

ANALISIS SEMIOTIKA KOMUNIKASI VISUAL MELALUI “INSTAGRAM” DALAM GAMBAR POSTINGAN AKUN @BANTU_DAKWAH

Asty Astuty¹, H. Abdullah Karim², Nurliah³

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui Bagaimana penggunaan Penanda (Signifier) dan makna dari Penanda berupa Petanda (Signified) dengan gambar postingan sebagai objek (sign) yang kemudian menghasilkan makna atau refrent (external reality) terdapat pada gambar postingan melalui akun instagram @bantu_dakwah dan untuk mengetahui apa saja pesan dakwah terhadap gambar yang dibagikan melalui akun instagram @bantu_dakwah.

Metode Penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan Interpretatif yang merupakan suatu kegiatan penelitian yang berusaha untuk menggambarkan, melukiskan dan mengungkapkan, sebuah ide, pemikiran secara apa adanya. Peneliti akan menganalisis sebuah akun dakwah @bantu_dakwah melalui Instagram yaitu lima buah gambar postingan yang dimana masing-masing gambar postingan mengandung Penanda (signifier) dan Petanda (signified) yang dikaitkan dengan Analisis Semiotika dari Ferdinand De Saussure dan pesan apa saja yang terkandung didalam gambar postingan.

Hasil Penelitian diketahui bahwa akun dakwah melalui instagram @bantu_dakwah memposting gambar berkaitan dengan pesan dakwah yang dicantumkan didalam gambar yang kemudian menghasilkan makna.

Disimpulkan bahwa akun instagram @bantu_dakwah merupakan akun yang menyebarkan dakwah dalam bentuk gambar visual fotografi dengan desain grafis moderen melalui media sosial Instagram. Dalam gambar yang dibagikan banyak mengandung pesan - pesan untuk kehidupan sehari-hari baik masalah akhlak, ataupun pesan tentang ibadah.

Kata kunci : *Komunikasi Visual, Dakwah, Instagram*

Pendahuluan

Dakwah merupakan suatu kewajiban bagi setiap muslim maupun muslimah yang ada di dunia ini. Berdakwah juga sebuah tantangan atau challenge yang harus dihadapi setiap orang. Dakwah juga usaha untuk mempengaruhi orang lain agar mereka bersikap dan bertingkah laku seperti apa yang diinginkan oleh

¹ Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email:

² Dosen Pembimbing I Dan Staf Pengajar Prodi Pembangunan Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman

³ Dosen Pembimbing II Dan Staf Pengajar Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman

pendakwah. Jalan untuk berdakwah bermacam-macam bisa menggunakan lisan maupun tulisan, menggunakan media elektronik maupun non elektronik. Aktivitas dakwah era modern ini telah banyak menggunakan media penunjang yang efektif dan efisien. Salah satunya menggunakan media sosial, keragamannya yang bermacam-macam. Diantaranya adalah Instagram, Line, Facebook, Youtube dan banyak lagi yang bisa digunakan media untuk berdakwah. Oleh karena itu jangan ada kata malas dalam menyampaikan dakwah. Teknologi sekarang ini memudahkan kita umat muslim untuk menyampaikan dakwah.

Kehadiran media baru (new media) ini menambah kebutuhan masyarakat akan informasi. Media baru muncul akibat gabungan dari teknologi komputer dengan kebutuhan informasi dan komunikasi. Secara luas, new media juga disebut istilah yang dimaksud untuk mencakup kemunculan digital, komputer, atau jaringan teknologi komunikasi elektronik.

Jumlah pengguna Instagram semakin banyak. Usianya belum sampai lima tahun, tapi media sosial berbagi foto itu sudah memiliki 400 juta orang pengguna aktif. Capaian angka tersebut bisa dikatakan sebagai sebuah prestasi bagi Instagram. Sebelumnya pada Desember 2014 lalu, mereka mencatat sudah memiliki 300 juta orang pengguna aktif. Hal demikian berarti dalam waktu kurang dari satu tahun, mereka bisa memikat 100 juta orang baru untuk aktif menggunakan layanannya. Bersamaan dengan pengumuman itu juga disebutkan bahwa 75 persen dari total jumlahnya adalah orang yang tinggal di luar Amerika Serikat. Para anggota baru Instagram sebagian besar berasal dari Eropa dan Asia. Lebih spesifik lagi kebanyakan anggota barunya berasal dari Indonesia, Jepang serta Brazil.

