

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Pengertian Dakwah**

Dakwah berasal dari bahasa Arab “Da’wah” داعوا, kata do’a yad’u yang artinya panggilan, seruan, ajakan. Sedangkan dari segi istilah, Ulama memberikan beberapa macam definisi antara lain :

- Dalam kitabnya “Hidayatul Mursyidin” mengatakan, dakwah adalah : Mendorong manusia untuk mengikuti pentunjuk (agama), berbuat kebajikan, menyeru pada kebaikan dan mencegah dari perbuatan mungkar. Agar memperoleh kebahagiaan dunia akhirat. (Syech Ali Mahfudh/Khadijah Nasution, 1970:17).
- Dakwah adalah : Mengajak manusia dengan cara kebijaksanaan kejalan yang benar, sesuai dengan perintah Tuhan untuk kebahagiaan, kemaslahatan dunia dan akhirat. (Toha Yahya Oermar, 1976:1).
- Didalam bukunya yang berjudul “Beberapa catatan mengenai Dakwah Islam” mengatakan : Dakwah

adalah seruan kepada semua manusia untuk kembali dan hidup dalam ajaran Allah yang benar, dilakukan ajaran tersebut dengan penuh kebijaksanaan dan nasehat yang baik. (Prof. Dr. H. Aboebakar Atjeh, 1971:6)

Secara mudah dakwah yaitu menyeru dan mengajak, bisa jadi mengajak kepada kebaikan atau pun keburukan, jalan ke surga atau jalan ke neraka. Akan tetapi makna dakwah dalam Islam yaitu mengajak kepada jalan keimanan.

وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِّمَّن دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنَّنِي

مِنَ الْمُسْلِمِينَ

*Artinya : “Siapakah yang lebih baik perkataannya dari pada orang yang menyeru kepada Allah, Mengerjakan kebajikan,*

*dan berkata: “Sesungguhnya aku termasuk orang-orang muslim (yang menyerah diri) ?”.* (QS. Fussilat (41) : 33)<sup>1</sup>

Demikian dakwah adalah segala sesuatu bentuk kegiatan penyampaian ajaran agama Islam kepada khalayak masyarakat dengan berbagai cara penyampaian yang bijaksana agar terwujudnya kepribadian individu dan masyarakat yang melakukan amalan sesuai ajaran Islam dalam segala bentuk aktivitas kehidupan.<sup>2</sup>

Kegiatan berdakwah sering diartikan sempit oleh banyak orang, ada yang berasumsi kalau kegiatan dakwah adalah kegiatan yang kuno atau jadul, karena dakwah diidentikan dengan selalu berkhotbah di atas mimbar. padahal dakwah itu sangat fleksibel mengikuti zaman. Isi pesan dakwah tetap pada ajaran Islam yang sudah dibawakan oleh Rasulullah SAW. Akan tetapi

---

<sup>1</sup> LAJNAH PENTASHIHAN MUSHAF AL-QUR'AN Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Terjemah dan Tajwid*, (Surakarta: Banyuwangi: 2014), h. 480.

<sup>2</sup> Mohammad Hasan, *Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah*, (Surabaya, Pena Salsabila, 2013), hlm, 8-11.

yang mengikuti zaman adalah Media-media yang menjadi jalan agar dakwah dapat tersampaikan.

#### **a. Media Dakwah**

Media dakwah adalah salah satu bagian dari unsur-unsur dakwah. Media dari bahasa latin yaitu *Medius* yang berarti perantara, tengah atau penghantar (Arsyad, 2006:3). Dalam bahasa Inggris yaitu *Media* ialah bentuk jamak dari *Medium* yang artinya tengah, antara, atau rata-rata.

Ahli Komunikasi mengartikan media adalah alat yang menghubungkan pesan komunikasi yang disampaikan oleh komunikator kepada penerima pesan (komunikan). Dalam bahasa Arab, *Media* disebut dengan *Wasilah* ( وسيلة ) dalam bentuk jamak, *Wasail* ( وسائل ) yang artinya alat atau perantara.

Garis besar media ialah yang mencakup manusia, materi dan lingkungan membuat khalayak mendapatkan keterampilan, pengetahuan, dan sikap. Tidak ada dakwah tanpa menggunakan media, suasana kegiatan pelaksanaan dakwah ialah media dakwah. Ketika Rasulullah SAW memberikan nasihat kepada sahabat yang menemuinya, maka

Rasulullah SAW adalah media dakwah itu sendiri. (Gerlach & Ely dalam Arsyad, 2006:3).<sup>3</sup>

Banyak sekali alat-alat yang bisa dijadikan media dakwah, semua alat komunikasi apa pun yang halal bisa digunakan sebagai media dakwah, semua alat itu tergantung dari tujuannya (Hamzah Ya'qub, 1992:47). Media dakwah ialah alat yang objektif, menjadi saluran yang menghubungkan pesan atau ide dengan khalayak masyarakat.<sup>4</sup>

Hamzah Ya'qub memperincikan tentang media dakwah itu menjadi lima bagian :

- a. Lisan ialah media dakwah yang paling sederhana, hanya menggunakan lidah di mulut, menimbulkan suara dan bahasa. Contohnya seperti Pidato, Ceramah, kuliah, bimbingan, penyuluhan, dan sebagainya.

---

<sup>3</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta, Balebat Dedikasi Prima, 2017), hlm. 345-346.

<sup>4</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*,....., h. 346.

- b. Tulisan ialah termaksud dari buku majalah, surat kabar, korespondensi (Surat, *e-mail*, sms) spandukm dan lain-lain.
- c. Gambar, lukisan, karikatur, dan sebagainya.
- d. *Audio Visual*, yakni alat dakwah yang bisa dirasakan oleh indra pendengaran dan indra pengelihatn. Bisa berbentuk televisi, slide, video internet, dan sebagainya.
- e. *Akhlak*, yaitu aktivitas perbuatan-perbuatan nyata yang dapat mencerminkan ajaran Islam, dapat dirasakan dan didengarkan oleh ma'u.<sup>5</sup>

Pada dasarnya dakwah yang menggunakan wasilah dapat merangsang indra-indra manusia serta menimbulkan perhatian penerima dakwah (mad'u). Semakin bagus dan mudah wasilah yang digunakan maka

---

<sup>5</sup> Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung, PT REMAJA ROSDAKARYA, 2013), h. 106.

semakin efektif pemahaman ajaran Islam kepada masyarakat yang menjadi sasaran dakwah.<sup>6</sup>

Klasifikasi jenis media dakwah dibagi menjadi dua, yaitu media tradisional (tanpa teknologi komunikasi) dan media moderen (dengan teknologi komunikasi). Klasifikasi jenis media dakwah tersebut tidak terlepas dari media penerimaan informasi yang dikemukakan oleh firman Allah SWT, yaitu di dalam surat An-Nahl (16) ayat 78 dan Al-Mulk (67) ayat 23, media yang dimaksud adalah media sensasi dan media persepsi.

1. *An-Nahl* (16) ayat 78.

وَاللَّهُ أَخْرَجَكُمْ مِنْ بُطُونِ أُمَّهَاتِكُمْ لَا تَعْلَمُونَ شَيْئًا وَجَعَلَ  
لَكُمْ السَّمْعَ وَالْأَبْصَرَ وَالْأَفْئِدَةَ لَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ

---

<sup>6</sup> Mohammad Hasan, *Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah*, (Surabaya, Pena Salsabila, 2013), h. 77.

