium yang paling erat kaitannya dengan praktik DKV adalah poster. Poster merupakan media komunikasi visual yang digunakan untuk menyampaikan pesan singkat, padat, dan jelas dengan dukungan tipografi, warna, serta ilustrasi yang mampu menarik perhatian.<sup>6</sup> Poster tidak hanya hadir sebagai media promosi atau iklan, tetapi juga sebagai sarana komunikasi sosial, pendidikan,

---

<sup>2</sup> Suyanto, *Desain Komunikasi Visual: Teori dan Perkembangannya* (Yogyakarta: Andi, 2005), hlm. 15.

<sup>3</sup> Santosa, Puji, *Komunikasi Visual dalam Periklanan* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), hlm. 18.

<sup>4</sup> Budiardjo, Eko, *Komunikasi Visual* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006), hlm. 22.

<sup>5</sup> Sarwono, Jonathan, *Dasar-dasar Komunikasi Visual* (Jakarta: Universitas Terbuka, 2009), hlm. 12

<sup>6</sup> Rustan, Suriyanto, *Mendesain Poster* (Jakarta: Gramedia, 2011), hlm. 10.

hingga dakwah. Melalui kekuatan visualnya, poster dapat menggugah emosi, menggerakkan tindakan, serta membentuk opini publik.

Ketertarikan audiens masa kini, khususnya pengguna media sosial, juga semakin bergeser ke arah konten visual. Generasi muda saat ini lebih menyukai informasi yang dikemas secara visual karena dianggap lebih menarik, mudah dipahami, dan cepat ditangkap dibandingkan dengan teks panjang.<sup>7</sup> Hal ini sejalan dengan temuan Wahyuni bahwa media sosial seperti Instagram lebih efektif menyampaikan pesan jika menampilkan kombinasi teks dan visual, karena visual mampu membangkitkan perhatian awal sekaligus memperkuat ingatan pesan. Dengan demikian, poster digital menjadi media yang relevan dalam era komunikasi berbasis visual saat ini.

Dalam desain poster, elemen visual memegang peran sentral. Setiap elemen desain yang berupa garis, warna, bentuk, tipografi, tekstur, ruang, dan ilustrasi dapat membentuk makna dan persepsi tertentu. Warna, misalnya, mampu memunculkan asosiasi psikologis tertentu: merah melambangkan semangat dan bahaya, biru menandakan ketenangan, sementara hitam menekankan keseriusan.<sup>8</sup> Tipografi juga tidak sekadar teks, melainkan menghadirkan nuansa formal, modern, feminim, atau religius sesuai pemilihan bentuk hurufnya. Ilustrasi alam

---

<sup>7</sup> Fatonah, Siti, "Pemanfaatan Instagram sebagai Media Dakwah Visual," *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, Vol. 5, No. 2 (2021), hlm. 135.

<sup>8</sup> Widagdo, Sigit, *Psikologi Warna dalam Desain* (Yogyakarta: Jalasutra, 2012), hlm. 27.

seperti bunga atau kupu-kupu sering dipakai dalam poster dakwah karena mampu mewakili kelembutan, kehidupan, dan transformasi.

Makna yang lahir dari elemen visual tersebut dapat dianalisis secara semiotik. Sobur menjelaskan bahwa tanda visual terdiri dari penanda (signifier), yaitu bentuk fisik seperti warna, gambar, atau huruf, dan petanda (signified), yaitu konsep atau ide yang dirujuk.<sup>9</sup> Analisis semiotik memungkinkan kita memahami tiga lapisan makna: denotasi, konotasi, dan mitos. Denotasi merujuk pada makna literal yang tampak, konotasi berkaitan dengan asosiasi emosional dan kultural, sedangkan mitos merujuk pada ideologi atau wacana yang dibangun melalui tanda tersebut.<sup>10</sup> Dengan kerangka ini, poster tidak lagi dilihat hanya sebagai media informasi, melainkan sebagai teks yang sarat makna.

Perkembangan teknologi digital memperluas distribusi poster dari media cetak menuju media daring. Instagram menjadi salah satu platform dominan karena fokus pada visual dan basis penggunaanya yang besar, khususnya generasi muda di Indonesia. Studi yang dilakukan oleh Fatonah menunjukkan bahwa Instagram efektif digunakan sebagai media dakwah visual karena mampu menyajikan pesan religius dalam format estetis yang mudah diakses.<sup>11</sup> Hal ini menjadikan Instagram ruang baru bagi komunitas dakwah digital untuk mengintegrasikan DKV dengan pesan keislaman.

---

<sup>9</sup> Sobur, Alex, *Semotika Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006), hlm. 69.

<sup>10</sup> *Ibid*

<sup>11</sup> Fatonah, Siti, "Pemanfaatan Instagram sebagai Media Dakwah Visual," *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, Vol. 5, No. 2 (2021), hlm. 134

Salah satu komunitas yang memanfaatkan instagram sebagai media dakwah adalah Komunitas Akhwat Creatif Project. Komunitas yang menjadi wadah bagi para muslimah yang memiliki minat untuk belajar di ranah editing. Komunitas ini aktif memberikan materi seputar editing setiap minggunya. Mulai dari basic editing hingga editing professional. Akhwat Creatif Project memiliki akun instagram yang aktif membagikan postingan-postingan berupa poster dakwah, poster kajian hingga tips-tips editing. Akun instagram Akhwat Kreatif Project memiliki username @akhwatcreativeproject dengan total 13,6 ribu per Maret 2025 dengan jumlah postingan sebanyak 393.<sup>12</sup>



---

<sup>12</sup> Akun instagram @akhwatcreativeproject  
[https://www.instagram.com/akhwatcreativeproject?utm\\_source=ig\\_web\\_button\\_share\\_sheet&igsh=ZDNIZDc0MzIxNw==](https://www.instagram.com/akhwatcreativeproject?utm_source=ig_web_button_share_sheet&igsh=ZDNIZDc0MzIxNw==)

**Gambar 1. 1 : Screenshot akun instagram @akhwatcreativeproject**



**Sumber : Akun Instagram akhwatcreativeproject**

Dalam akun instagram @akhwatcreativeproject, menampilkan postingan-postingan dakwah dengan memvisualisasikan pesan dakwah menjadi sebuah poster yang mudah dipahami, gampang dibaca dan nyaman dipandang mata. Akun ini tidak hanya membagikan poster-poster reminder dan dakwah, akan tetapi juga membagikan poster-poster kajian, webinar dan acara-acara yang di kemas oleh komunitas Akhwat Creative Project. Komunitas ini aktif mengadakan kegiatan-kegiatan positif seperti sharing session seputar desain, kelas keperempuanan hingga seminar-seminar melatih soft skill dan meningkatkan value diri. Dan yang membuat komunitas ini sering tersorot dan banyak diminati oleh khalayak ramai yakni desainnya yang memukau dengan memadukan warna-warna luxury dan tipografi yang elegant sehingga enak di pandang mata.

**Gambar 1. 2 : Postingan @akhwatcreativeproject**



**Sumber : Screenshoot postingan akun instagram @akhwatcreativeproject**

Poster kajian dalam akun ini memiliki nilai estetika dan keunikannya sendiri. Mulai dari tatanan hirarki yang jelas hingga pemvisualisasian yang menarik. Setiap poster memiliki makna tersendiri dalam setiap tanda yang ditampilkan. Yang menitikberatkan pengungkapan pemaknaan tanda dalam poster tersebut disebut dengan semiotika.

Jika dibandingkan dengan akun serupa, @akhwatcreativeproject memiliki karakter visual yang berbeda. Misalnya, akun @muslimahcreative\_ lebih mengedepankan desain tipografi modern yang minimalis dengan latar polos dan warna-warna pastel. Desainnya menekankan kesederhanaan, ringkas, dan mudah dibaca, sehingga pesan teks menjadi pusat perhatian. Hal ini cocok dengan

segmentasi audiens yang lebih menyukai konten cepat dibaca tanpa banyak ornamen visual.<sup>13</sup>

Berbeda dengan itu, akun @hijaberscommunity menekankan pada citra kolektif komunitas muslimah urban. Kontennya sering menampilkan branding komunitas dengan nuansa lifestyle Islami, misalnya poster kegiatan, event komunitas, dan promosi acara. Dari sisi desain, akun ini cenderung menggunakan tipografi tegas dengan warna cerah seperti pink, biru muda, dan putih untuk menunjukkan identitas komunitas yang inklusif dan energik.<sup>14</sup>

Sementara itu, akun @ukhti.story lebih banyak menghadirkan ilustrasi feminim dengan gaya ringan, seperti kartun muslimah atau ornamen lucu bernuansa pastel. Warna dominan yang digunakan adalah pink muda, krem, dan ungu lembut. Strategi ini membuat akun tersebut terkesan personal dan emosional, sehingga lebih dekat dengan audiens remaja putri muslimah.

Dibandingkan ketiganya, @akhwatcreativeproject konsisten menggunakan kombinasi warna gelap (hitam, navy, coklat tua) dengan sentuhan warna feminim seperti ungu, pink, dan emas. Elemen ilustratif berupa bunga, kupu-kupu, cahaya, serta benda simbolis menjadi ciri khas yang tidak dimiliki akun lain. Uniknya, ACP tidak menampilkan figur manusia dalam desainnya. Strategi visual ini dapat dipahami dalam konteks norma syariat Islam yang memberi batasan pada penggambaran makhluk bernyawa. Dalam hadis riwayat Bukhari dan Muslim, Nabi

---

<sup>13</sup> Observasi awal peneliti pada akun @muslimahcreative\_, Januari 2025.

<sup>14</sup> Observasi awal peneliti pada akun @hijaberscommunity, Januari 2025.

melarang pembuatan gambar makhluk bernyawa karena menyerupai penciptaan Allah.<sup>15</sup> Hal ini kemudian ditafsirkan oleh sebagian ulama sebagai anjuran untuk menggunakan simbol-simbol benda atau alam sebagai alternatif visual. Dengan demikian, ACP menegaskan identitas dakwah visual yang konsisten dengan nilai keislaman sekaligus berbeda dari akun serupa yang masih menampilkan figur manusia.

Penelitian mengenai dakwah digital melalui poster di media sosial sebelumnya telah dilakukan oleh sejumlah peneliti, namun sebagian besar hanya menitikberatkan pada aspek fungsi dakwah, efektivitas komunikasi, atau sekadar tampilan estetis karya visual. Kajian yang secara khusus menggunakan perspektif semiotika Roland Barthes masih terbatas, terutama dalam mengurai makna pada level denotasi, konotasi, dan mitos. Lebih dari itu, penelitian terdahulu belum mengombinasikan semiotika dengan kerangka, padahal pendekatan ini penting untuk menyingkap bagaimana pesan dakwah dalam poster tidak hanya bermakna secara tekstual, tetapi juga mengonstruksi nilai, identitas, dan ideologi tertentu melalui simbol-simbol visual.