Penelitian ini merupakan masalah yang lagi kekinian atau trend saat ini. Keunggulan komunikasi visual yaitu menariknya kemasan yang disampaikan kepada semua orang, dibuat secara ringan, ada gambar, kata-kata yang mudah dipahami. Fenomena tentang kehidupan sehari-hari, tentang jodoh, pendidikan, ataupun tentang agama. Masalah yang diangkat juga masih jarang untuk diteliti, penelitian ini juga bisa sebagai pembuka untuk penelitian selanjutnya. Objek yang digunakan merupakan objek yang sekarang ini disenangi oleh semua orang pengguna media sosial, oleh karena itu untuk membuat orang-orang tetap paham dengan nilai-nilai agama namun dikonsepsi secara kekinian. Kekurangannya sedikit bahan pustaka untuk masalah komunikasinya yang bisa dijadikan referensi dalam melakukan penelitian ini.

Berdasarkan gambaran tersebut, tertarik dilakukan penelitian lebih mendalam dan menuangkannya dalam bentuk skripsi dengan judul "Analisis Semiotika Visual Melalui Instagram dalam gambar postingan akun @bantu_dakwah. Kegiatan penelitian ini adalah mengambil gambar yang dibagikan atau diposting dalam akun Instagram. Hal yang diteliti adalah unsur yang ada dalam gambar postingan dakwah serta mengartikan pesan atau makna yang terkandung dalam gambar yang dibagikan akun tersebut sehingga dengan menganalisis gambar postingan menggunakan teori semiotika dari Ferdinand De

Saussure menghasilkan makna dari pesan dakwah yang terkandung didalam gambar.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijabarkan maka perumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah Bagaimana penggunaan Penanda (Signifier) dan makna dari Penanda berupa Petanda (Signified) yang terdapat pada gambar postingan melalui akun instagram @bantu_dakwah ?

Kerangka Dasar Teori

Pengertian Komunikasi

Menurut Evereet M. Rogers, komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber lepas suatu penerima dengan niat atau lebih dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka. Komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah) atau elektronik (radio, televisi dan internet), yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan dan ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar dibanyak tempat, anonim, dan heterogen. Pesan-pesannya bersifat umum, disampaikan secara cepat, serentak dan selintas (khususnya media elektronik).

Kesimpulannya media massa adalah suatu lembaga yang bergelut dibidang komunikasi atau penyiaran yang bertugas mencari, mengelola data, hingga menyampaikan berita atau informasi kepada khalayak melalui media komunikasi atau alat-alat komunikasi.

Pengertian Visual

Visual menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah dapat dilihat dengan indra penglihat (mata) berdasarkan penglihatan. Media komunikasi visual merupakan alat komunikasi yang dapat digunakan dengan indra penglihatan dalam menangkap data. Jadi, matalah yang paling berperan dalam pengembangan dakwah. Media komunikasi yang berwujud alat yang menggunakan penglihatan sebagai pokok persoalannya terdiri dari jenis alat komunikasi yang sangat komplit seperti film, slide, gambar foto diam, dan komputer.

Pengertian Komunikasi Visual

Komunikasi visual biasa juga disebut desain komunikasi visual atau bahasa trend saat ini Dekave. 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 gambar (ilustrasi), huruf, warna, komposisi dan layout. Menurut Rakhmat Supriyono desain komunikasi visual atau DKV memiliki peran mengkomunikasikan pesan atau informasi kepada pembaca dengan berbagai kekuatan visual (yang menjadi kekuatan utama dalam penyampaian pesan) adalah segala sesuatu yang dapat dilihat dan dapat dipakai untuk menyampaikan arti, makna, atau pesan.