Artinya : “Dan Allah mengeluarkan kamu dari perut ibumu dalam keadaan tidak mengetahui sesuatupun, dan Dia memberimu pendengaran, penglihatan dan hati, agar kamu bersyukur.” (QS.An-Nahl (16) : 78)<sup>7</sup>

2. Al-Mulk (67) ayat 23.

قُلْ هُوَ الَّذِي أَنْشَأَكُمْ وَجَعَلَ لَكُمُ السَّمْعَ وَالْأَبْصَارَ وَالْأَفْئِدَةَ  
قَلِيلًا مَّا تَشْكُرُونَ

Artinya : “Katakanlah, “Dialah yang menciptakan kamu dan menjadikan pendengaran, penglihatan dan hati nurani. (tetapi) amat sedikit kamu bersyukur”. (QS. Al-Mulk (67) : 23)<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup> LAJNAH PENTASHIHAN MUSHAF AL-QUR’AN Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur’an Terjemah dan Tajwid*, (Surakarta: Banyuwaryar: 2014), h. 275.

<sup>8</sup> LAJNAH PENTASHIHAN MUSHAF AL-QUR’AN Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur’an Terjemah dan Tajwid*,....., h. 563.



3. *Al-Mu'minun* (23) ayat 78.

وَهُوَ الَّذِي أَنْشَأَ لَكُمُ السَّمْعَ وَالْأَبْصَارَ وَالْأَفْئِدَةَ قَلِيلًا مَّا تَشْكُرُونَ

Artinya : “Dan Dialah yang telah menciptakan bagimu, pendengaran, penglihatan dan hati nurani, Amat sedikitlah kamu bersyukur”. (QS. *Al-Mu'minun* (23) : 78).<sup>9</sup>

Dalam ayat diatas, sesasi atau pancaindra diwakili oleh indra pendengaran (*al-sam'*) dan indra penglihatan (*al-absar*). Sensasi berasal dari kata “sense” adalah alat pengindraan yang menghubungkan organisme dengan lingkungannya, sedangkan persepsi ialah pengalaman dari peristiwa, objek, atau hubungan-hubungan yang didapatkan, dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkannya.

---

<sup>9</sup> LAJNAH PENTASHIHAN MUSHAF AL-QUR'AN Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Terjemah dan Tajwid*,....., h. 347.

Persepsi memberikan makna pada setiap stimuli indrawi (Jalaludin Rakhmat, 1991: 49-51).

Dalam tafsir disebutkan indra pendengaran dan indra penglihatan, karena keduanya lebih dominan dan lebih sangat efektif dalam penerimaan informasi. Kita menyebutnya media auditif (indra pendengaran) dan media visual (Indra penglihatan). *Al-Sam'* atau media auditif tidak banyak jenisnya sedangkan media visual banyak jenisnya.

Al-Qur'an menyebut kata *al-sam'* dalam bentuk tunggal, yaitu *al-sum'ah*. Bentuk tunggal menunjukkan objek yang di dengar hanya satu yaitu suara (Al-Shawi, 1993 IV:103). Ketika suara datang media pendengaran tidak memiliki pilihan lain selain menerima suara datang, walaupun tidak tahu darimana asal suaranya. (Fakhr al Din al-Razi, 1990: XIII: 152).

Berbeda dengan media visual yang objeknya kita lihat dan dipersepsi. Namun media auditif lebih efektif dalam menangkap pesan dakwah dibanding media visual, menurut hasil penelitian jika diukur sekitar 20-25% (Toha Yahya Omar, 1992: 56). Inilah sebab kenapa Al-Qur'an lebih mendahulukan kata *al-sam'* (indra pendengaran) dari pada kata *al-abshar*. Karenanya, orang buta masih dapat menerima informasi dan pengetahuan dari pada orang tuli.

*Al-bashar* (media visual) ialah yang dapat ditangkap oleh indra pengelihatan yaitu mata manusia. Jenis-jenis media ini sangat banyak, seperti yang ditunjukkan oleh Al-Qur'an pembentukan jamak: *al-bashar* (jamak/plural). Dengan kecanggihan teknologi di era moderen ini, media visual menjadi lebih banyak lagi, terlihat hampir semua media dakwah di zaman sekarang dominan menggunakan media ini, media yang melibatkan penglihatan manusia.

Akan tetapi dalam hasil penelitian, jika mengandalkan media visual saja untuk berdakwah, mutu dakwah hanya bisa ditangkap sekitar 10%-15% (Toha Yahya Omar, 1992: 56). Jika menggabungkan kedua media tersebut, media auditif dan media visual akan saling menutupi kekurangan. Gabungan dari kedua media tersebut dinamakan media audiovisual, tingkat efektivitasnya juga lebih efektif sekitar 50% atau bahkan bisa lebih (Toha Yahya Omar, 1992: 57).<sup>10</sup> Dibagi menjadi tiga golongan dari segi penyampaian dakwah :

- a. Berbentuk ucapan (*The Spoken words*) :  
yang termaksud kedalam kategori ini ialah alat-alat yang mengeluarkan bunyi-bunyian.  
Bisa disebut *Media Audio*, hanya bisa di

---

<sup>10</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta, Balebat Dedikasi Prima, 2017), hlm, 349-352.

tangkap oleh indra pendengaran yaitu telinga. Contoh alat-alatnya dikehidupan sehari-hari seperti radio, telepon, podcast, dsb.

- b. Berbentuk tulisan (*the printed writing*) : berbentuk barang yang mudah dipegang, dapat dirasakan dan dilihat oleh mata. Bisa disebut *Media Visual*, ini termaksud kedalam barang-barang cetak, gambar-gambar yang tercetak, tulisan-tulisan, lukisan-lukisan. Didalam kehidupan sehari-hari seperti buku, surat kabar (koran), majalah, brosur, dsb.
- c. Berbentuk gambar bergerak (*The Audio Visual*) : dengan media ini kita dapat merasakan dengan indra pendengaran dan indra penglihatan secara bersamaan. Ini merupakan penggabungan dari kedua media yaitu *Media Audio* dan *Media Visual*, alat-

alat yang termaksud dalam kategori ini seperti film, video, DVD, CD, video dari internet, TV, dsb.<sup>11</sup>

Walaupun penentu utama bagi aktivitas dakwah bukan lah media dakwah, akan tetapi media hadir dan memberikan andil yang cukup besar untuk ke efektifan berdakwah. Media dakwah akan bisa efektif jika dapat disesuaikan dengan pesan dakwah, mitra dakwah, bahkan pendakwahnya. Selain itu, penting juga media dakwah menyesuaikan diri dengan unsur-unsur dakwah yang lain seperti logistik dakwah dan juga metode dakwah.

media dalam kegiatan komunikasi dakwah telah banyak menarik perhatian. Terutama pada ruang lingkup media massa, media massa telah meningkatkan jangkauan dan intensitas dalam komunikasi dakwah pengaruh sosial keagamaan yang cukup besar. Dalam sejarah dunia

---

<sup>11</sup> Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung, PT REMAJA ROSDAKARYA, 2013),

komunikasi belum pernah yang memberikan efektivitas yang begitu luas, sebelum adanya media massa pers, radio, televisi, dan sebagainya. Dapat dikatakan telah melekat dan tidak dapat dipisahkan alat-alatnya dari kehidupan manusia pada abad ini (Yoyon Mudjiono, 1990 : 22).<sup>12</sup>

Pendakwah ialah salah satu unsur dakwah yang paling berpengaruh dengan adanya keberadaan media dakwah. Secara individu maupun berkelompok tetap media dakwah bergantung pada kemampuan pendakwah, kemampuannya tidak hanya sebatas operasional media, kemampuan pengetahuan dan seni juga di butuhkan dalam penggunaan media tersebut.