Dari sisi objek, penelitian ini juga menghadirkan kebaruan. Akun Instagram @akhwatcreativeproject (ACP) belum banyak disentuh dalam kajian akademik, meskipun konsisten menampilkan poster dakwah dengan ciri khas visual yang unik. Berbeda dengan akun serupa seperti @muslimahcreative\_, @hijaberscommunity,

---

<sup>15</sup> Asmawi, *Fiqh Seni Rupa dalam Islam* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2015), hlm. 88–90.

atau @ukhti.story yang masih menampilkan figur manusia maupun tipografi sederhana, ACP justru konsisten menggunakan latar gelap berpadu dengan aksen warna feminim serta simbol benda dan alam sebagai pengganti figur manusia. Karakteristik tersebut tidak hanya menunjukkan gaya visual yang berbeda, tetapi juga merepresentasikan identitas religius yang khas sesuai nilai syariat. Hal inilah yang menjadikan penelitian terhadap ACP memiliki nilai kebaruan sekaligus relevansi.

Secara lebih konkret, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi elemen-elemen visual yang terdapat dalam poster dakwah @akhwatcreativeproject, menganalisis makna denotatif, konotatif, dan mitos melalui semiotika Roland Barthes, serta menjelaskan bagaimana representasi nilai, identitas, dan ideologi dikonstruksi dalam poster dakwah digital menggunakan teori representasi Stuart Hall. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dalam bidang dakwah digital dan desain komunikasi visual, sekaligus membuka ruang diskusi baru tentang bagaimana media sosial digunakan sebagai sarana representasi pesan keislaman di era kontemporer.

Berdasarkan pemaparan tersebut, peneliti tertarik untuk menelaah bagaimana elemen visual dalam poster kajian yang diproduksi oleh @akhwatcreativeproject merepresentasikan makna-makna tertentu dengan judul “ANALISIS ELEMEN VISUAL POSTER KAJIAN DALAM POSTINGAN AKUN INSTAGRAM @AKHWATCREATIVEPROJECT PERSPEKTIF SEMIOTIKA ROLAND BARTHES”. Dengan menggunakan analisis semiotika Roland Barthes, penelitian

ini berupaya mengungkap makna denotasi, konotasi, dan mitos yang terkandung dalam poster dakwah digital ACP, sekaligus memperlihatkan peran DKV dalam mendukung praktik dakwah di era digital.

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian diatas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana Analisis Elemen Visual Poster Kajian dalam Postingan Akun Instagram @akhwatcreativeproject Perspektif Semiotika Roland Barthes?

### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah mengidentifikasi elemen-elemen visual dalam lima poster kajian akun Instagram @akhwatcreativeproject, kemudian menganalisis makna denotatif, konotatif, dan mitos yang terkandung di dalamnya dengan menggunakan kerangka semiotika Roland Barthes, serta menjelaskan representasi nilai dan identitas yang dibangun melalui poster dakwah digital tersebut berdasarkan teori representasi Stuart Hall. Kegunaan Penelitian

#### **1. Kegunaan Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan kajian teori semiotika, khususnya dalam pendekatan semiotika Roland Barthes. Dengan menganalisis elemen visual di media sosial Instagram, penelitian ini memperkaya pemahaman tentang bagaimana tanda-tanda visual dapat dipahami melalui makna denotatif (makna literal) dan konotatif (makna

yang lebih dalam atau kultural). Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi akademik bagi studi-studi serupa di bidang komunikasi visual, media digital, dan kajian budaya, terutama dalam konteks pesan visual yang bersifat islami atau religious.

## 2. Kegunaan Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi para pengelola akun Instagram, khususnya akun yang bertema islami, mengenai bagaimana elemen visual yang mereka gunakan dapat dipersepsikan oleh audiens melalui dua lapisan makna: denotatif dan konotatif. Penelitian ini juga bisa membantu kreator konten dalam merancang pesan visual yang lebih efektif dan komunikatif, dengan mempertimbangkan aspek semiotika untuk menyampaikan pesan yang sesuai dengan nilai-nilai yang ingin diangkat.

Selain itu, penelitian ini dapat menjadi panduan bagi para desainer dan marketer yang ingin memaksimalkan potensi elemen visual dalam menyampaikan pesan kepada audiens yang lebih luas, terutama dalam konteks dakwah digital.

## **D. Kajian Pustaka**

Kajian atau telaah pustaka merupakan bagian penting dalam sebuah penelitian, pada poin ini menjadi titik penting peneliti dalam menghubungkan penelitiannya terhadap penelitian terdahulu atau yang relevan dengan penelitiannya. Dalam kajian pustaka ini juga menjelaskan kebaruan dalam penelitian apakah tema yang diangkat

belum pernah sama sekali diangkat atau sudah diangkat pada penelitian sebelumnya. Pada penemuannya, peneliti setidaknya ada 5 penelitian terdahulu yang cukup relevan dengan penelitian ini :

Pertama sebuah penelitian yang dilakukan oleh Amalia Nurdiana Putrid an Nur Maghfira Aesthetica dengan judul “ Analisis Konten Media Instagram @bickleyflorist Usaha Buket Bunga sebagai Media Promosi” yang diterbitkan oleh Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Dalam penelitian ini mengacu pada analisis konten media social Instagram @bickleyflorist menggunakan teori Sosial Media Marketing. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa konten media social instagram @bickleyflorist mengacu pada 5 dimensi social media marketing. Meliputi; Entertainment(Hiburan), Interaction (Interaksi), Trendiness (ketrendian), Customization (kustomisasi), dan Word of Mouth communication (komunikasi dari mulut kemulut). Kesamaan penelitian ini terdapat pada platform media social yang di teliti. Dan yang membedakan adalah teori, objek serta subjek penelitiannya.<sup>16</sup>

Kedua, skripsi yang berjudul “Desan Komunikasi Visual Sebagai Media Dakwah (Analisis Semiotika Roland Barthes pada Akun Instagram @OtoyCihuy) yang di tulis oleh Moersito Al Ghifany salah satu mahasiswa UIN Prof. K. H Saifuddin Zuhri Purwokerto. Pada penelitian ini, Moersito menjadikan akun instagram @OtoyCihuy sebagai Subjek dan Elemen dalam postingannya sebagai objek. Penelitian ini

---

<sup>16</sup> Amalia Nurdiana Putri dan Nur Maghfirah Aesthetica, *Analisis Konten Media Instagram @bickleyflorist: Usaha Buket Bunga Sebagai Media Promosi* (Makassar: Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2023)

menggunakan analisis semiotika Roland Barthes yang menghasilkan bahwa setiap poster memiliki tanda. Dan tanda tersebut memiliki makna serta himbauan kepada pembaca untuk melakukan kebaikan dan menjauhi keburukan. Penelitian ini sama-sama menggunakan semiotika roland barthes sebagai teori akan tetapi subjek dan objek penelitiannya berbeda dengan yang akan diteliti oleh peneliti.<sup>17</sup>

Ketiga, Jurnal ilmiah yang ditulis oleh Dhea Fildza dkk dengan judul “ Strategi Pengembangan Desain Komunikasi Visual sebagai Media Dakwah oleh Akhwat Creative Project”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan admin akun instagram @akhwatcreativeproject sebagai subjek. Penelitian ini menghasilkan bahwa Strategi pengembangan desain komunikasi visual sebagai media dakwah yang diterapkan Akhwat Creative Project (ACP) melalui dua sisi yaitu internal dan eksternal. Strategi internal yang dilakukan Akhwat Creative Project (ACP) ialah fokus kepada member Akhwat Creative Project (ACP), dan strategi eksternal Akhwat Creative Project (ACP) mengembangkan lewat media sosial instagram pada akun @akhwatcreativeproject dengan membranding komunitas Akhwat Creative Project (ACP) agar lebih dikenal masyarakat. Penelitian ini sama-sama menjadikan Akun Instagram @akhwatcreativeproject sebagai subject tapi bedanya peneliti akan lebih

---

<sup>17</sup> Moersito Al Ghifany, “Desain Komunikasi Visual Sebagai Media Dakwah (Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Akun Instagram @OtoyCihuy)” (2024).

condong membahas elemen visual poster kajian dalam postingan akun instagram @akhwatcreativeproject.<sup>18</sup>

Keempat, skripsi berjudul “*Makna Desain Komunikasi Visual dalam Akun Instagram @jaringangusdurian (Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure)*” disusun oleh Lutfi Rohmawati sebagai tugas akhir di UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai makna dalam desain komunikasi visual yang ditampilkan pada akun Instagram @jaringangusdurian, yang difungsikan sebagai media dakwah. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan analisis semiotika Ferdinand de Saussure. Hasil analisis menunjukkan bahwa setiap unggahan di akun tersebut mengandung tanda-tanda visual yang menyampaikan pesan tertentu, khususnya terkait isu politik, kemanusiaan, serta penolakan terhadap diskriminasi, kebencian, dan permusuhan dalam praktik politik. Nilai-nilai tersebut tetap berpijak pada sembilan prinsip utama, yang menjadi ciri khas dari figur Gus Dur, yang juga sering digambarkan dalam bentuk ilustrasi maupun fotografi. Meskipun penelitian ini memiliki kesamaan dalam menganalisis makna tanda visual, terdapat perbedaan mendasar dalam kerangka teorinya. Penelitian Lutfi Rohmawati menggunakan pendekatan semiotika Ferdinand de Saussure, sedangkan penelitian ini mengadopsi

---

<sup>18</sup> Dhea Fildza Nadhira, Edy Muslimin, dan Agus Fatuh Widoyo, “Strategi Pengembangan Desain Komunikasi Visual sebagai Media Dakwah oleh Akhwat Creative Project (ACP),” *Jurnal Ilmiah Hospitality* 11, no. 2 (2022): 491–505, <http://stp-mataram.e-journal.id/jih>

teori semiotika Roland Barthes untuk mengkaji elemen visual dan lapisan makna yang terkandung dalam media dakwah digital.<sup>19</sup>

Kelima, Penelitian yang dilakukan oleh Akmal Musa Uparya dan Heri Setiawan dengan judul “Representasi Makna Poster Kajian Dakwah di Instagram Anak Mesjid”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis makna yang terkandung dalam poster-poster tersebut dengan menggunakan pendekatan analisis semiotika Roland Barthes. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pesan dalam poster selalu bersifat persuasif, dengan memanfaatkan kombinasi elemen teks dan visual untuk meningkatkan efektivitas komunikasinya. Penggunaan tipografi, skema warna, dan gambar secara strategis memperkuat pesan dakwah yang ingin disampaikan, sehingga lebih menarik dan mudah dipahami oleh pengguna media sosial. Kemampuan poster-poster ini dalam menarik perhatian serta menyampaikan ajaran agama secara ringkas namun berdampak menunjukkan potensi besar platform digital sebagai alat dakwah yang efektif. Penelitian ini sama-sama menggunakan teori semiotika Roland Barthes untuk menganalisis makna Poster Kajian, akan tetapi subjeknya berbeda dengan yang akan peneliti teliti.<sup>20</sup>

Dari kelima penelitian terdahulu, terdapat beberapa kesamaan serta perbedaan dari masing-masing. Dan disini, peneliti belum menemukan jurnal/skripsi yang secara

---

<sup>19</sup> Lutfi Rohmawati, *Makna Desain Komunikasi Visual dalam Akun Instagram @jaringangusdurian (Analisis Semiotika Ferdinand de Saussure)* (Skripsi, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2023)

<sup>20</sup> Akmal Musa Uparya dan Heri Setiawan, “Representasi Makna Poster Kajian Dakwah di Instagram Anak Mesjid,” *Hikmah* 18, no. 2 (2024)

spesifik menganalisis elemen visual pada poster kajian dalam postingan akun instagram @akhwatcreativeproject. Maka dari itu, peneliti mengambil *gap* yang bisa di bahas.