Pengertian New Media

Media baru (internet) adalah segala sesuatu yang dapat menyalurkan informasi dari sumber informasi kepada penerima informasi. Media baru adalah istilah yang dimaksudkan untuk mencakup kemunculan digital, komputer, atau jaringan teknologi informasi dan komunikasi di akhir abad ke-20. Sebagian besar teknologi yang digambarkan sebagai “media baru” adalah digital, seringkali memiliki karakteristik dapat dimanipulasi, bersifat jaringan, padat, interaktif dan tidak memihak. Beberapa contoh internet, website, komputer multimedia, permainan komputer, CD-ROMS, dan DVD. Media baru bukanlah televisi, film, majalah, buku, publikasi berbasis kertas.

Kekuatan new media adalah teknologi komunikasi yang melibatkan komputer, agar mempermudah, dan mempercepat mendapatkan informasi dari internet serta karakteristiknya yang mudah di akses yaitu mudah digunakan dimana saja tanpa melalui komputer namun sekarang bisa melalui handphone smartphone, android, tablet. Serta, bersifat jaringan yaitu koneksi antar jaringan yang melibatkan ke internet dengan adanya aplikasi-aplikasi yang menghubungkan koneksi internet dan sangat interaktif karena didalam youtube tidak hanya mendengar dan melihat video dan suara, tetapi juga memberikan respon yang aktif dan respon itu yang menentukan kecepatan dan frekuensi penyajian. Media interaktif memiliki unsur audio-visual (termasuk animasi) dan disebut interaktif karena media ini dirancang dengan melibatkan respon pemakai secara aktif.

Pengertian Media Sosial

Saat teknologi internet dan mobile phone makin maju maka media sosial pun ikut tumbuh dengan pesat. Kini untuk mengakses media sosial bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja hanya dengan menggunakan sebuah mobile phone. Demikian cepatnya orang bisa mengakses media sosial mengakibatkan terjadinya fenomena besar terhadap arus informasi tidak hanya di negara-negara maju saja, tetapi juga di indonesia. Karena kecepatannya media sosial juga mulai tampak menggantikan peranan media massa konvensional dalam menyebarkan berita-berita.

Definisi Konsepsional

Dalam penelitian ini penulis menguraikan definisi konsepsional yang menyangkut dengan judul skripsi agar mempermudah memahami maksud dan tujuan pembahasan ini. Definisi konsepsional merupakan pembahasan pengertian tentang suatu konsep. Dari teori dan konsep tersebut maka penulis memberikan rumusan definisi konsepsional sebagai berikut.

Analisis semiotika visual melalui Instagram dalam gambar postingan akun @bantu_dakwah dengan menggunakan teori semiotika dari Ferdinand De Saussure yaitu gambar postingan sebagai (sign) yang tersusun atas Penanda (Signifier) dan Petanda (Signified) hingga akhirnya membentuk suatu makna atau refrent (external reality) yang terdapat pada gambar postingan @bantu_dakwah. Masing-masing gambar postingan memiliki tema yang berbeda

dan berbeda pula pesan dakwah yang terkandung didalamnya. Pesan dakwah yang dicantumkan mengikuti gambar yang akan diposting oleh admin dari akun @bantu_dakwah. Antara gambar dan pesan memiliki kesatuan yang akhirnya menghasilkan makna dari masing-masing gambar yang di analisis.

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian deskriptif merupakan suatu kegiatan penelitian yang berusaha untuk menggambarkan, melukiskan dan mengungkapkan, sebuah ide, pemikiran secara apa adanya. Sejalan pula dengan pemikiran Suharsimi Arikunti yang menyatakan bahwa penelitian deskriptif tidak dimaksudkan untuk menguji hipotesis tertentu, tetapi hanya menggambarkan “apa adanya” tentang suatu gambaran objek.