Pendakwah membutuhkan orang lain atau bisa dengan membuat tim, digunakan untuk menyiapkan media yang canggih yang bisa di gunakan untuk

---

<sup>12</sup> Mohammad Hasan, *Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah*, (Surabaya, Pena Salsabila, 2013), hlm, 77.

berdakwah lebih luas lagi. Dari sudut pandang dakwah kelembagaan, tim teknis juga bisa disebut pendakwah. Akan tetapi jika mereka berkerjasama hanya ingin mencari upah, dan tidak tersirat untuk berdakwah, maka bukanlah disebut sebagai pendakwah.

Etika dalam pemilihan media juga tidak kalah penting, karenanya media dapat menurunkan kualitas dakwah apabila melanggar etika. Misalnya, koran yang terdapat pesan keagamaan namun di dalam koran tersebut terdapat iklan minuman berakohol yang jelas dilarang oleh agama. Demikian untuk memilih media dakwah harus diperlukan pertimbangan. Setidaknya mencakup empat aspek, yaitu : efisiensi penggunaannya, kesesuaian dengan unsur-unsur dakwah yang lain, keefektifitas media, dan legalitasnya menurut etika islam.

Thariqah (metode) dakwah ialah yang sangat erat kaitanya dengan wasilah dakwah. wasilah adalah media atau alat-alat yang digunakan untuk menyebarluaskan,



menyampaikan ajaran islam, sedangkan Thariqah ialah cara-cara atau metode yang digunakan dalam kegiatan berdakwah.

Dalam bahasa Yunani *methodus* artinya cara atau jalan, dalam bahasa Inggris *Method* diartikan metode atau cara (Soejono Soemargono, 1993 : 17). Dalam bahasa Indonesia kata metode memiliki arti, “satu cara yang bisa ditempuh atau cara yang ditentukan secara jelas untuk mencapai dan menyelesaikan satu tujuan, rencana, system dan tata pikir manusia” (M. Syafaat Habib, 1982 : 160).<sup>13</sup>

## **B. Media Massa**

Perbedaan definisi komunikasi massa dengan media massa, komunikasi massa adalah melakukan kegiatan komunikasi dengan menggunakan alat/media yang dapat menyebarkan informasi secara khalayak/massa. Sedangkan media massa ialah alat-alatnya, mediana, alat saluranya

---

<sup>13</sup> Mohammad Hasan, *Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah.....*, h. 78-79.

dalam berkomunikasi yang disalurkan secara luar kepada khalayak. Media cetak atau media elektronik mencakup media massa, bisa disimpulkan media massa ialah alat komunikasinya, sedangkan komunikasi massa ialah kegiatan komunikasi yang menggunakan media massa.

Media massa lebih dominan dihasilkan dari teknologi moderen, karena memang penggunaan yang butuh kecanggihan, pada zaman ini media massa mengalami terus perkembangan dan semakin banyak jenisnya. Media massa elektronik berbentuk seperti (televisi, radio, film), media cetak berbentuk seperti (surat kabar, majalah, tabloid, buku, dsb).<sup>14</sup>

Media ialah alat atau wahana yang dipergunakan menjadi saluran untuk mentransfer pesan dari sumber pesan ke penerima pesan. Komunikasi yang menggunakan saluran atau sarana untuk mengirim atau meneruskan pesan kepada si penerima pesan yang keberadaannya jauh dan banyak

---

<sup>14</sup> Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2014), h. 3-5.

jumlahnya disebut dengan komunikasi bermedia (*Mediated communication*)

Dengan adanya media massa akan menimbulkan keserempakan, artinya adanya secara bersama-sama pesan dapat disampaikan kepada penerima pesan. ini menjadi sebuah keuntungan berdakwah dengan menggunakan media massa, menyebarkan informasi kebaikan seperti pesan dan nasihat agama serta pesan moral dengan menggunakan media massa akan sangat efektif dalam mengubah prilaku, sikap, pendapat, bahkan persepsi dalam jumlah banyak dan serempak.<sup>15</sup>

#### **a. Media Cetak**

Media cetak ialah alat yang menyalurkan komunikasi, pesan atau informasinya berbentuk tulisan (verbal) ataupun dalam bentuk gambar-gambar misalnya karikatur dan komik yang disebarluaskan dalam bentuk benda tercetak. Media massa cetak dinilai sangat baik dalam

---

<sup>15</sup> Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung, PT REMAJA ROSDAKARYA, 2013), h. 104-105.

menyebarkan pesan kepada mereka yang bisa membaca dan memiliki waktu luang/senggang yang cukup.

Surat kabar, majalah, koran dan media cetak sejenisnya lainnya memiliki kelebihan tersendiri, yaitu dapat mudah dibaca oleh banyak orang terutama dalam satu rumah tangga, asrama, hotel ataupun perpustakaan (Cangara, 2013: 122). Umumnya media cetak atau media elektronik, memiliki fungsi yang sama yaitu :

- *To information*, untuk informasi. Masyarakat butuh informasi, Merupakan fungsi utama dari media massa.
- *To Educate*, untuk pendidikan. menyajikan pesan, tulisan-tulisan atau tayangan yang mendidik dan mengandung pengetahuan untuk masyarakat.
- *To Entertain*, sebagai hiburan. Menyajikan program atau tayangan yang menghibur masyarakat.

- *To Control*, untuk mengendalikan atau mempengaruhi. Media massa dapat mempengaruhi proses pembentukan etika sosial, mekanisme interaksi, bahkan proses mengambil keputusan pada lembaga-lembaga pemegang kebijakan formal. Media massa pun juga melakukan *social control* secara bebas dan bertanggung jawab. (Muhtadi, 2012: 77).<sup>16</sup>

#### **b. Buku**

Buku memiliki ciri-ciri berupa kumpulan lembaran yang disatukan dengan dijilid menjadi satu dan pada salah satu ujungnya berisi tulisan atau gambar. Tiap-tiap sisi dari sebuah lembarang kertas pada buku disebut halaman.<sup>17</sup>

---

<sup>16</sup> Ahmad Zaini, "Dakwah Melalui Media Cetak," dalam AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, Vol. 2, No. 2, (Juli-Desember 2014) Dosen Dakwah dan Komunikasi STAIN Kudus, h. 63.

<sup>17</sup> Mohammad Hasan, *Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah*, (Surabaya, Pena Salsabila, 2013), hlm, 358.

Buku dapat didefinisikan lain sebagai kumpulan informasi atau pesan yang secara tertulis, memungkinkan memuat banyak pesan atau informasi, memiliki makna dan arti bagi masyarakat luas, dibuat dan direncanakan untuk pengetahuan masyarakat, dibuat dengan bahan yang mudah dibawa dan tidak mudah rusak.

Tujuan utama adanya buku yaitu memberikan atau menyajikan penerangan, dan menjelaskan. Serta mengabadikan moment atau sesuatu, memindahkan pengetahuan dan informasi dengan memerhatikan kemudahan dan penampilan ditengah masyarakat (Taufik, 2012: 57). Bentuk dan ukuran pun berbeda-beda, panjang dan lebar pun juga berbeda-beda. Umumnya manuskrip tersebut dibuat dalam satu gulungan/jilid.