## E. Kerangka Teori

### 1. Desain Komunikasi Visual

Secara etimologis, kata desain berasal dari bahasa italia “designo” yang berarti gambar.<sup>21</sup> Kata desain bisa digunakan di berbagai kalimat. Baik sebagai kata benda ataupun kata kerja. Sebagai kata kerja, desain digunakan sebagai proses pembuatan atau bagian-bagian dari pembentukan sebuah object baru. Sedangkan jika sebagai kata benda, desain adalah sebuah hasil dari proses kreatif yang menciptakan sebuah object baru.

Komunikasi berasal dari bahasa inggris yaitu “communication” yang berasal dari bahasa latin “communio” yang berarti kebersamaan. Kemudian komunikasi berkembang menjadi sebuah proses menciptakan suatu kesamaan dari komunikator (penyampai pesan) kepada komunikan (penerima pesan). Sedangkan Visual berasal dari bahasa latin “videre” yang berarti melihat.<sup>22</sup>

Desain komunikasi visual adalah ilmu yang mempelajari konsep komunikasi dan ungkapan daya kreatif, yang diaplikasikan dalam berbagai media komunikasi visual dengan mengolah elemen desain grafis terdiri dari

---

<sup>21</sup> Wayan Adi Putra Yasa, I Ketut Sudarsana, dan I Gede Partha Adnyana, *Desain Komunikasi Visual: Teori dan Perkembangannya* (Denpasar: Nilacakra Publishing House, 2024), hlm.17

<sup>22</sup> Ibid.

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>23</sup>

Dalam sejarah dan perkembangannya, Desain komunikasi visual dalam dunia pendidikan tidak luput dari kontribusi penting instansi-instansi dan tokoh yang berpengaruh. Salah satu sekolah yang menjadi pelopor desain komunikasi visual adalah Bauhaus. Sebuah sekolah seni dan desain yang didirikan pada 1919.<sup>24</sup> Bauhaus melakukan pendekatan interdisipliner dan ekperimental dalam penekanan desain komunikasi visual. Bauhaus mempromosikan integrasi seni dan teknologi, menghasilkan desain yang inovatif dan fungsional. Sekolah ini menggabungkan elemen-elemen seni, arsitektur, dan desain industri dalam pengajaran mereka. Bauhaus dikembangkan oleh salah satu pelopor modernisasi yaitu Walter Gropius dengan tujuan pengajarannya adalah teori dan praktik harus seimbang. Serta diajarkan langsung oleh pakar dan ahlinya pada masa itu.

Desain komunikasi visual tak luput dari unsur-unsur yang membangunnya sehingga dapat menciptakan sebuah pesan yang ingin di sampaikan. Beberapa unsur tersebut harus bisa dibuat berkesinambungan dan selaras untuk menciptakan sebuah atmosfer yang enak di lihat dan mudah di pahami.

---

<sup>23</sup> Sumbo Tinarbuko, "DEKAVE, Desain Komunkiasi Visual Penanda Zaman Masyarakat Global," *Journal of Chemical Information and Modeling* 8, no. 9 (2015): 1–58.

<sup>24</sup> Subria Mamis, dkk., "Desain Komunikasi Visual" (Kota Solok : PT Mafy Media Literasi Indonesia, 2023), hal.15.

a. Tipografi

Tipografi menjadi salah satu unsur paling penting dalam penyampaian pesan yang persuasif dan mudah dipahami. Secara etimologi, Tipografi berasal dari bahasa Yunani yaitu *Typos* dan *Graphein*. *Typos* berarti bentuk dan *Graphein* berarti menulis. Tipografi merupakan seni sekaligus teknik dalam merancang dan menyusun huruf agar dapat dibaca dengan jelas serta mudah dipahami oleh audiens. Dalam proses perancangannya, tipografi tidak hanya memperhatikan aspek keterbacaan, tetapi juga memperhitungkan estetika visual agar pesan yang disampaikan tetap menarik tanpa mengurangi nilai desain yang telah dirancang. Elemen-elemen seperti ukuran huruf, jarak antar huruf (*tracking*), spasi antar baris (*leading*), dan bentuk huruf (*typeface*) harus disesuaikan agar mampu menciptakan keseimbangan antara fungsi dan tampilan.

Tujuan utama dari penggunaan tipografi dalam desain komunikasi visual adalah untuk membentuk kesan tertentu yang dapat memengaruhi persepsi dan pemahaman pembaca. Dengan penyusunan huruf yang tepat, informasi akan tersampaikan secara maksimal, efisien, dan tidak menimbulkan ambiguitas. Bahkan, tipografi memiliki peran penting dalam menarik perhatian, menciptakan hirarki informasi, hingga memperkuat identitas visual suatu pesan atau brand.

Terdapat beberapa jenis tipografi. Diantaranya :

1) Serif

Serif memiliki kesan klasik, feminim dan anggun dalam dirinya. Sehingga font ini cocok digunakan untuk desain-desain formal seperti; Pamflet acara, banner, majalah, surat kabar dan lain-lain. Font ini memiliki karakter tersendiri yaitu adanya tambahan kecil disetiap ujung hurufnya. Contoh font serif adalah ; *Times New Roman, Book Antiqua, DejaVu Serif* dan lain sebagainya.

**Gambar 1. 3 : Contoh Font Serif**



**Sumber : Canva**

## 2) Sans Serif

Berbeda dengan font serif, Sans Serif memiliki karakteristik yang sederhana dan lebih fresh karena tanpa tambahan lengkungan di setiap sudutnya. Font ini biasanya di gunakan dalam desain-desain yang sederhana, Minimalis dan Modern seperti pada web, judul sebuah poster yang ingin kelihatan lebih fresh dan sebagainya. Contoh font Sans Serif yaitu ; Poppins, Code Pro, Helvetica dan lain sebagainya.

**Gambar 1. 4 : Contoh Font Sans Serif**

**Sumber : Canva**

### 3) Script

Jika diibaratkan, Script hampir sama dengan tulisan tangan. Lebih fleksibel dan terlihat lebih fun. Font ini memberikan kesan yang tidak kaku dan tidak monoton. Sehingga cocok dipakai dalam desain logo, kartu ucapan yang mengandalkan estetika. Contoh font Script adalah ; Brush Script, Lumios Brush, Joshico, Vintage Moon

**Gambar 1. 5 : Contoh Font Script**

**Sumber : Canva**

### 4) Display

Display merupakan gaya tulisan yang memberikan kesan yang casual dan tegas sehingga font ini cocok digunakan sebagai Header atau Kepala Judul. Font ini menampilkan nuansa yang futuristik dan elegant. Sehingga sering digunakan di poster-poster yang ingin mempresentasikan sebuah kekuatan dan himbauan. Contoh font

Display adalah : Mochiy Pop P One, Arturo, Stella dan lain sebagainya.

**Gambar 1. 6 : Contoh Font Display**

**Mochiy Pop P One**

Sumber : Canva

5) Monospace

Gaya tulisan ini sering di jumpai di script-script film atau di percodingan. Karen font Monospace memiliki karakter tulisan yang berjarak sama sehingga membantu memudahkan orang untuk membacanya. Contoh font ini adalah ;

**Gambar 1. 7 : Contoh Font Monospace**

Courier Prime

Sumber : Canva

b. Ilustrasi

Ilustrasi merupakan sebuah karya visual yang berfungsi untuk memperjelas, memperindah, atau memberikan penekanan pada sebuah pesan yang disampaikan melalui media cetak maupun digital. Sebagai bentuk komunikasi visual, ilustrasi mampu menerjemahkan ide-ide abstrak menjadi bentuk nyata yang mudah dipahami oleh audiens. Dalam

perkembangannya, ilustrasi tidak hanya digunakan dalam buku atau majalah, tetapi juga menjadi elemen penting dalam periklanan, media sosial, hingga animasi dan video game.

Selain sebagai pelengkap teks, ilustrasi juga memiliki peran estetika yang mampu menarik perhatian serta membangun suasana tertentu. Berbagai teknik digunakan oleh ilustrator, mulai dari teknik tradisional seperti pensil, cat air, dan tinta, hingga teknik digital dengan bantuan perangkat lunak desain grafis. Kreativitas seorang ilustrator sangat dibutuhkan untuk menyesuaikan gaya ilustrasi dengan konteks dan pesan yang ingin disampaikan, sehingga hasil karyanya dapat menyentuh emosi sekaligus menyampaikan informasi secara efektif.

Di era modern ini, ilustrasi semakin luas penggunaannya karena perkembangan teknologi. Media sosial dan platform digital membuka ruang bagi para ilustrator untuk mengeksplorasi karya mereka sekaligus memperluas pasar. Ilustrasi juga menjadi sarana penting dalam membangun identitas visual suatu brand, kampanye sosial, hingga edukasi interaktif. Dengan demikian, ilustrasi bukan hanya sekadar gambar, tetapi juga sebuah medium komunikasi yang memiliki pengaruh besar dalam kehidupan sehari-hari.

c. Fotografi

Fotografi merupakan seni dan teknologi yang berfokus pada penciptaan gambar melalui penangkapan cahaya dengan media peka cahaya seperti film atau sensor digital. Dalam perkembangannya, fotografi telah mengalami transformasi signifikan dari teknik analog menjadi digital, yang tidak hanya mempermudah proses pengambilan gambar tetapi juga memungkinkan manipulasi visual yang lebih kompleks. Sebagai medium komunikasi visual, fotografi memiliki kemampuan menyampaikan pesan dan makna yang mendalam, sehingga peran fotografer tidak sekadar sebagai perekam realitas, melainkan juga sebagai seniman yang mampu menginterpretasikan dunia sekitarnya melalui karya visualnya. <sup>25</sup>

Selain sebagai karya seni, fotografi juga memiliki peranan penting dalam bidang jurnalistik, pendidikan, dan pemasaran. Dalam konteks jurnalistik, fotografi berfungsi sebagai media dokumentasi yang memiliki nilai informasi dan bukti visual atas suatu peristiwa. Sementara itu, dalam pemasaran, fotografi menjadi instrumen vital dalam membangun citra produk dan menarik perhatian konsumen. Perpaduan antara estetika visual dan teknik pencahayaan yang baik menjadi kunci untuk menghasilkan gambar yang komunikatif dan persuasif.