Data yang digunakan dalam penelitian ini bukan merupakan data statistik melainkan data yang bersifat deskriptif, dengan kata-kata, bukan angka. Karena menggunakan metode semiotik maka peneliti mengedepankan interpretasi dan analisis bersifat kualitatif, serta tidak lepas dari sifat penelitian yang bersifat interpretatif. Metode semiotika pada dasarnya bersifat kualitatif-interpretatif (interpretation), yaitu metode yang memfokuskan dirinya pada tanda dan teks sebagai objek kajiannya, serta bagaimana peneliti menafsirkan kode (decoding) di balik tanda dan teks tersebut (Piliang, 2011;313). Tujuan penelitian deskriptif ini adalah untuk memberikan gambaran, mendeskripsikan, dan mengungkapkan, terhadap beberapa gambar postingan dari akun instagram @bantu_dakwah dengan mengamati dan menganalisis gambar postingan dakwah menggunakan teori semiotika dari Ferdinand De Saussure yaitu Penanda (signifier) dan Petanda (signified).

Fokus Penelitian

Fokus penelitian dalam sebuah penelitian kualitatif dimaksudkan untuk membatasi studi, sehingga dengan pembatasan studi tersebut akan mempermudah peneliti dalam mengolah data sehingga menjadi sebuah kesimpulan. Fokus penelitian ini adalah menganalisis gambar postingan dan pemaknaan isi pesan pada gambar postingan dari akun @bantu_dakwah. Dengan analisis semiotika menurut Ferdinand de Saussure (1857-1913) dengan indikator yang dipakai antara lain :

Gambar postingan sebagai (sign) yang tersusun atas Penanda (signifier) dan Pertanda (signified) yang kemudian menjadi sebuah makna atau referent (external reality).

Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data semiotika, yaitu ilmu tentang tanda-tanda dan bagaimana sistem tanda tersebut bekerja. Metode semiotika akan digunakan untuk menganalisis tampilan visual pada gambar postingan serta makna pesan yang terkandung pada gambar postingan. Analisis

semiotika berfungsi untuk membaca tanda-tanda dan simbol, dan bahasa yang dianggap signifikan yang terdapat dalam gambar postingan.

Sedangkan jenis data pada penelitian ini adalah :

Data Primer, yaitu data berupa gambar postingan atau visual yang di posting oleh akun @bantu_dakwah melalui instagram.

Data Sekunder, yaitu dengan mencari refrensi berupa buku-buku, tulisan lain dari internet yang berkaitan dengan penelitian ini.

Dalam penelitian skripsi ini, penulis menggunakan beberapa cara untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan. Oleh karena itu penulis menggunakan teknik pengumpulan data yang sesuai dengan penulisan skripsi ini, yaitu :

1. Riset Lapangan (*Field Research*)

a. Observasi

Menurut Bungin , (2010;115) observasi atau pengamatan adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan penginderaan.

Pengumpulan data yang dilakukan peneliti yaitu, dengan melakukan pengamatan pada objek yaitu berupa gambar postingan yang kemudian dianalisis dengan metode analisis semiotika dari Ferdinand De Saussure dan yang kemudian beberapa gambar postingan akan dipilih menurut peneliti yang mana lebih menarik untuk di analisis satu persatu.

b. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang tidak langsung ditujukan kepada subjek penelitian. Dokumentasi merupakan sumber data yang digunakan untuk melengkapi penelitian yang memberikan informasi bagi proses penelitian.

Penulis melakukan studi dokumentasi dengan cara membaca, mempelajari, dan menganalisis dokumen dan sumberdata yang ada melalui buku-buku, website, situs internet, jurnal, artikel serta bentuk publikasi lainnya untuk mendukung hasil analisis.