Di Indonesia pada era 1980-an, buku-buku bertemakan Islam ialah buku yang selalu dicari dan diburu oleh masyarakat pembaca. Pesan-pesan Islam

dibuat dan disajikan dalam halaman-halaman yang lebih menarik perhatian. Misalnya, buku sejarah nabi disajikan dalam bentuk buku cerita bergambar, dengan begitu memiliki daya tarik yang lebih besar khususnya bagi anak-anak, supaya bisa mengetahui sejarah nabi. Biasanya pesan-pesan Islam disampaikan melalui mimbar masjid, kini di era moderen dapat disajikan dan dinikmati dalam lembaran buku yang lebih menarik (Muhtadi, 2012: 84-85).<sup>18</sup>

Berdakwah melalui buku ialah investasi masa depan. Walaupun penulis telah tiada/wafat, akan tetapi ilmunya terus dibaca dan disampaikan oleh generasi ke generasi selanjutnya, memberikan pahala yang terus mengalir ini yang dinamakan pahala jariyah. Jika tidak ada pendakwah dizaman dulu yang mengutip ucapan Rasulullah SAW lalu membukukanya,

---

<sup>18</sup> Ahmad Zaini, "Dakwah Melalui Media Cetak", dalam AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, Vol. 2, No. 2, (Juli-Desember 2014) Dosen Dakwah dan Komunikasi STAIN Kudus, h. 69-70.

pastinya pendakwah di zaman sekarang tidak bisa mengetahuinya, itulah kekuatan dakwah melalui buku yang bisa melitasi dari tiap-tiap generasi.

Dakwah dengan buku tidak memberikan resiko dan acaman yang besar. karena, jika ada pihak yang tidak setuju dengan sebuah tulisan/buku, maka orang itu harus membantahnya dengan tulisan/buku juga. Jadi bisa dibilang jika ingin mengkritik pada karya tulis seseorang, maka orang itu harus membuat karya tulis juga. Itulah yang menjadi tradisi intelektual muslim zaman dulu, buku ditanggapi dengan buku dan lisan dikritik dengan lisan.

Beban psikologisnya lebih ringan pendakwah yang berdakwah melalui buku, dibanding pendakwah dengan menggunakan lisan. Sering kali audiensi mengharapkan pada pendakwah lisan ialah dengan berperilaku seperti nabi dan tidak boleh ada satupun kekeliruan atau kesalahan. Bahkan dari cara



berpakaian pun juga, satu kesalahan sikap dan perilaku saja bisa menurunkan kredibilitas pendakwah.

Berbeda dengan berdakwah dengan tulisan, orang lain/pembaca hanya membaca tulisan si pendakwah. Bahkan pendakwah bisa menggunakan nama samaran. Sudah saatnya pendakwah yang menggunakan tulisan harus digalakan lagi, agar bisa lebih bersemangat berdakwah melalui karya tulisan ini, setelah mengalami kejayaan pada masa-masa silam.<sup>19</sup> Allah SWT berfirman dalam surat *Al-Qalam* (68) ayat pertama :

ن وَالْقَلَمِ وَمَا يَسْطُرُونَ

Artinya : “*Nun, demi kalam dan apa yang mereka tulis*”. (QS. *Al-Qalam* (68) : 1).<sup>20</sup>

---

<sup>19</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta, Balebat Dedikasi Prima, 2017), h. 359.

<sup>20</sup> LAJNAH PENTASHIHAN MUSHAF AL-QUR'AN Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Terjemah dan Tajwid*, (Surakarta: Banyuanyar: 2014), h. 564.

Dikalangan muslim indonesia masih banyak yang beranggapan pengetahuan itu dari buku “kitab”, bukan dari koran atau majalah. Maka dari itu, lembaga penulisan dan penerbitan buku menjadi pilihan yang harus ditekankan, karenanya penyampaian pesan dan informasi yang disampaikan oleh media buku lebih memiliki “wibawa” dibandingkan media lainya.<sup>21</sup>

### **C. Desain Grafis**

Secara etimologi kata desain berasal dari serapan bahasa itali yaitu “*Designo*” berarti gambar. Tentunya proses pembuatan desain tidak hanya memperhatikan aspek dari keindahan secara estetika dan visual. Proses mendesain sangat perlu memperhatikan konsep, riset, target konsumen, keinginan konsumen.<sup>22</sup>

---

<sup>21</sup> Ahmad Zaini, “Dakwah Melalui Media Cetak”, dalam AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, Vol. 2, No. 2, (Juli-Desember 2014) Dosen Dakwah dan Komunikasi STAIN Kudus, h. 72.

<sup>22</sup> Lia Anggraini & Kirana Nathalia, *Desain Komunikasi Visual Dasar-dasar panduan untuk pemula*, (Bandung, Penerbit Nuansa, 2018), hlm 13-14.

Grafis erat kaitanya dengan kata “grafika”, kata *graphikos* berasal dari bahasa Yunani, lalu menjadi kata *grafika* yang berarti “goresan”. Goresan dalam hal menggambar dan tulisan. Kemudian mengalami perkembangan kegiatan *grafika* menjadi kegiatan cetak mencetak. Kegiatan mencetak ialah kegiatan untuk memperbanyak suatu barang, dengan cara ulang-mengulang, misalnya buku, majalah, atau koran.<sup>23</sup>

Desain grafis mengikuti perkembangan teknologi modern seluruh teknologi cetak-mencetak dan teknologi printing. Dengan adanya teknologi printing pada desain grafis akan memberikan ruang eksploratif dan dapat digunakan untuk mencapai sebuah pencapaian estetika.<sup>24</sup>

---

<sup>23</sup> Guruh Ramdani, *Desain Grafis*, (Bogor: IPB Press, 2020), h. 2.

<sup>24</sup> Lia Anggraini & Kirana Nathalia, *Desain Komunikasi Visual Dasar-dasar panduan untuk pemula*, (Bandung, Penerbit Nuansa, 2018), hlm, 30.

Bukan hanya sebuah desain yang dicetak, desain grafis juga mempelajari ilmu tentang penyampaian informasi, konsep, ide pikir, ide awal, dan lain-lain. Disampaikan kepada orang lain dengan bahasa visual, maka dari itu desain grafis erat kaitannya dengan ilmu komunikasi dan informatika. Desain grafis juga menjadi penghubung antara sipembuat pesan dan sipenerima pesan/khalayak, informasi atau komunikasi diwujudkan dalam bentuk visual.

#### **a. Unsur-unsur desain grafis**

##### 1) Garis

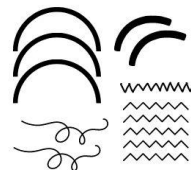
Pada desain grafis, garis ialah yang menghubungkan satu titik dengan titik yang lain. Bentuknya beragam ada yang melengkung (*curve*) atau lurus (*straight*). Dengan adanya garis dapat membangun sebuah bentuk, membuat wujud secara bebas dan fleksibel sesuai dengan yang kita inginkan dan dapat membuat citra atau kesan dari visual yang kita buat.

Dari masing-masing garis memiliki kesan yang berbeda-beda. Misalnya, garis horizontal lurus menghubungkan dari kanan ke kiri atau sebaliknya, membuat segala sesuatu menjadi formal, terlihat tenang, dan profesional. Sedangkan garis vertikal menghubungkan dari atas ke bawah atau sebaliknya, memperlihatkan kesan elegan, stabil, dan keseimbangan.

Pada penggunaan lain, garis digunakan sebagai mempermudah dan



memperjalan pembaca. Garis dapat berfungsi menjadi petanda, contohnya seperti



pada kemasan produk, terdapat garis putus-putus untuk menandakan bagian yang boleh di potong atau dilipat.