---

<sup>25</sup> D. Pratama, *Dasar-dasar Fotografi: Teknik dan Konsep Visual* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2020), hlm. 15

Dari perspektif semiotik, fotografi tidak hanya dipandang sebagai representasi visual, tetapi juga sebagai teks yang dapat dianalisis maknanya. Roland Barthes, misalnya, menyebutkan bahwa sebuah foto memiliki denotasi (makna literal) dan konotasi (makna tambahan yang bersifat budaya dan subjektif). Hal ini menunjukkan bahwa setiap foto menyimpan banyak lapisan makna yang bisa ditafsirkan sesuai dengan konteks sosial dan budaya audiensnya.

d. Warna

Warna merupakan salah satu unsur penting yang ada dalam sebuah desain. Tanpa warna, sebuah desain sulit menghadirkan ambience yang sesuai dengan apa yang diinginkan. Warna memiliki peran yang sangat penting dalam membantu audiens memahami pesan yang ingin disampaikan. Karena warna memiliki makna dan pengertian yang berbeda sesuai kebutuhan, maka seorang desainer harus mampu memadukan warna-warna yang seimbang sehingga selaras dengan pesan yang ingin disampaikan dan dapat menciptakan sebuah hasil yang nyaman di pandang oleh mata.

Warna dapat di definisikan secara objek/fisik sebagai sifat cahaya yang di pancarkan. Warna dapat di berikan dengan panjang gelombang pencahayaan. Dilihat dari panjangnya gelombang, cahaya yang di pancarkan merupakan bentuk gelombang cahaya energy sempit yang dipancarkan oleh elektromagnetik. Secara subjektif, warna sebagai bagian

dari pengalaman penglihatan. Penampilan warna dapat diberikan ke dalam hue (rona/corak), value (kualitas gelap terang ) dan chroma (intensitas dan kekuatan warna).<sup>26</sup>

Secara universal, warna di klasifikasikan menjadi 5 :

#### 1. Warna Primer

Warna primer atau biasa di sebut dengan warna pokok. Merupakan warna yang tidak dapat dibentuk dengan warna lain atau bisa dikatakan sebagai warna yang berdiri sendiri. Warna primer dapat digunakan sebagai bahan pokok pencampurab untuk menciptakan warna lain. Warna primer terdiri dari warna merah, biru dan kuning.

#### 2. Warna Sekunder

Warna sekunder sering kali di katakana sebagai anak dari perkawinan warna primer karena warna sekunder merupakan hasil dari pencampuran warna-warna primer. Warna-warna tersebut adalah oranya/jingga, ungu/violet dan hijau. Tiga warna primer dan 3 warna sekunder sering disebut sebagai enam warna standard.

#### 3. Warna Intermediate

Warna Intermediate merupakan warna perantara. Warna ini terdapat anantara warna premier dan warna sekunder dalam lingkaran

---

<sup>26</sup> Ricky W. Putra, *Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan* (Yogyakarta: Deepublish, 2021), hlm. 45.

warna. Warna intermediate meliputi ; warna kuning hijau, kuning jingga, merah jingga, merah ungu, biru violet, biru hijau.

#### 4. Warna Tersier

Warna tersier merupakan persilangan dari warna-warna sekunder. Warna ini didapatkan dari perampuran warna sekunder dengan warna sekunder. Warna ini seperti ; cokelat kuning, cokelat merah, cokelat biru.

#### 5. Warna Kuarter

Warna kuarter adalah hasil pencampuran dua warna tersier atau campuran lebih kompleks dari warna primer dan sekunder dalam proporsi yang tidak seimbang. Contoh warna kuarter adalah Merah-oranye + Kuning-oranye, Biru-hijau + biru-ungu.

Dalam konteks desain komunikasi visual, prinsip merupakan pedoman dasar yang mengatur bagaimana elemen-elemen visual disusun agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan efektif. Terdapat enam prinsip utama yang dapat dijadikan acuan dalam media dakwah digital, yaitu keseimbangan (balance), kontras (contrast), penekanan (emphasis), irama (rhythm), kesatuan (unity), dan kesederhanaan (simplicity).<sup>27</sup>

---

<sup>27</sup> Sucipto, H. "Prinsip-Prinsip Desain Komunikasi Visual dalam Media Dakwah Digital," *Jurnal Komunikasi Islam*, Vol. 7, No. 2 (2020), hlm. 201–215.

a. Keseimbangan (*Balance*)

Keseimbangan berhubungan dengan distribusi elemen visual agar tampilan desain tidak timpang. Komposisi yang seimbang memberikan rasa stabilitas dan kenyamanan bagi audiens dalam melihat karya visual. Dalam poster dakwah, keseimbangan memastikan bahwa teks, ilustrasi, dan ruang kosong tertata dengan baik sehingga tidak membebani salah satu sisi.

b. Kontras (*Contrast*)

Kontras yaitu perbedaan mencolok antara elemen-elemen tertentu untuk menegaskan perbedaan hierarki informasi. Kontras dapat dihasilkan melalui variasi warna, ukuran huruf, atau bentuk. Kehadiran kontras membuat audiens lebih mudah membedakan informasi utama dengan informasi pelengkap, sekaligus menjadikan pesan lebih cepat ditangkap.

c. Penekanan (*Emphasis*)

Penekanan juga menjadi aspek penting karena berfungsi sebagai titik fokus dari suatu desain. Melalui penekanan, perancang dapat mengarahkan perhatian audiens pada pesan utama, misalnya judul kajian atau tema dakwah. Penekanan dapat diwujudkan melalui perbedaan skala, warna, posisi, maupun ruang kosong yang sengaja diberikan pada area tertentu.

d. Irama (*Rhythm*)

Irama atau rhythm mengacu pada pola pengulangan elemen visual sehingga pandangan mata audiens dapat diarahkan mengikuti alur yang dikehendaki perancang. Kehadiran irama menjadikan desain lebih dinamis dan

teratur, sehingga audiens dapat membaca pesan secara runtut mulai dari bagian utama hingga informasi tambahan.

e. Kesatuan (*Unity*)

Kesatuan atau unity merupakan prinsip yang menekankan pentingnya kohesi antar elemen visual. Dengan adanya kesatuan, keseluruhan elemen dalam desain tampak saling berkaitan dan mendukung pesan utama. Kesatuan dapat dicapai melalui konsistensi penggunaan warna, tipografi, gaya ilustrasi, maupun penempatan elemen. Tanpa kesatuan, sebuah desain akan terlihat terpecah dan sulit dipahami.

f. Kesederhanaan (*Simplicity*)

Kesederhanaan berarti menampilkan elemen-elemen yang esensial saja dan menyingkirkan bagian yang tidak mendukung pesan. Audiens media sosial cenderung lebih menyukai informasi yang ringkas dan mudah dicerna, sehingga prinsip kesederhanaan sangat penting dalam poster dakwah digital. Desain yang sederhana justru lebih kuat dalam menyampaikan pesan, karena tidak terganggu oleh ornamen berlebihan.

Keenam prinsip ini menjadi dasar dalam memahami sekaligus menganalisis karya desain komunikasi visual, termasuk poster dakwah di media sosial. Melalui penerapan prinsip-prinsip tersebut, pesan yang ingin disampaikan tidak hanya tampil menarik secara estetis, tetapi juga komunikatif, ringkas, dan mudah diterima audiens digital.

## 2. Poster

Poster Secara umum, poster merupakan media visual yang dirancang secara menarik agar mampu menyita perhatian audiens dengan penggunaan teks yang singkat dan padat.<sup>28</sup> Poster umumnya dicetak di atas kertas dan dipasang di ruang-ruang publik, dengan tujuan menyampaikan informasi, saran, atau gagasan tertentu secara efektif dan persuasif.

Poster berfungsi sebagai sarana komunikasi yang menggabungkan unsur gambar dan kata-kata guna membangkitkan perhatian dan respons emosional dari pembacanya. Isinya dapat berupa ajakan, pemberitahuan, peringatan, ataupun motivasi. Dengan komposisi visual yang kuat, poster bertujuan mendorong orang yang melihatnya untuk memahami dan, bila perlu, mengambil tindakan sesuai dengan pesan yang disampaikan.

Dengan kata lain, poster bukan hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai media persuasi visual yang dapat menyampaikan pesan secara langsung dan menyentuh aspek emosional khalayak.

Poster merupakan media komunikasi visual dua dimensi yang dirancang untuk menyampaikan pesan secara singkat, padat, dan menarik perhatian khalayak. Poster memadukan unsur teks dan visual dalam satu bidang desain yang bertujuan untuk menyampaikan informasi, ajakan, atau edukasi dalam waktu yang relatif singkat. Keunggulan poster terletak pada kemampuannya

---

<sup>28</sup> Roland Barthes and Poster Film, "ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES PADA POSTER FILM PARASITE" 2, no. 1 (2021): 54–66.

untuk mengkomunikasikan pesan secara cepat dan langsung melalui kekuatan visual, menjadikannya sebagai media efektif dalam konteks komunikasi massa maupun personal.<sup>29</sup>

Secara historis, poster telah digunakan sejak abad ke-19 ketika teknologi cetak litografi mulai berkembang. Kala itu, poster banyak digunakan sebagai media periklanan, propaganda politik, maupun pengumuman kegiatan publik. Seiring perkembangan teknologi, terutama di era digital, poster tidak lagi hanya dicetak secara fisik, tetapi juga hadir dalam bentuk digital yang bisa dibagikan melalui berbagai platform media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter, hingga aplikasi pesan instan.

Dalam desain komunikasi visual, poster memiliki struktur yang terdiri dari beberapa bagian utama:<sup>30</sup>

a. Judul utama (headline)

Merupakan elemen pertama yang dilihat oleh audiens, biasanya ditulis dengan huruf besar dan mencolok, untuk menarik perhatian dan memberikan kesan awal terhadap isi pesan.

b. Subjudul (subheadline)

Berfungsi memberikan penjelasan tambahan atau konteks terhadap headline.

---

<sup>29</sup> Amy E. Arntson, *Graphic Design Basics* (Boston: Cengage Learning, 2012), hlm. 245.

<sup>30</sup> Suriyanto Rustan, *Dasar-Dasar Desain Grafis* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008), hlm. 110–112.

c. Isi utama (body copy)

Berisi informasi rinci seperti waktu, tempat, tema, narasumber, atau penjelasan lainnya terkait isi pesan.

d. Visual pendukung

Elemen ilustrasi, foto, ikon, atau simbol lain yang memperkuat atau memperjelas makna pesan.

e. Identitas penyelenggara

Berupa logo, nama organisasi, atau akun media sosial, yang memberikan otoritas serta sumber kepercayaan informasi.

f. Ajakan bertindak (call to action)

Kalimat instruktif seperti “ikuti kajian”, “daftar sekarang”, atau “klik tautan di bio” yang bertujuan mengarahkan audiens melakukan tindakan lanjutan.