2. Riset Kepustakaan (*Library Research*)

Dalam penelitian ini , penelitian kepustakaan (librabry research) juga dilakukan yaitu memanfaatkan perpustakaan sebagai sarana dalam mengunpulkan data, dengan mempelajari buku-buku sebagai bahan refrensi.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Gambaran Umum @bantu_dakwah

Dibuat pada tanggal 12 Juni tahun 2016 akun @bantu_dakwah hingga saat ini pada 25 januari 2019 memiliki jumlah pengikut (followers) sebanyak 18 ribu di media sosial Instagram. Memiliki jumlah postingan sebanyak 106 postingan sementara ini. Pada biodata akun tertulis “ Dakwah in a Design Away” “Jazakumullahu khairan untuk yang merepost tanpa menghilangkan sumber “. Akun @bantu_dakwah dibuat oleh seorang laki-laki bernama Hensa Adriano, seorang Mualaf yang jatuh cinta kepada agama Islam sehingga dia masuk agama Islam dan mulai mendalami ilmu agama islamnya dari yang dasar, mengikuti kajian dan lain-lain.

Dari hasil analisis semiotika pada gambar diatas yaitu gambar postingan sebagai (sign) yang diberi teks berupa pesan dakwah oleh admin, kemudian didalam gambar tersusun atas Penanda (signifier) dan Pertanda (signified) hingga akhirnya membentuk suatu makna atau refrent (eksternal reality) yaitu dari dalam gambar postingan terdapat sebuah pesan dakwah dengan didukung oleh tampilan visual seorang pria tua yang sedang berdagang kue dipinggir jalan dengan kesederhanaan tentunya kita tahu bahwa pria tua itu sedang bekerja mencari nafkah. Dari tampilan visual gambar yang menyatu dengan isi pesan dakwah yang berusaha ingin menyampaikan tentang arti sebuah rejeki dalam kehidupan sehari-hari, banyak rejeki dari Tuhan yang tanpa kita sadari bukan hanya uang ataupun sebuah gaji namun masih banyak hal lain yang bisa kita anggap sebagai rejeki tanpa kita sadari

Dari hasil analisis semiotika pada gambar diatas yaitu gambar postingan sebagai (sign) yang diberi teks berupa pesan dakwah oleh admin, kemudian didalam gambar tersusun atas Penanda (signifier) dan Pertanda (signified) hingga akhirnya membentuk suatu makna atau refrent (eksternal reality) yaitu dari dalam gambar postingan terdapat sebuah pesan dakwah “dunia hanya permainan yang tidak bisa di Restart” dengan didukung oleh tampilan visual yang menarik terdapat gambar seorang pria sedang asyik memainkan game playstation. Seolah - olah pesan dakwah yang ada didalam gambar postingan ingin menyampaikan sebuah nasihat bahwa selama hidup didunia janganlah terlalu banyak membuang waktu karna kehidupan didunia tidak bisa diulang atau di Restart (sebuah istilah dalam sebuah permainan) jadi manfaatkan waktu sebaik mungkin selama hidup didunia kurangi hal yang tidak bermanfaat karena hidup dan mati hanya satu kali gunakanlah waktu dengan sebaik-baiknya.

Dari hasil analisis semiotika pada gambar diatas yaitu gambar postingan sebagai (sign) yang diberi teks berupa pesan dakwah oleh admin, kemudian didalam gambar tersusun atas Penanda (signifier) dan Pertanda (signified) hingga akhirnya membentuk suatu makna atau refrent (eksternal reality) yaitu dari dalam gambar postingan tercantum sebuah percakapan antara pembeli dan pedagang yang sedang melakukan kegiatan tawar menawar. Dibalik percakapan tersebut ataupun dibalik gambar tersebut tersimpan pesan dakwah bahwa tawar menawar diperbolehkan dalam ajaran islam namun jika melihat suatu kondisi dari pedagang yang sudah usia senja atau mungkin dagangannya yang kurang laku, hendaknya hati merasa iba untuk tidak menawar barang dagangan yang dia jual, dalam islam perbuatan seperti itu termasuk kedalam sifat yang terpuji dan dihitung kedalam amal ibadah manusia karena sifat seperti itu termasuk ke dalam sedekah. Dengan visual yang menarik ditambah sebuah percakapan yang dicantumkan didalam gambar postingan seakan-akan memberikan petunjuk bagi pembaca untuk menebak apa makna pesan dakwah yang ingin disampaikan dari gambar postingan tersebut.