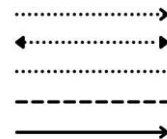
Garis Lurus (Horizontal,  
Vertikal, Diagonal)

Garis Lengkung dan  
Garis ZigZag

### Gambar (2.1) Contoh Garis

#### 2) Bentuk (*Shape*)

Segala sesuatu yang memiliki diameter, lebar, dan tinggi. Bentuk-bentuk dasar pada umumnya dikenal adalah bentuk kotak (*rectangle*), lingkaran (*circle*), Segitiga (*triangle*), lonjong (*elips*), dan lain-lain.<sup>25</sup>



---

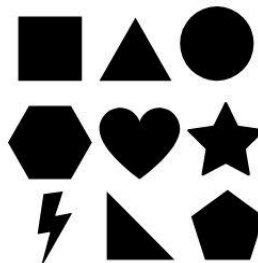
<sup>25</sup> Lia Anggraini & Kirana Nathalia, *Desain Komunikasi Visual Dasar-dasar panduan untuk pemula*, (Bandung, Penerbit Nuansa, 2018),

Bentuk dibuat dan dibangun dengan susunan garis, sebuah bentuk terdiri dari isi *fill* dan garis tepi *contour*. Ini kaitannya dengan benda-benda dua dimensi dan tiga dimensi.

### Gambar (2.2) Contoh Shape (bentuk)

#### 3) Warna

Warna adalah unsur yang sangat penting dalam desain. Unsur warna dapat



memberikan citra dan kesan dalam sebuah desain, bahkan dengan adanya warna kita membuat kesan pada pesan yang disampaikan atau membedakan sifat secara jelas.

Warna ialah elemen atau unsur pada desain yang dapat menarik perhatian, meningkatkan mood. Akan tetapi, jika kita salah dalam menggunakan pemilihan pada warna, akan berdampak pada hilangnya minat untuk melihatnya. Warna memiliki sifat, karakter, makna, dan arti yang berbeda-beda tergantung dari perspektif manusia.

Sebagai seorang desainer kita harus bisa memperhatikan penggunaan warna dengan baik, perlu untuk memerhatikan kesan apa yang mau desainer bangun pada desain tersebut.

Misalnya, desainer ingin memberikan kesan lembut dan feminim, tentunya warna yang cocok untuk wanita ialah warna pink muda akan lebih baik. Jika desainer ingin memberikan kesan bersih, jantan, tangguh, warna yang cocok mungkin biru. Contoh makna dan arti warna itu sesuai universal, yang diketahui oleh khalayak. Desainer



lain mungkin bisa maknai dengan makna yang berbeda-beda.

Teori *Brewster* ialah teori yang menyederhanakan warna, disederhanakan menjadi 4 kelompok warna, yaitu sebagai berikut :

*Warna Primer* (warna dasar), Warna asli atau warna yang tidak dicampur oleh warna lain. Diantaranya yaitu warna merah (*magenta*), kuning (*Yellow*), dan biru (*blue*). Bisa disebut RGB (*Red, Green, Blue*) sebutannya ini biasa didalam sebuah desain dan visual komputer, bagi desainer warna ini wajib dipelajari, karena akan bisa menentukan kualitas dari desain dan visualnya.

*Warna Sekunder* (pecampuran dari warna primer), warna menghasilkan warna dari pencampuran warna primer. Merah dicampur dengan warna kuning akan menghasilkan warna orange/jingga. Warna biru dicampurkan dengan warna kuning akan menghasilkan warna hijau.

Warna merah dicampur dengan warna biru akan menghasilkan warna ungu.

*Warna Tersier* (warna primer dicampur warna sekunder), contohnya warna oranye kekuningan didapatkan dari memadukan warna oranye/jingga dengan warna kuning. begitu pun dengan warna lain akan menghasilkan warna baru, dan membentuk roda warna

*Warna Netral*, (warna penyeimbang) hasil dari warna di atas dicampur dengan perbandingan 1:1:1. Desainer sering menggunakan warna ini sebagai penyeimbang dari warna lain pada desainya. Warna netral lebih kontas pada warna-warna alam, adan warna yang digunakan ialah warna yang mendekati warna hitam atau putih.

Di dalam komputer, RGB (*additive color*) ialah format warna yang dihasilkan karena sinar, seperti layar handphone, laya monitor, layar televisi, dan barang elektronik lainnya. Sedangkan



warna CMYK adalah format warna yang dipakau untuk mencetak, untuk mesin printer.<sup>26</sup>



**Gambar (2.3) Contoh Warna**

#### 4) Ilustrasi

Unsur ilustrasi atau gambar pada desain grafis dibagi menjadi beberapa bagian. Pertama yaitu gambar tangan (*Hand Drawing*) menggambar manual dengan tangan dan alat yang sederhana seperti pensil, drawing pen, cat, kuas, spidol, dan lain sebagainya.

---

<sup>26</sup> Lia Anggraini & Kirana Nathalia, *Desain Komunikasi Visual Dasar-dasar panduan untuk pemula*, (Bandung, Penerbit Nuansa, 2018), hlm, 37-40.



Kedua ialah menggambar langsung di komputer (*Digital Drawing*) menggunakan alat canggih elektronik dan juga menggunakan software, seperti menggambar vector (Corel Draw), bitmap (Photoshop), menggunakan pentablet dan juga lain sebagainya.<sup>27</sup>

---

<sup>27</sup> Hendi Hendratman, *Computer Graphic Design*, (Bandung, Penerbit INFORMATIKA, 2014), hlm, 42-43.

### Gambar (2.4) Contoh Ilustrasi

#### 5) Ruang (Space)

Desainer dapat merasakan jauh atau dekat, tinggi atau rendah, panjang atau pendek, kosong atau padat, besar atau kecil, itu karena digunakannya unsur ruang (space) dalam desain grafis. Ini hanya bisa diprediksi dengan perasaan, perasaan tersebut muncul karena adanya pembandingan.<sup>28</sup>

---

<sup>28</sup> Hendi Hendratman, *Computer Graphic Design.....*, h. 46.

Dengan adanya unsur ruang kita bisa memilih ukuran agar semua desain yang dibuat dapat terlihat, mudah terbaca, dan mudah d



gerti, sehingga pesan dapat tersampaikan kepada khalayak.<sup>29</sup> Ruang merupakan bagian dari perencanaan desain.

---

<sup>29</sup> Lia Anggraini & Kirana Nathalia, *Desain Komunikasi Visual Dasar-dasar panduan untuk pemula*, (Bandung, Penerbit Nuansa, 2018), hlm, 36.

## (2.5) Contoh Desain dengan unsur Ruang

### b. Prinsip-Prinsip Desain Grafis

#### 1.) Keseimbangan (Balance)

Secara umum kesamaan bentuk ialah kesamaan visual, seperti cermin yang memantulkan benda yang di hadapannya dengan bentuk yang sama.<sup>30</sup> Umumnya di bidang seni prinsip dari keseimbangan ini tidak dapat diukur dengan pasti, akan tetapi dapat dirasakan.

---

<sup>30</sup> Hendi Hendratman, *Computer Graphic Design*, (Bandung, Penerbit INFORMATIKA, 2014), hlm, 49.

Objek pada bagian kiri dan kanan, atas dan bawah terlihat atau terkesan sama berat, dapat dikatakan desain tersebut seimbang. Jadi dapat dikatakan seimbang dalam prinsip desain ialah keadaan semua bagian di dalam desain tidak ada yang saling membebani.<sup>31</sup>

## 2.) Urutan / Irama (Rhythm/Ritme)

Irama dalam musik ialah bentuk pola yang diulang-ulang agar merdu dan mudah diterima oleh telinga. Pada desain grafis prinsip irama digunakan untuk variasi komponen. Komponen yang di buat secara berulang-ulang membentuk urutan dan pola/pattren tertentu, sehingga dapat dilihat seperti berirama dan menarik.<sup>32</sup>

---

<sup>31</sup> Lia Anggraini & Kirana Nathalia, *Desain Komunikasi Visual Dasar-dasar panduan untuk pemula*, (Bandung, Penerbit Nuansa, 2018), h. 41.