Selain berdasarkan strukturnya, poster juga dapat diklasifikasikan berdasarkan fungsinya, yaitu tujuan utama dari pembuatan poster. Klasifikasi ini penting untuk memahami jenis pesan yang ingin disampaikan serta pendekatan komunikasi visual yang digunakan. Adapun beberapa fungsi poster antara lain:<sup>31</sup>

- 1) Poster informatif, yaitu poster yang dibuat untuk menyampaikan informasi secara langsung dan jelas kepada khalayak. Informasi yang

---

<sup>31</sup> Heru Nugroho, “Poster sebagai Media Komunikasi Visual,” *Jurnal Desain Komunikasi Visual* 4, no. 1 (2016): 15.

disampaikan biasanya mencakup pengumuman kegiatan, jadwal acara, lokasi pelaksanaan, atau narasumber dalam sebuah event. Dalam konteks dakwah, poster informatif sering digunakan untuk menyebarkan detail teknis tentang kajian keislaman atau webinar melalui media sosial. Tujuan utamanya adalah memperkenalkan isi acara dan mengundang partisipasi.

- 2) Poster persuasif, yaitu poster yang bertujuan memengaruhi pikiran, sikap, atau perilaku audiens agar mengikuti ajakan atau pandangan tertentu. Poster ini biasanya menggunakan kombinasi teks dan visual yang menggugah emosi, membangun urgensi, atau menawarkan solusi spiritual. Dalam dakwah digital, poster persuasif dapat berupa ajakan untuk memperkuat iman, meningkatkan ibadah, memperbaiki akhlak, atau meninggalkan perbuatan maksiat.
- 3) Poster edukatif, yaitu poster yang berfungsi sebagai media pembelajaran atau penyampaian nilai-nilai tertentu secara visual. Poster jenis ini sering menyampaikan kutipan Al-Qur'an, hadits, tata cara ibadah, atau nilai-nilai moral dan etika Islam. Edukasi dilakukan melalui penyederhanaan informasi kompleks menjadi lebih mudah dipahami melalui kombinasi teks pendek dan visual yang informatif.
- 4) Poster dekoratif atau ekspresif, yaitu poster yang menonjolkan nilai estetika visual dan keindahan desain, meskipun tetap memuat pesan atau makna tertentu. Poster ini digunakan untuk memperkuat nuansa

suasana, mempercantik tampilan media sosial, atau memperkuat identitas komunitas. Dalam dakwah visual, poster dekoratif sering digunakan dalam konten motivasi islami, ucapan hari besar Islam, atau pesan kebaikan universal yang disampaikan secara lembut dan artistik.

Keempat jenis poster di atas tidak bersifat eksklusif. Sebuah poster dapat menggabungkan lebih dari satu fungsi secara bersamaan. Misalnya, poster kajian bisa bersifat informatif sekaligus persuasif atau edukatif, tergantung bagaimana elemen visual dan verbal di dalamnya dikomposisikan.

Dalam konteks dakwah digital, poster bukan sekadar alat bantu visual, melainkan telah menjadi medium utama untuk menyampaikan pesan-pesan keislaman yang ringkas, estetik, dan mudah dipahami. Komunitas-komunitas seperti @akhwatcreativeproject, misalnya, menggunakan poster digital untuk mengemas pesan dakwah menjadi lebih menarik dan sesuai dengan selera visual generasi muda Muslim. Desain visual yang digunakan memperhatikan pemilihan warna, gaya tipografi, serta simbol atau ilustrasi yang relevan dengan identitas Islam dan nilai-nilai perempuan muslimah.

Dalam kerangka teori semiotika Roland Barthes, poster menjadi objek yang sangat penting untuk dianalisis karena setiap elemen visual di dalamnya mengandung tanda-tanda yang membentuk makna. Barthes membagi makna menjadi tiga lapisan: denotasi (makna literal), konotasi (makna budaya atau emosional), dan mitos (makna ideologis). Oleh karena itu, analisis terhadap poster dakwah bukan hanya sebatas estetika visual, melainkan mencakup

pemahaman mendalam atas ideologi, narasi, dan representasi yang disampaikan melalui bahasa visual.

### 3. Semiotika Roland Barthes

Semiotika merupakan disiplin ilmu yang mempelajari tentang tanda (sign), fungsi tanda tersebut, serta proses pembentukan makna.<sup>32</sup> Tanda dapat diartikan sebagai sesuatu yang mewakili hal lain bagi seseorang. Tanda sendiri terdiri dari dua elemen yang tidak bisa dipisahkan, layaknya dua sisi pada selembar kertas. Di setiap keberadaan tanda, terdapat sistem yang mendasarinya. Dengan kata lain, sebuah tanda—baik berupa kata maupun gambar—memiliki dua aspek yang dapat ditangkap oleh indera kita. Aspek pertama disebut *signifier* atau penanda, yaitu bentuk fisik tanda. Sementara itu, aspek kedua disebut *signified* atau petanda, yakni konsep atau makna yang terkandung di dalam penanda tersebut. Jadi, petanda adalah ide atau konsep yang dihadirkan oleh penanda

Perbedaan antara semiotika dan semiotik terletak pada aspek terminologi serta sudut pandang dalam kajian mengenai tanda dan makna. Semiotika merupakan disiplin ilmu yang menelaah tanda beserta fungsinya dalam berbagai praktik dan penerapan. Sementara itu, semiotik juga merujuk pada cabang ilmu yang serupa, yakni mempelajari tanda serta proses pemaknaan

---

<sup>32</sup> Aris Risdiana and Reza Bakhtiar Ramadhan, "The Theology of Green Islam: Managerial System of Islamic Transformative Rehabilitation for Mental Disorder Patients at PP Al Qodir," *Millati: Journal of Islamic Studies and Humanities* 4, no. 1 (2019): 1.

yang menyertainya. Dalam konteks seni, semiotika tidak hanya digunakan untuk mengkaji media, karya sastra, dan iklan, tetapi juga menganalisis tanda-tanda yang hadir dalam kehidupan sehari-hari. Studi semiotika menguraikan bagaimana tanda-tanda dibentuk, dimaknai, dan disusun agar dapat dipahami oleh masyarakat luas, sekaligus menjadi sarana untuk mengeksplorasi budaya, identitas, serta cara pandang manusia terhadap realitas di sekitarnya.

Barthes menguraikan bahwa dalam sistem tanda terdapat dua tingkat makna, yaitu denotasi dan konotasi.<sup>33</sup> Denotasi merujuk pada tingkat makna yang menunjukkan hubungan langsung antara penanda dan petanda, di mana makna bekerja secara implisit dan tidak disampaikan secara eksplisit. Selain itu, Barthes juga menyoroti makna pada tingkat kedua yang bersifat konvensional, yakni makna yang berkaitan dengan mitos. Dalam kerangka semiotika Barthes, mitos dipahami sebagai seperangkat kode yang memuat makna dan nilai-nilai sosial dengan sifat konotatif, yang sering kali disamarkan seolah-olah bersifat ilmiah dan objektif.

Salah satu aspek penting yang dianalisis Barthes dalam kajian tentang tanda adalah peran pembaca (the reader). Konotasi, meskipun merupakan sifat dasar dari tanda, membutuhkan keterlibatan aktif dari pembaca agar makna tersebut dapat dimunculkan. Barthes secara mendalam membahas konsep sistem pemaknaan tingkat kedua, yang dibangun di atas sistem makna sebelumnya.

---

<sup>33</sup> Roland Barthes, *Elements of Semiology*, trans. Annette Lavers and Colin Smith (New York: Hill and Wang, 1967), hlm. 125.

Sistem tingkat kedua ini disebut sebagai konotatif, yang dalam karyanya Mythologies, ia bedakan secara jelas dari denotatif sebagai sistem pemaknaan tingkat pertama.

Barthes mengenalkan sebuah model semiotika yang menjelaskan bahwa signifier (Ekspresi) dan Signified (Content) merupakan signifikasi tahap pertama dalam sebuah tanda terhadap realitas eksternal. Hal itupun di sebut sebagai denotasi yaitu makna paling nyata dari tanda (Sign). Sedangkan untuk signifikasi tahap kedua, barthes menggunakan istilah konotasi. Yang menggambarkan interaksi yang terjadi saat emosi dari pembaca bertemu dengan tanda yang menciptakan persepsi nilai-nilai dari kebudayaan. <sup>34</sup>

Konotasi merupakan sebuah makna yang subjektif dan paling tidak intersubjektif. Atau bisa dikatakan bahwa denotasi adalah apa yang di gambarkan tanda terhadap sebuah objek sedangkan konotasi adalah bagaimana hal itu digambarkan. Konotasi bekerja pada tingkat subjektif sehingga keberadaannya sering tidak disadari. Pembaca cenderung mudah memahami makna konotatif seolah-olah merupakan fakta denotatif. Oleh karena itu, salah satu tujuan utama analisis semiotika adalah menyediakan metode analisis dan kerangka berpikir untuk mencegah kesalahan pembacaan (misreading) atau kekeliruan dalam menafsirkan makna sebuah tanda.

---

<sup>34</sup> Indiwari Seto Wahjuwibowo, *Semiotika Komunikasi: Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi*, Edisi 3, Yogyakarta: Mitra Wacana Media, 2018, h.22

Pada tahap signifikasi kedua yang berkaitan dengan isi, tanda beroperasi melalui mitos (myth). Mitos menggambarkan bagaimana kebudayaan menjelaskan dan memahami berbagai aspek realitas atau fenomena alam. Mitos merupakan produk kelas sosial yang telah memiliki dominasi tertentu. Sebagai contoh, mitos primitif berkaitan dengan kehidupan dan kematian, hubungan antara manusia dan dewa. Sementara itu, mitos modern dapat berupa konstruksi tentang femininitas, maskulinitas, ilmu pengetahuan, serta kesuksesan.

Mitos juga berfungsi sebagai wahana tempat ideologi mengambil bentuk. Mitos dapat berkembang menjadi mitologi yang memainkan peran penting dalam kesatuan-kesatuan budaya. Menurut Van Zoest, siapa pun dapat mengungkapkan ideologi yang terkandung dalam teks dengan cara meneliti konotasi-konotasi yang ada di dalamnya.<sup>35</sup>

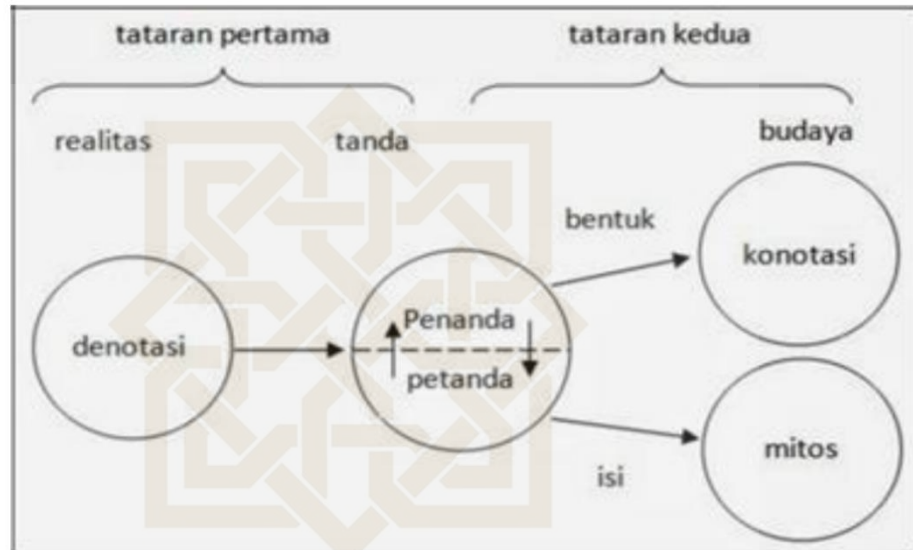
Roland Barthes menyusun sebuah model sistematis mengenai mitos untuk menganalisis tanda-tanda yang mengarah pada konsep signifikasi dua tingkat :

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

---

<sup>35</sup> Indiwari Seto Wahjuwibowo, *Semiotika Komunikasi: Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi*, Edisi ke-3 (Yogyakarta: Mitra Wacana Media, 2018), hlm. 23.