<sup>32</sup> Hendi Hendratman, *Computer Graphic Design.....*, h. 51-52.



### 3.) Penekanan (Emphasis/Focus)

Penekanan pada desain grafis dapat membuat visual/desain menjadi pusat perhatian khalayak. Tujuan penggunaan penekanan pada desain grafis untuk membuat visual lebih terlihat, dengan menampilkan salah satu unsur sebagai pusat perhatian. Sehingga dapat mencapai nilai artistik, pesan atau informasi yang ingin disampaikan oleh desainer, dibuat terlihat mencolok dan kontras.<sup>33</sup>

### 4.) Kesatuan (Unity)

Prinsip yang paling penting untuk desain grafis ialah kesatuan, karena dengan adanya kesatuan dalam karya desain grafis akan membuat desain terlihat dan terkesan menyatu, tidak tercerai – berai dan berantakan. Yang menyebabkan desain

---

<sup>33</sup> Lia Anggraini & Kirana Nathalia, *Desain Komunikasi Visual Dasar-dasar panduan untuk pemula*, (Bandung, Penerbit Nuansa, 2018), hlm, 43-44.

tidak nyaman untuk dipandang karena tidak adanya prinsip kesatuan.<sup>34</sup> Bagian-bagian unsur desain grafis yang selaras dan bersatu akan membuat karya desain dapat dipahami sebagai suatu kesatuan.<sup>35</sup>

### c. Tipografi

Seni menata dan memilih huruf untuk menciptakan kesan khusus, sehingga akan membuat pembaca dapat membaca dengan mudah dan semaksimal mungkin ialah tipografi.<sup>36</sup> Tipografi sudah menjadi bagian dari kehidupan manusia moderen, karena masyarakat di zaman ini sudah lebih dominan dapat membaca dan menulis.

---

<sup>34</sup> Lia Anggraini & Kirana Nathalia, *Desain Komunikasi Visual.....*, h. 45.

<sup>35</sup> Hendi Hendratman, *Computer Graphic Design*, (Bandung, Penerbit INFORMATIKA, 2014), hlm, 58.

<sup>36</sup> Hendi Hendratman, *Computer Graphic Design.....*, h. 44.

Bahkan masyarakat sekarang sudah menjadi kebutuhan memandang yang lebih indah dan estetik dari huruf, ini yang membuat desainer tipografi berusaha untuk dapat menampilkan seni “penataan huruf” sebaik mungkin. Secara harfiah tipografi ialah “bentuk tulisan” dan kata kerjanya disebut “pembentukan” atau bisa disebut “kreasi”, istilah dari Yunani (*typos*) dan (*graphe*).<sup>37</sup>

Tipografi memiliki arti yang bersifat ilmiah ialah teknik dan seni dalam merancang dan menata aksara, untuk menyusun publikasi visual, dalam hal cetak maupun non cetak (Kusrianto, 2010). Sejak 5000 tahun yang lalu manusia sudah bisa menciptakan tanda tulisan dan huruf pertama, setelah itu huruf dan tanda menjadi sarana komunikasi dan informasi.<sup>38</sup>

---

<sup>37</sup> Lia Anggraini & Kirana Nathalia, *Desain Komunikasi Visual Dasar-dasar panduan untuk pemula*, (Bandung, Penerbit Nuansa, 2018), h. 51.

<sup>38</sup> Guruh Ramdani, *Desain Grafis*, (Bogor: IPB Press, 2020), h. 44.

Setiap adanya rancangan desain, tipografi selalu ada dalam rancangan tiap desain sebagai unsur pendukung. Penataan huruf dan rangkainya dalam karya digunakan untuk memperjelas kesan dan citra dalam visual dan desainya.<sup>39</sup> Membuat nilai yang estetika di tiap-tiap hurufnya, maka disebutlah tipografi menjadi *visual language* (bahasa visual).

Elemen tipografi selalu dipertimbangkan dalam membuat rancangan karya desain, karena tipografi sangat mempengaruhi susunan kuasa huruf (hierarki), dan dapat juga membuat keseimbangan dalam karya desain. Ada beberapa hal juga yang harus dipertimbangkan selain pemilihan jenis huruf, harus melakukan pendalaman teori dan penerapan tipografi. Ini bertujuan agar karya desain bisa mendapatkan sisi estetika dan mendapatkan perhatian

---

<sup>39</sup> Guruh Ramdani, *Desain Grafis*,....., h. 49.

dari khalayak sehingga pesan atau informasi dapat tersampaikan dengan baik.<sup>40</sup>

Secara ilmiah terdapat nama pada bagian-bagian huruf, masing-masing memiliki nama dan fungsi spesifik dalam ilmu tipografi, terdapat 4 kelompok huruf, yaitu :

### 1. *Oldstyle*

Kelompok huruf Oldstyle dibuat pada periode tahun 1470, lalu periode Oldstyle berakhir pada abad-16 ketika muncul huruf Venetian buatan seniman Venice. Munculnya periode



sisi berupa karya milik Jhon Baskerville yang

---

<sup>40</sup> Lia Anggraini & Kirana Nathalia, *Desain Komunikasi Visual Dasar-dasar panduan untuk pemula*, (Bandung, Penerbit Nuansa, 2018), h. 52-54.

akan menjadi jembatan pada periode berikutnya. Beberapa font yang dapat di kategorikan ke dalam kelompok oldstyle ialah *Bembo*, *Bauer Text*, *CG Cloister*, *ITC Usherwood*, *Claren*, dan lain-lain

### **Gambar (2.6) Goudy Old Style**

#### *2. Modren*

Muncul jenis font ini pada periode abad ke-18, ketika Gaimbatista Bodoni membuat jenis font yang kita kenal sekarang sebagai font *Bodoni*. Periodeanya cukup panjang sampai ke abad-20, karya typeface juga sudah semakin banyak. yang termaksud kedalam jenis kelompok modern ialah *Bodoni*, *Bauer Bodoni*, *Didot*, *Torino*, *Auriga*, *ITCFenice*, *Linotype*, *ITC Modern*, *Bookman*, dan lain-lain.



**Gambar (2.7) Bodono MT Condensed**

### 3. *Slab Serif*

Kelompok ini ditandai bentuk *serif* yang tebal dan sangat tebal. Kemunculan jenis huruf ini ditandai dengan munculnya huruf yang berfungsi sebagai penarik perhatian bisa disebut sebagai *header*, maka dari itu masa kemunculannya bervariasi. Yang termasuk ke dalam jenis huruf *Slab Serif* ialah *Boton*, *Aachen*, *Calvert*, *Lubalin Graph*, *Memphis*, *Rochwell*, *Serifa*, dan lain-lain.



ambar (2.8) Clarendon

#### 4. *Sans Serif*

Ini adalah jenis huruf tanpa kait ujung (*Serif*) pada tiap-tiap hurufnya. Jenis huruf ini dibuat oleh William Casion IV (keturunan Willilam



Calson pembuat Font Casion di era *Oldstyle*) pada tahun 1816. Font ini disebut *Grotesque* (aneh) karena pada zaman itu bentuk huruf tanpa kait ujung dianggap aneh tetapi unik. Sampai sekarang orang inggirs menyebut huruf tanpa kait ujung dengan istilah *Grotesque*. Font Arial ialah huruf yang paling tepat untuk mewaliki kelompok *Sans Serif*. Yang termaksud kedalam kelompok tersebut ialah, *Franklin Ghotic*, *Akzident Groteks*, *Helventica*, *Univers*, *Formata*, *Avant Grade*, *Gill Sans*, *Futura*, *Optima*, dan lain-lain.<sup>41</sup>



**Gambar (2.9) Arial**

---

<sup>41</sup> Guruh Ramdani, *Desain Grafis*, (Bogor: IPB Press, 2020), h. 50-53.

#### **d. Tata Letak (*layout*)**

Menyatukan dan memadukan elemen dan unsur grafis dengan tujuan tertentu sesuai dengan kriteria, merupakan seni tersendiri. Tujuannya ialah menjadi media komunikasi visual yang komunikatif.

Usaha untuk merangkai, menyusun, menata, dan memadukan unsur dan elemen visual grafis agar menjadi desain yang komunikatif, persuasif, estetik, dan menarik, disebut dengan tata letak, di bidang periklanan dikenal dengan istilah *layout*.<sup>42</sup>

Menyusun unsur dan elemen yang akan menjadi sebuah desain yang utuh kedalam sebuah bidang, membentuk susunan artistik. Memanajemenkan bentuk dan bidang itulah peran dari *Layout* (Gavin Amborse & Paul Harris, London 2005). Menampilkan yang berupa elemen gambar dan teks menjadi satu padu, membuat visual menjadi komunikatif dan dapat memudahkan

---

<sup>42</sup> Guruh Ramdani, *Desain Grafis*....., h. 93.

khalayak menerima dan membaca pesan atau informasinya, ialah tujuan dari *Layout*.<sup>43</sup>

Tata letak atau *Layout* digunakan untuk mencapai nilai estetik, keharmonisan, dan komunikatif. Adapun menyangkut aspek pemaknaan yang akan dirasakan dan dipahami oleh audiens-nya (Freddy Adiono Basuki, 2000). Tata letak terkait dengan :

1. Usaha untuk mendapatkan komposisi yang proposional
2. Kemudahan ditangkap dan dibaca ataupun pesan yang terkandung di dalamnya
3. Kemampuan membangun pesan yang persuasif dan bukan sugestif, baik gambar dan teksnya.<sup>44</sup>

---

<sup>43</sup> Lia Anggraini & Kirana Nathalia, *Desain Komunikasi Visual Dasar-dasar panduan untuk pemula*, (Bandung, Penerbit Nuansa, 2018), h. 74-75.

<sup>44</sup> Guruh Ramdani, *Desain Grafis*, (Bogor: IPB Press, 2020), h. 94.

Untuk membuat *Layout*, ide konten atau gagasan utama adalah hal utama yang harus diperhatikan. Karenanya kita dapat membuat kerangka dasar dan kasar dari elemen-elemen tersebut. Adapun beberapa prinsip dari *Layout*, sebagai berikut :

1. *Sequence*, ialah urutan perhatian baca atau aliran pandangan mata ketika melihat desainnya. Prinsip *Sequence* yang baik ialah yang mengarahkan informasi yang disajikan mulai dari yang di prioritaskan, maksudnya mulai dari informasi atau pesan yang penting sampai ke yang tidak penting.
2. *Emphasis*, prinsip dari *Layout* ini memberikan penekanan pada bagian-bagian yang dianggap informasi penting, penekanan ini digunakan agar pembaca dapat terarah dan dapat fokus pada bagian yang penting. Penekanan dapat diciptakan dengan cara berikut :

- Memberi ukuran huruf yang jauh lebih besar dibandingkan elemen-elemen *layout* lainya pada halaman tersebut.
- Menggunakan warna yang kontras/berbeda dengan latar belakang dan elemen lainya.
- Meletakkan hal yang penting tersebut pada posisi yang menarik perhatian.
- Menggunakan bentuk atau *style* yang berbeda dengan sekitarnya.

3. *Balance* (keseimbangan), di bagi menjadi dua bagian yaitu keseimbangan simetris dan keseimbangan asimetris. Keseimbangan simetris ialah antara sisi kanan dan sisi kiri harus sama persis, seperti cermin yang memantulkan bedanya dengan sama bentuk. Sedangkan keseimbangan asimetris ialah

keseimbangan yang di sisi sebrangnya tidak sama bentuknya, membutuhkan kejelian dan kemampuan pada desainer agar desainnya terlihat seimbang secara keseluruhan walaupun bentuknya berbeda.

4. *Unity*, menciptakan *Layout* yang menyatu pada keseluruhan desain. seluruh elemen dan unsur yang digunakan harus saling menyatu, saling berkaitan dan disusun dengan tepat.<sup>45</sup>

#### e. Flat Desain

Karakteristik dari Flat Desain menggunakan komposisi dengan keseimbangan simetris atau asimetris. Berbagai objek divisualkan dengan teknik vector, gaya ilustrasi cenderung kartunal, dan banyak dilakukan penyerdehanaan bentuk. Flat desain merupakan salah satu

---

<sup>45</sup> Lia Anggraini & Kirana Nathalia, *Desain Komunikasi Visual Dasar-dasar panduan untuk pemula*, (Bandung, Penerbit Nuansa, 2018), h. 75-77.

gaya desain grafis yang berkembang dan menjadi *trend* penting pada satu dekade terakhir 2010-2020.

Flat desain pertama kali dirilis pada tahun 2002 oleh perusahaan raksasa Microsoft melalui produk Windows Media Center 2002, Windows Phone 7 tahun 2010, oleh Android melalui iOS 7 pada tahun 2013, dan terus berkembang hingga saat ini (Carrie Caousin, 2015). Flat Desain merepresentasikan berbagai object di dunia yang bersifat tiga dimensi diubah kedalam gambar dua dimensi yang datar, sederhana, terkesan ringan, modern, dan bersifat universal sehingga memiliki keterbacaan *usability* yang tinggi (Ivan Burmistov, 2015).

Kesan tiga dimensi atau efek cahaya ditampilkan melalui kombinasi kontras warna atau *tone* warna yang diatur dari rendah ke tinggi. Flat desain memiliki asosisasi kuat dengan bentuk dan visual gaya Swiss Typography

dan juga Bauhaus karena karakteristiknya yang banyak mengelaborasi ruang kosong dan bentuk minimalis.<sup>46</sup>

#### **D. Desain Grafis di zaman Modern sebagai Media Dakwah**

Perkembangan zaman bukan hanya berpengaruh pada pola hidup masyarakatnya, tetapi juga berpengaruh pada pola pikirnya. Karena itu berkembang pula cara-cara atau metode dakwah agar pesan dakwah dapat tersampaikan kepada masyarakat.

Sudah dipastikan media dakwah (wasilah) ikut berkembang, kecanggihan teknologi memudahkan untuk mengakses dan menyebarkan pesan dakwah, akan tetapi tidak dipungkiri juga ajaran-ajaran lainnya. Megahnya ilmu dan teknologi menjadi tanda kemajuan dalam modernitas, maraknya penemuan-penemuan baru dalam bidang teknologi dan ilmu pengetahuan menjadi

---

<sup>46</sup> Namuri Migotuwio, *Desain Grafis Kemarin, Kini, dan Nanti*, (Lampung: Alinea Media Dipantara, 2020), h. 62.



dampak dari rasionalistas secara langsung. Ini termaksud dalam ilmu komunikasi, ilmu desain grafis, dan ide-ide kreatif juga ikut berkembang.