**Gambar 1. 8 : Two Orders of Signification dari Roland Barthes**



Gambar 2 menunjukkan bahwa signifikasi tingkat pertama merujuk pada hubungan antara penanda (signifier) dan petanda (signified), di mana tanda merepresentasikan realitas eksternal. Penanda menggambarkan aspek bentuk atau fisik, sedangkan petanda mewakili aspek konseptual atau makna yang dikandungnya. Gabungan antara penanda dan petanda inilah yang membentuk suatu tanda.

Pada signifikasi tingkat kedua, yang berkaitan erat dengan isi, tanda berfungsi melalui muatan makna dan emosi yang memiliki konotasi terhadap ideologi tertentu. Secara umum, segala sesuatu berpotensi menjadi mitos. Satu mitos bisa muncul pada periode tertentu dan kemudian memudar ketika

digantikan oleh mitos-mitos lain. Dengan kata lain, mitos bertindak sebagai penyampai informasi simbolis yang memproduksi makna-makna tertentu, berpijak pada nilai-nilai sejarah dan budaya masyarakat (Pawito, 2008:164). Mitos juga berperan dalam mengungkap serta melegitimasi nilai-nilai dominan yang berlaku pada suatu masa tertentu.

#### 4. Representasi Stuart Hall

Secara umum, representasi dapat dipahami sebagai cara menghadirkan kembali realitas melalui tanda, simbol, bahasa, dan media. Representasi berhubungan dengan bagaimana suatu realitas, ide, atau gagasan ditampilkan kepada publik sehingga dapat dipahami oleh orang lain. Dalam kajian ilmu sosial dan komunikasi, representasi dipandang sebagai proses penting karena manusia tidak berhubungan langsung dengan realitas, melainkan melalui perantara tanda dan bahasa.<sup>36</sup> Dengan kata lain, representasi adalah proses pemaknaan yang menjembatani realitas dengan audiens.

Bahasa menjadi medium utama dalam representasi. Bahasa di sini tidak hanya dimaknai sebagai kata-kata atau kalimat, tetapi mencakup juga simbol, gambar, warna, musik, tipografi, dan tanda visual lainnya.<sup>37</sup> Melalui bahasa, makna diproduksi, disebar, dan dinegosiasikan dalam suatu konteks budaya tertentu. Oleh karena itu, representasi tidak pernah netral. Setiap representasi

<sup>36</sup> Alex Sobur, *Semotika Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2009), hlm. 155–157.

<sup>37</sup> Eriyanto, *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media* (Yogyakarta: LKiS, 2001), hlm. 15–16.

membawa nilai, ideologi, dan kepentingan yang melekat pada konteks sosial budaya di mana ia diproduksi.

Stuart Hall, salah satu tokoh penting dalam kajian budaya (cultural studies), memberikan kontribusi besar dalam memahami representasi. Menurut Hall, representasi adalah proses aktif memproduksi makna melalui bahasa dan tanda. Ia menekankan bahwa representasi tidak hanya sekadar mencerminkan realitas sebagaimana adanya, tetapi juga mengkonstruksi realitas dengan menggunakan kode-kode budaya yang sudah ada di masyarakat.<sup>38</sup>

Hall menguraikan tiga pendekatan utama dalam memahami representasi.<sup>39</sup>

a. *Reflective Approach* (Pendekatan Reflektif)

Pendekatan reflektif memahami representasi sebagai cermin realitas. Makna dianggap sudah ada di dalam dunia nyata, dan tugas tanda hanyalah memantulkannya. Misalnya, gambar masjid dalam poster dakwah dipandang hanya merefleksikan keberadaan masjid sebagai rumah ibadah umat Islam. Dalam pendekatan ini, media dianggap netral, hanya menyampaikan apa adanya.

b. *Intentional Approach* (Pendekatan Intensional)

Pendekatan ini menekankan bahwa makna ditentukan oleh niat atau maksud komunikator. Representasi dipahami sebagai hasil kehendak

---

<sup>38</sup> Stuart Hall dalam Bambang Sugiharto (ed.), *Representasi, Media, dan Budaya Populer* (Yogyakarta: Jalasutra, 2003), hlm. 42

<sup>39</sup> *Ibid*, hlm. 45

pembuat pesan. Misalnya, seorang desainer dakwah yang memilih ilustrasi bunga dengan maksud menyampaikan kelembutan Islam kepada audiens muslimah. Dengan demikian, pusat makna berada pada individu kreator.

c. *Constructionist Approach* (Pendekatan Konstruksionis)

Pendekatan konstruksionis merupakan pandangan yang ditekankan Hall. Menurutnya, makna tidak sekadar merefleksikan realitas, dan tidak juga hanya ditentukan oleh niat komunikator, melainkan dibentuk dalam dan melalui bahasa serta kode budaya. Artinya, makna selalu merupakan hasil konstruksi sosial.

Dengan demikian, teori representasi Hall menempatkan media, termasuk karya visual seperti poster dakwah digital, sebagai arena produksi makna. Warna, tipografi, simbol, maupun tata letak bukan hanya elemen estetis, tetapi juga sarana representasi yang menyampaikan nilai, ideologi, dan identitas tertentu.

## **F. Metode Penelitian**

### 1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang diterapkan dalam studi ini adalah penelitian kualitatif.

Menurut Bogdan dan Taylor, penelitian kualitatif merupakan suatu prosedur ilmiah yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan, tulisan, serta perilaku individu yang diamati secara langsung.

Pendekatan kualitatif dilakukan dalam konteks alamiah, dengan tujuan untuk menafsirkan berbagai fenomena yang muncul melalui penggunaan beragam metode. Sementara itu, Erickson menjelaskan bahwa penelitian kualitatif berupaya untuk menemukan serta menguraikan secara naratif aktivitas yang tampak dari tindakan-tindakan individu dalam kehidupan mereka sehari-hari.

Berdasarkan pendapat-pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa penelitian kualitatif bertujuan untuk mengkaji realitas sosial seperti kehidupan masyarakat, perilaku manusia, struktur organisasi, gerakan sosial, fenomena-fenomena tertentu, serta hubungan kekerabatan. Adapun pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif digunakan untuk menggambarkan fenomena secara rinci, baik yang bersumber dari kejadian alami maupun yang merupakan hasil konstruksi manusia. Pendekatan ini lazim digunakan dalam analisis terhadap peristiwa, fenomena, maupun kondisi sosial yang sedang berlangsung.<sup>40</sup>

## 2. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif yaitu secara literature atau studi pustaka. Studi literatur merupakan sebuah penelitian yang persiapannya seperti

---

<sup>40</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013), hlm. 11–12.

halnya penelitian lain, sumber dan metode pengumpulan data dengan mengambil di pustaka, membaca, mencatat, dan mengolah bahan penelitian. Yang mana dilakukan dengan memakai dokumen sebagai sumber utama, seperti manuskrip, buku-buku, surat kabar, dan sebagainya. Sejalan dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, pengertian pustaka bukan hanya mengacu pada dokumen tertulis saja, melainkan juga pada dokumen digital yang bisa didapat dari internet.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis semiotika Roland Barthes. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami dan menginterpretasikan makna yang terkandung dalam elemen visual poster kajian pada akun Instagram @akhwatcreativeproject. Analisis dilakukan melalui dua tingkat signifikasi, yaitu denotasi sebagai makna literal dan konotasi sebagai makna implisit yang berkaitan dengan mitos dan ideologi

### 3. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah 5 poster kajian yang dipublikasikan melalui akun Instagram @akhwatcreativeproject. Poster kajian dipilih sebagai objek kajian karena memiliki susunan elemen visual yang kompleks, mulai dari tipografi, ilustrasi, komposisi gambar, hingga penggunaan warna yang kuat untuk menyampaikan pesan. Pemilihan lima poster dari akun @akhwatcreativeproject sebagai objek penelitian didasarkan pada

pertimbangan metodologis. Pertama, kelima poster tersebut dipandang memiliki nilai kebaruan, baik dari sisi visual maupun tema, sehingga berbeda dari objek-objek penelitian terdahulu. Kedua, pemilihan dilakukan dengan mempertimbangkan keberagaman tema yang diangkat, mulai dari isu keilmuan, keluarga, cinta, perjalanan hidup, hingga kesehatan mental. Meskipun berbeda tema, seluruhnya tetap berada dalam ranah poster kajian yang menjadi ciri utama akun @akhwatcreativeproject.

Pertimbangan lainnya adalah bahwa kelima poster tersebut dinilai cukup representatif dalam menggambarkan karakter desain akun @akhwatcreativeproject. Setiap poster menampilkan ciri khas visual yang konsisten, seperti penggunaan latar berwarna gelap, aksen feminim, tipografi tegas, serta simbol benda atau alam sebagai pengganti figur manusia. Dengan alasan tersebut, lima poster ini dianggap layak dijadikan sampel penelitian untuk dianalisis lebih lanjut melalui kerangka semiotika Roland Barthes dan teori representasi Stuart Hall.

Objek dalam penelitian ini adalah elemen visual yang terdapat pada poster kajian di akun Instagram @akhwatcreativeproject. Elemen visual tersebut meliputi aspek-aspek seperti warna, tipografi, ilustrasi, komposisi, layout, dan simbol-simbol yang digunakan dalam desain poster.

Objek ini dipilih karena elemen visual pada poster tidak hanya berperan sebagai sarana estetika, tetapi juga sebagai media penyampaian pesan dakwah yang sarat dengan makna simbolik dan ideologis. Dengan demikian, kajian

terhadap elemen visual ini diharapkan dapat mengungkapkan bagaimana pesan disampaikan dan dimaknai oleh audiens melalui representasi visual.