Struktur, intitusi, sikap dan perubahan nilai pada pribadi, sosial, dan budaya menjadi ciri manusia moderen. Mampu membuat dan menghasilkan inovasi-inovasi baru, bergotong-royong dalam membangun kekuatan, mengupgrade kemampuan dalam memecahkan dan menyelesaikan masalah itu terlihat jelas pada masyarakat moderen. Masyarakat moderen sangat membutuhkan hubungan yang selaras antara kepribadian dengan sistem sosial budaya (S.D. Dube, 1988).<sup>47</sup>

Dakwah di zaman sekarang bisa disebut dakwah modernitas, dakwah yang dilaksanakan dengan memfokuskan unsur-unsur penting dari dakwah,

---

<sup>47</sup> Zulkarnaini, September 2015, *Dakwah Islam di Era Modern*, Jurnal RISALAH, Vol. 26, No. 3, hlm. 153.

kemudian pendakwah menyesuaikan antara materi, metode, dan media dengan kondisi mad'u yang moderen.

Mungkin saja materi atau isi pesan dakwah sangat bagus, akan tetapi akan kurang efektif jika metode dan media saluranya kurang sesuai dengan kondisi masyarakat modern. Maka dari itu pelaksanaan dakwah disesuaikan dengan kondisi dan situasi masyarakat.<sup>48</sup>

Media dakwah (wasilah dakwah) sangat erat kaitannya dengan metode dakwah. Methodus, berasal dari bahasa Yunani yang artinya cara atau jalan. Method, dalam bahasa Inggris diartikan menjadi metode atau cara (Soejono Soemargo, 1993 : 17). Dalam bahasa Indonesia menjadi kata metode, yang pengertiannya ialah “Suatu cara yang bisa dijalani atau cara yang dipastikan secara jelas agar bisa mencapai dan menyelesaikan

---

<sup>48</sup> Zulkarnaini, September 2015, *Dakwah Islam di Era Modern*,....., h.157.

suatu tujuan, rencana, system, dan tata pikir manusia” (M. Syafaat Habib, 1982: 160).<sup>49</sup>

Untuk mencapai tujuan dakwah yang efektif, di era modern ini pendakwah seyogyanya ialah orang yang memiliki pengetahuan dan wawasan yang luas, menyampaikan materi dakwah yang aktual dengan media dakwah atau media komunikasi dan metode yang relevan dan tepat dalam kondisi masyarakat modern.<sup>50</sup>

#### **E. Semiotika Charles Sander Peirce**

Peirce lahir di dalam keluarga intelektual pada tahun 1839, Benyamin, ayahnya Peirce ialah seorang profesor matematika pada Universitas Harvard. Peirce dikenal dengan sebagai pribadi yang berfikir

---

<sup>49</sup> Mohammad Hasan, *Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah*, (Surabaya, Pena Salsabila, 2013), h.79.

<sup>50</sup> Zulkarnaini, September 2015, *Dakwah Islam di Era Modern*, Jurnal RISALAH, Vol. 26, No. 3, h. 157.

argumentatif, filsuf Amerika yang orisinal dan multidimensional.<sup>51</sup>

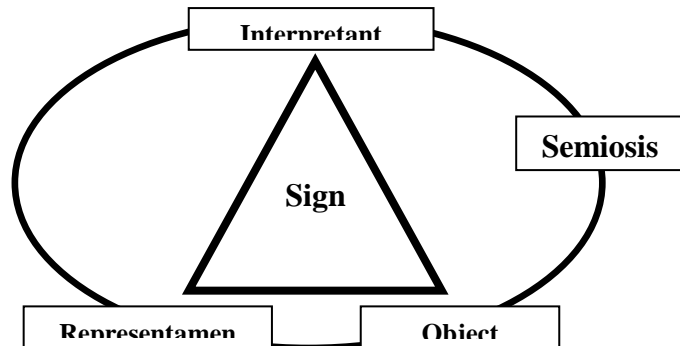
Menurut Peirce sebagai seorang yang ahli filsafat dan logika, semiotika sama halnya dengan logika, manusia hanya bisa bernalar melewati tanda, semiotika dapat diterapkan dalam segala macam tanda. Jadi, Semiotika ialah ilmu yang mempelajari tentang tanda, mulai dari fungsi tanda, mempelajari produksi tanda, serta makna dari tanda. *Sign* (tanda) didalam setiap pikiran orang berbeda-beda tergantung orang tersebut menafsirkan sebuah tanda didalam pikirannya.

Peirce menjelaskan, tanda (*representamen*) ialah sesuatu yang dapat mewakili sesuatu yang lain dalam batasan-batasan tertentu (Eco, 1979:15). Objek ialah tanda yang akan mengacu pada sesuatu yang lain, atau mewakili. Tafsir/makna (*Interpretant*) ialah tanda akan dapat berfungsi jika diinterpretasikan (tafsir) kedalam

---

<sup>51</sup> Indiwana Seto Wahyu Wibowo, *Semiotika*, (Jakarta: Wisma Tiga dara, 2009), h. 15.

benak penerima tanda. Jadi, *interpretant* ialah pemahaman makna yang muncul dalam diri penerima tanda.



**Gambar (2.10)**  
**Segitiga Triadik**

Mengamati sebuah benda seperti mengamati makna atau maksudnya kenapa, mengapa, dan bagaimana benda atau tanda itu bisa eksis. Oleh Peirce, tanda menjadi aspek utama dalam ilmu semiotika dibuat sebagai sebuah poros segitiga makna. Fungsinya dibuat poros segitiga ialah merupakan sebuah pemikiran utama yang

terlepas dari hubungan antara manusia, makna dan objek yang diamati.<sup>52</sup>

Dalam analisis semiotika komunikasi visual, penelitian akan berfokus pada tanda sebagai acuannya, yaitu Objek. Berdasarkan Objeknya dibagi menjadi tiga bagian yaitu, *Ikon*, *indeks*, dan *simbol*.

1. *Ikon* ialah tanda memiliki hubungan penanda dan petanda. Tanda dan acurannya memiliki hubungan kemiripan, dapat disebut metafora.
2. *Indeks* ialah hubungan tanda dan penandanya memiliki sebab akibat kepada tanda yang diwakilinya. Antara tanda dan petanda memiliki hubungan ilmiah, menyebabkan tanda bisa disebut sebagai bukti.
3. *Simbol* ialah tanda yang memiliki peraturan, perjanjian, atau pemahaman yang disepakai

---

<sup>52</sup> Arif Budi Prasetya, *Analisis Semiotika Film dan Komunikasi*, (Malang:Intrans Publishing, 2019), h. 16-17.

khalayak bersama. Dalam buku Alex Sobur dijelaskan simbol adalah tanda yang menjadi hubungan alamiah antara penanda dan petanda. Jadi, sebagian orang yang dalam skala besar bersepakat dalam memahami simbol tersebut.

Ikon, Indeks, dan Simbol ialah perangkat hubungan antara dasar (bentuk), objek (*referent*), dan konsep (*interpretant* atau *reference*). Biasanya bentuk menimbulkan persepsi dan setelah dihubungkan dengan objek akan menimbulkan penafsiran (*interpretant*). Pemahaman yang merangkai akan berkembang terus seiring dengan rangkaian *semiosis* yang tidak kunjung berakhir.

Esensi membongkar makna karya Desain dapat dianalisa dari adanya hubungan gejala struktural yang diungkapkan oleh tanda dan gejala yang ditunjukkan oleh

acuanya. Akan dapat hasilnya dilihat dan di ketahui bagaimana tanda-tanda tersebut berfungsi.<sup>53</sup>

---

<sup>53</sup> Sumbo Tinarbuko, *Semiotika Komunikasi Visual*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2008), h. 13-17.