#### 4. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian terbagi menjadi dua bagian, yaitu data primer dan data sekunder

##### a. Data Primer

Data primer merupakan jenis data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti dengan tujuan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian. Informasi yang diperoleh bersumber dari interaksi langsung dengan objek penelitian melalui berbagai instrumen yang telah disiapkan. Proses pengumpulan data primer memegang peranan penting karena menjadi salah satu unsur utama dalam menghasilkan temuan yang valid dan mendukung pengambilan keputusan dalam penelitian. Dalam penelitian ini, penulis akan memanfaatkan data primer yang berkaitan dengan Poster Kajian yang terdapat pada akun Instagram @akhwatcreativeproject.

##### b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber informasi yang berasal dari dokumen-dokumen atau bahan pustaka yang telah dihimpun dan disusun oleh pihak lain di luar peneliti. Data ini berfungsi untuk melengkapi dan memperkuat kekurangan yang mungkin terdapat dalam data primer,

terutama dalam kaitannya dengan rumusan masalah penelitian. Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh melalui studi kepustakaan, yang mencakup buku-buku, jurnal ilmiah, artikel, dan skripsi yang memiliki relevansi, baik secara langsung maupun tidak langsung, dengan topik yang dibahas. Sumber-sumber tersebut digunakan untuk memperkuat landasan teori serta memberikan konteks yang mendukung analisis elemen visual pada akun Instagram @akhwatcreativeproject.

#### 5. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan cara-cara yang ditempuh oleh penulis untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan dalam penelitian berupa data-data yang relevan dengan penelitian yang dilakukan. Penelitian ini menggunakan metode dokumentasi dalam pengumpulan datanya. Dokumentasi menurut pengertian lain adalah teknik pengumpulan data yang diperoleh melalui pengumpulan dokumen-dokumen. Pada penelitian kualitatif, peranan dokumentasi sangatlah penting, data dari dokumentasi sangat menolong untuk menyajikan kembali beberapa data yang tidak akan didapat.<sup>41</sup>

Sedangkan Dokumentasi menurut Sugiyono merupakan catatan suatu kejadian yang sudah lalu. Dokumen bisa berupa tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya

---

<sup>41</sup> Subandi, Deskripsi Kualitatif Sebagai satu Metode Dalam Penelitian Pertunjukan, Jurnal HARMONIA, VOL. 11, No.2, 2011, hlm. 5.

catatan harian, sejarah kehidupan (life stories), cerita, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen dapat digunakan dalam penelitian sebagai sumber data karena dapat dimanfaatkan untuk menguji, menafsirkan, bahkan untuk meramalkan. Tujuan dari metode ini adalah untuk mendapatkan fakta-fakta terkait dengan elemen-elemen yang digunakan dalam instagram @akhwatcreativeproject

#### 6. Analisis Data

Analisis data kualitatif merupakan suatu proses yang dilakukan dengan cara mengolah data, mengorganisasikannya, memilahnya ke dalam unit-unit yang dapat dianalisis, menyusunnya secara sistematis, mengidentifikasi pola-pola, menentukan hal-hal yang penting, merumuskan pembelajaran yang diperoleh, serta menyusun narasi yang dapat disampaikan kepada orang lain.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan analisis deskriptif kualitatif, yaitu metode analisis yang bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai suatu gejala atau kondisi tertentu, agar fenomena yang diteliti dapat dipahami secara menyeluruh dan disimpulkan secara tepat.

Setelah data primer dan sekunder terkumpul, data tersebut akan diuraikan dan dijelaskan sesuai dengan pertanyaan-pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya. Tujuan dari analisis data ini adalah untuk menyelaraskan berbagai informasi yang diperoleh secara bermakna, sehingga dapat ditafsirkan secara jelas.

Perlu dipahami bahwa tidak ada satu pun peneliti yang benar-benar objektif secara mutlak dalam mengorganisasi, menganalisis, maupun menafsirkan data. Oleh karena itu, proses analisis dalam penelitian ini tetap mengacu pada tujuan dan fokus penelitian yang telah ditetapkan sejak awal.

Dalam hal ini, peneliti menggunakan analisis semiotika yang merupakan alat untuk menafsirkan sebuah tanda untuk memberikan arti dan makna dengan tahapan analisis yang akan dilakukan yakni:

- a. Peneliti mengambil gambar berupa tangkapan layar atau screenshot pada halaman akun Instagram @akhwatcreativeproject untuk dipilih dan diteliti.
- b. Peneliti menganalisa menggunakan teori semiotika Roland Barthes dengan melihat Tanda yang didalamnya terdapat unsur Denotasi, Konotasi dan Mitos.
- c. Peneliti mengungkap makna yang di representasikan dalam poster kajian menggunakan teori representasi Stuart Hall.

#### **G. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan menjadi bagian penting juga dalam sebuah proposal penelitian, sebab guna memastikan bahwa penelitian tersebut sudah terstruktur dan tersusun dengan logis juga sistematis. Maka, berikut sistematika pembahasan dalam penelitian ini :

## **BAB I: Pendahuluan**

Bab ini merupakan gambaran umum mengenai penelitian yang diangkat oleh peneliti. Dalam bab ini, peneliti menjelaskan latar belakang pentingnya topik penelitian terkait Analisis Elemen Visual Poster Kajian dalam Postingan Akun Instagram @akhwatcreativeproject Perspektif Semiotika Roland Barthes. Penelitian ini relevan dengan perkembangan media sosial yang kini menjadi sarana komunikasi visual yang masif, terutama akun-akun dakwah kreatif yang memanfaatkan visual sebagai medium utama.

Peneliti juga menjelaskan pentingnya memahami tanda-tanda visual melalui teori semiotika Roland Barthes yang membagi makna menjadi denotatif (makna literal) dan konotatif (makna interpretatif yang mengandung ideologi dan mitos). Pemilihan akun @AkhwatCreativeProject didasari oleh konsistensi dan pengaruhnya dalam menyebarkan dakwah melalui konten visual yang menarik perhatian audiens muda.

Adapun pembahasan lainnya dalam bab ini meliputi rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian, baik secara teoritis maupun praktis. Peneliti juga memberikan sistematika penulisan untuk memudahkan pemahaman isi skripsi secara menyeluruh.

## **BAB II: Gambaran Umum**

Pada bab ini, peneliti memberikan gambaran umum tentang objek penelitian, yaitu Komunitas Akhwat Creative Project. Bab ini membahas Penjelasan Komunitas Akhwat Kreative Project, profil singkat pemilik, Visi Misi, Goal dan tujuan hingga struktur kepengurusan didalamnya.

### **BAB III: Pembahasan**

Bab ini merupakan inti dari penelitian, di mana peneliti melakukan analisis mendalam terhadap elemen visual poster kajian dalam postingan akun instagram @AkhwatCreativeProject. Peneliti terlebih dahulu akan mengidentifikasi elemen-elemen visual yang terdapat dalam poster kajian yang akan di teliti. Di deskripsikan dan dipilah berdasarkan 4 kategori. Yakni Tipografi, ilustrasi, fotografi dan warnanya. Yang kemudian akan diuraikan makna tanda-tanda visual berdasarkan teori Roland Barthes, yaitu:

a. Makna Denotatif

Analisis makna literal yang tampak langsung dalam elemen visual, seperti warna, bentuk, tipografi, komposisi, dan elemen grafis lainnya.

b. Makna Konotatif

Analisis makna tambahan atau simbolik dari elemen visual yang dapat dipengaruhi oleh konteks budaya, ideologi, atau persepsi audiens.

c. Mitos

Pengungkapan makna mitos atau ideologi tersembunyi di balik penggunaan elemen visual. Mitos ini dapat mencerminkan pesan moral, nilai-nilai agama, atau pemikiran yang lebih luas yang ingin disampaikan oleh kreator konten kepada audiens.

Analisis ini dilakukan dengan mengidentifikasi elemen-elemen visual secara sistematis, mendeskripsikan tanda-tanda yang digunakan, dan menginterpretasikan makna menggunakan kerangka semiotika Roland Barthes. Bab ini akan

mengungkap bagaimana elemen visual mampu menyampaikan pesan dakwah, membangun kesadaran audiens, dan membentuk pemaknaan mendalam terkait isu-isu yang diangkat dalam konten.

#### **BAB IV: Penutup**

Pada bagian ini, peneliti memberikan kesimpulan dari hasil analisis penelitian yang telah dilakukan. Kesimpulan berisi ringkasan mengenai makna denotatif, konotatif, dan mitos yang ditemukan dalam elemen visual poster kajian akun instagram @AkhwatCreativeProject. Peneliti juga menjelaskan bagaimana elemen visual berperan dalam membangun komunikasi yang efektif dan menyampaikan pesan dakwah melalui media sosial.

Selain kesimpulan, peneliti memberikan saran dan rekomendasi bagi pemilik akun Instagram @AkhwatCreativeProject, kreator konten, serta peneliti selanjutnya. Saran ini mencakup optimalisasi penggunaan elemen visual untuk meningkatkan efektivitas komunikasi visual, serta rekomendasi untuk pengembangan penelitian terkait analisis media sosial lainnya yang sejenis.

Bab ini diakhiri dengan refleksi singkat mengenai keterbatasan penelitian serta harapan bahwa penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi kajian komunikasi visual dan ilmu semiotika.

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. KESIMPULAN**

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji elemen visual dalam poster kajian yang diunggah oleh akun Instagram @akhwatcreativeproject dengan menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes. Berdasarkan hasil analisis terhadap sejumlah poster, dapat disimpulkan bahwa karya-karya visual yang dihasilkan oleh akun ini tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai media dakwah yang sarat makna, estetis, dan ideologis.

Secara umum, elemen-elemen visual seperti tipografi, warna, ilustrasi, fotografi, dan tata letak digunakan secara konsisten dan strategis untuk membangun identitas visual yang khas. Pemilihan jenis huruf, skema warna, hingga elemen dekoratif seperti bunga, cahaya, dan simbol tertentu tidak hanya dirancang untuk menarik perhatian, tetapi juga untuk menyampaikan pesan-pesan keislaman yang mendalam. Elemen visual ini berperan aktif dalam membentuk suasana, memperkuat pesan utama, dan membangun citra dakwah yang lembut namun kuat.

Pada tataran denotatif, poster-poster ini menyampaikan informasi faktual secara langsung, seperti tema kajian, nama pemateri, waktu pelaksanaan, dan media penyelenggara. Informasi tersebut disusun dengan

komposisi yang jelas dan hirarki visual yang baik, sehingga mudah dipahami oleh audiens secara umum.

Namun pada tingkat konotatif, elemen-elemen visual tersebut membawa pesan simbolik yang lebih dalam. Misalnya, simbol kupu-kupu menggambarkan transformasi diri, kunci menyimbolkan ilmu atau solusi kehidupan, bunga melambangkan kesucian niat, dan cahaya memberi kesan spiritualitas. Warna-warna seperti hitam, putih, emas, dan ungu pun membawa nuansa emosional dan nilai budaya yang menyentuh sisi psikologis audiens. Hal ini memperkuat daya tarik poster tidak hanya sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai sarana internalisasi nilai.

Sementara itu, pada lapisan mitos, pesan-pesan visual dalam poster ini merepresentasikan konstruksi sosial dan ideologis dalam perspektif Islam. Poster tidak hanya mempromosikan kajian, tetapi juga menyuarakan nilai-nilai dakwah yang meringkai ulang narasi modern tentang cinta, pernikahan, ilmu, dan peran perempuan. Nilai-nilai Islam dibawa ke dalam konteks kontemporer dengan pendekatan visual yang komunikatif dan relevan, menjadikan poster sebagai bentuk narasi tandingan terhadap budaya populer yang sering kali tidak sesuai dengan syariat.

Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa akun @akhwatcreativeproject mampu memanfaatkan media visual sebagai sarana dakwah digital yang efektif dan bermakna. Poster-posternya tidak hanya menginformasikan, tetapi juga membangun makna, menanamkan nilai, dan

memperkuat identitas kolektif umat, khususnya kalangan muslimah. Melalui pendekatan visual yang kuat, akun ini berhasil menjadikan media sosial sebagai ruang dakwah yang kreatif, reflektif, dan ideologis.

Selanjutnya, dengan menggunakan kerangka teori representasi Stuart Hall, kelima poster tersebut memunculkan empat bentuk representasi utama. Pertama, representasi simbolisme religius, di mana poster mengganti figur manusia dengan simbol-simbol benda untuk menjaga kesesuaian dengan syariat Islam sekaligus menekankan makna spiritual. Kedua, representasi femininitas Islami, yang hadir melalui kombinasi warna gelap dengan aksen lembut dan desain yang menegaskan identitas perempuan muslimah. Ketiga, representasi dakwah digital estetik, di mana pesan religius dikemas menarik melalui penerapan prinsip desain komunikasi visual, sehingga mampu menyesuaikan diri dengan selera audiens media sosial masa kini. Keempat, representasi edukasi dan moralitas, yang tampak dalam tema-tema seputar ilmu, pernikahan, dan perjalanan hidup sebagai penanaman nilai akhlak Islami.

Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa poster kajian @akhwatcreativeproject tidak hanya berfungsi sebagai media dakwah informatif, tetapi juga sebagai ruang representasi nilai, identitas, dan budaya visual Islam di era digital.

## B. Saran

1. Untuk Peneliti selanjutnya
  - a. Lakukan penelitian lanjutan dengan fokus pada respon audiens terhadap pesan visual, agar diketahui sejauh mana efektivitasnya.
  - b. Teliti perbandingan antar akun dakwah visual lainnya untuk mengetahui pendekatan yang berbeda dalam menyampaikan pesan keislaman.
  - c. Gunakan pendekatan multidisipliner seperti menggabungkan semiotika dengan psikologi media, komunikasi dakwah, atau kajian gender untuk hasil analisis yang lebih mendalam.
2. Untuk Tim Kreatif @akhwatcreativeproject:
  - a. Tingkatkan konsistensi kualitas visual dalam setiap poster, terutama dalam pemilihan warna, tipografi, dan ilustrasi agar tetap selaras dengan pesan dakwah..
  - b. Gunakan elemen simbolik (seperti bunga, cahaya, kupu-kupu, dll.) secara lebih terarah agar setiap visual mengandung makna yang dalam dan tidak hanya estetis.
  - c. Sertakan kutipan ayat Al-Qur'an atau hadis secara eksplisit pada konten poster, agar pesan dakwah lebih kuat secara spiritual dan ilmiah.
  - d. Lanjutkan pengembangan kemampuan tim desain dengan pendekatan meaning-driven visual, agar setiap karya tidak hanya menarik secara tampilan, tapi juga bermakna secara isi.
3. Untuk Akademisi dan Praktisi dakwah digital

- a. Pahami bahwa media visual bukan sekadar alat estetika, tetapi juga alat ideologis dan naratif yang sangat kuat dalam membentuk nilai dan persepsi umat.
- b. Jadikan desain grafis sebagai bagian penting dari strategi dakwah digital, bukan sekadar pelengkap.
- c. Dorong kolaborasi antara desainer muslim, dai, dan akademisi untuk menciptakan konten visual yang lebih tepat sasaran, syar'i, dan kreatif.
- d. Gunakan pendekatan visual yang emosional dan intelektual, agar pesan Islam dapat menyentuh hati sekaligus memperkuat pemahaman.

## DAFTAR PUSTAKA

- Akhwat Creative Project. "Tentang Kami." Canva Site. Diakses 22 Juli 2025. <https://umilshine.my.canva.site/akhwatcreativeproject>.
- Akmal Musa Uparya dan Heri Setiawan. "Representasi Makna Poster Kajian Dakwah di Instagram Anak Mesjid." *Hikmah* 18, no. 2 (2024).
- Amy, E. Arntson. *Graphic Design Basics*. Boston: Cengage Learning, 2012.
- Aris Risdiana dan Reza Bakhtiar Ramadhan. "The Theology of Green Islam: Managerial System of Islamic Transformative Rehabilitation for Mental Disorder Patients at PP Al Qodir." *Millati: Journal of Islamic Studies and Humanities* 4, no. 1 (2019): 1.
- Asmawi. *Fiqh Seni Rupa dalam Islam*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2015.
- Barthes, Roland. *Elements of Semiology*. Trans. Annette Lavers and Colin Smith. New York: Hill and Wang, 1967.
- Budiardjo, Eko. *Komunikasi Visual*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006.
- Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: Departemen Agama RI, 2019.
- Dhea Fildza Nadhira, Edy Muslimin, dan Agus Fatuh Widoyo. "Strategi Pengembangan Desain Komunikasi Visual sebagai Media Dakwah oleh Akhwat Creative Project (ACP)." *Jurnal Ilmiah Hospitality* 11, no. 2 (2022): 491–505. <http://stp-mataram.e-journal.id/jih>.
- Eriyanto. *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: LKiS, 2001.
- Fatonah, Siti. "Pemanfaatan Instagram sebagai Media Dakwah Visual." *Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 5, no. 2 (2021): 134–135.
- FX Pranoto. *Mitologi Nusantara: Simbol dan Makna dalam Budaya Indonesia*. Yogyakarta: Narasi, 2008.
- Heru Nugroho. "Poster sebagai Media Komunikasi Visual." *Jurnal Desain Komunikasi Visual* 4, no. 1 (2016): 15.

- Imam Asy-Syafi'i. *Adabul 'Ālim wal-Muta'allim*. Diakses 6 Juli 2025, dari <https://al-maktaba.org/book/13357>.
- Indiwari Seto Wahjuwibowo. *Semiotika Komunikasi: Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi*. Edisi ke-3. Yogyakarta: Mitra Wacana Media, 2018.
- Kwon, Y., & Johnson, K. K. P. "Fashion, Mood and Self-Confidence: A Comparison Between Clothing Preference and Emotional State." *Journal of Fashion Marketing and Management* (1998): 41–55.
- Lexy J. Moleong. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013.
- Lutfi Rohmawati. *Makna Desain Komunikasi Visual dalam Akun Instagram @jaringangusdurian (Analisis Semiotika Ferdinand de Saussure)*. Skripsi, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2023.
- Moersito Al Ghifany. "Desain Komunikasi Visual Sebagai Media Dakwah (Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Akun Instagram @OtoyCihuy)." 2024.
- Muhammad ibn Ismā'īl al-Bukhārī. *Adab al-Mufrad*. Hadis no. 273. Diakses 6 Juli 2025, dari <https://sunnah.com/adab/41/1>.
- Pranoto, FX. *Mitologi Nusantara: Simbol dan Makna dalam Budaya Indonesia*. Yogyakarta: Narasi, 2008.
- Pratama, D. *Dasar-dasar Fotografi: Teknik dan Konsep Visual*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2020.
- Putra, Ricky W. *Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan*. Yogyakarta: Deepublish, 2021.
- Putri, Amalia Nurdiana, dan Nur Maghfirah Aesthetica. *Analisis Konten Media Instagram @bickleyflorist: Usaha Buket Bunga Sebagai Media Promosi*. Makassar: UIN Alauddin Makassar, 2023.
- Rizal, M. "Persepsi Mahasiswa terhadap Pernikahan Syar'i: Antara Logika dan Romantisme." *Jurnal Psikologi Islam dan Keluarga* 6, no. 2 (2021): 120–134.
- Rohmawati, Lutfiana. "Makna Desain Komunikasi Visual Dalam Akun Instagram @Jaringangusdurian (Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure)." Repository UINSAIZU (2024). <https://repository.uinsaizu.ac.id/25204/1/LUTFI...>

- Rustan, Surianto. *Dasar-Dasar Desain Grafis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008.
- Rustan, Surianto. *Mendesain Poster*. Jakarta: Gramedia, 2011.
- Ṣaḥīḥ al-Bukhārī, *Kitāb al-Īmān*, Hadis no. 52, dan Ṣaḥīḥ Muslim, Hadis no. 1599. Diakses 5 Juli 2025, dari <https://sunnah.com/bukhari:52>.
- Ṣaḥīḥ al-Bukhārī, *Kitāb an-Nikāḥ*, Hadis no. 5090. Diakses 7 Juli 2025, dari <https://sunnah.com/bukhari:5090>.
- Santosa, Puji. *Komunikasi Visual dalam Periklanan*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010.
- Sarwono, Jonathan. *Dasar-dasar Komunikasi Visual*. Jakarta: Universitas Terbuka, 2009.
- Sobur, Alex. *Semotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006.
- Sobur, Alex. *Semotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2009.
- Stuard Hall dalam Bambang Sugiharto (ed.). *Representasi, Media, dan Budaya Populer*. Yogyakarta: Jalasutra, 2003.
- Subandi. “Deskripsi Kualitatif Sebagai satu Metode Dalam Penelitian Pertunjukan.” *Jurnal Harmonia* 11, no. 2 (2011): 5.
- Subria Mamis, dkk. “Desain Komunikasi Visual.” PT Mafy Media Literasi Indonesia, 2023.
- Sucipto, H. “Prinsip-Prinsip Desain Komunikasi Visual dalam Media Dakwah Digital.” *Jurnal Komunikasi Islam* 7, no. 2 (2020): 201–215.
- Sumbo Tinarbuko. “DEKAVE, Desain Komunikasi Visual Penanda Zaman Masyarakat Global.” *Journal of Chemical Information and Modeling* 8, no. 9 (2015): 1–58.
- Suyanto. *Desain Komunikasi Visual: Teori dan Perkembangannya*. Yogyakarta: Andi, 2005.

Wayan Adi Putra Yasa, I Ketut Sudarsana, dan I Gede Partha Adnyana. *Desain Komunikasi Visual: Teori dan Perkembangannya*. Denpasar: Nilacakra Publishing House, 2024.

Widagdo, Sigit. *Psikologi Warna dalam Desain*. Yogyakarta: Jalasutra, 2012.

Zahra, L. “Ruang Perempuan dalam Dakwah Visual: Antara Adab dan Eksistensi.” *Jurnal Dakwah dan Perubahan Sosial* 10, no. 2 (2022): 134–147.