Dari hasil analisis semiotika pada gambar diatas yaitu gambar postingan sebagai (sign) yang diberi teks berupa pesan dakwah oleh admin, kemudian didalam gambar tersusun atas Penanda (signifier) dan Pertanda (signified) hingga akhirnya membentuk suatu makna atau refrent (eksternal reality) yaitu terdapat

kalimat pendek “ Menikah itu yang penting Sah bukan Wah” seperti sebuah kalimat teguran namun memiliki arti yang mendalam, dibalik kalimat terdapat pesan dakwah yang berarti bahwa dalam ajaran islam tidak mengharuskan sebuah pernikahan dengan mahar yang tinggi nilainya, namun sebaik-baiknya pernikahan adalah mahar yang tidak mempersulit suatu pernikahan yang terpenting adalah keberkahan dari pernikahan itu. Dalam tampilan visualnya gambar yang menarik dan terlihat menyatu dengan kalimat yang tercantum pada gambar. Seolah-olah memberikan petunjuk bahwa pesan dakwah yang terkandung bukan hanya terdapat pada kalimat pendek tersebut namun dibalik gambar dan kalimat itu mengandung pesan dakwah yang mendalam tentang sebuah pernikahan.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah di Analisis oleh peneliti terdapat lima buah gambar postingan tentang dakwah yang di analisis. Lima buah gambar tersebut masing-masing memiliki pesan dakwah yang tercantum dalam gambar visualnya. Dalam hal ini akun @bantu_dakwah memposting gambar visual yang sangat menarik dengan desain pesain dakwah yang tercantum didalamnya yaitu penggunaan ilustrasi fotografi kemudian diedit dengan menambahkan kalimat didalam gambar tersebut, sehingga dalam bentuk sebuah gambar mengandung pesan dakwah. Gambar yang dipilihpun berdasarkan tema pesan yang ingin disampaikan. Karena antara ilustrasi dan pesan atau teks yang ada didalam gambar sangat erat hubungannya, demi terciptanya pesan yang komunikatif dan menarik. Kemudian peneliti menghubungkan gambar visual ini dengan teori Semiotika dari Ferdinand De Saussure.

Dalam teori Semiotika dari Ferdinand De Saussure tanda (sign) adalah sesuatu yang berbentuk fisik (sound-image) yang dapat dilihat yang biasanya merujuk kepada sebuah objek atau aspek. Dalam berkomunikasi seseorang menggunakan tanda untuk mengirim makna tentang objek dan orang lain akan menginterpretasikan tanda tersebut. Penanda (signifier) merupakan hal-hal yang tertangkap oleh pikiran kita seperti gambar visual, bunyi dan lain-lain. Sedangkan Petanda (signified) merupakan makna atau kesan yang ditangkap oleh pikiran kita sehingga menjadi sebuah makna atau referent (external reality). Sehingga dari gambar postingan yang merupakan objek (sign) kemudian tersusun atas Penanda (signifier) dan Pertanda (signified) yang kemudian menghasilkan sebuah makna atau referent (external reality).

Penutup

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas, penulis akhirnya menarik kesimpulan dari penelitian mengenai Analisis Semiotika Dalam Desain Komunikasi Visual Tentang Dakwah Pada Akun @bantu_dakwah melalui Instagram, sebagai berikut:

1. Dari hasil analisis semiotika dapat disimpulkan bahwa terdapat lima buah gambar postingan dari akun @bantu_dakwah yang dianalisis dengan penggunaan teori semiotika Ferdinand De Saussure yang disebut dengan

Penanda (*signifier*) dan Petanda (*signified*). Gambar postingan dakwah yang dibuat dari ilustrasi fotografi dengan penambahan kalimat berupa pesan dakwah didalamnya.

2. Gambar postingan merupakan objek (*sign*) yang tersusun atas Penanda (*signifier*) dan Petanda (*signified*) yang kemudian berubah menjadi sebuah makna atau *referent (external reality)*. Setiap gambar postingan memiliki tema gambar dan pesan yang berbeda-beda. Namun antara gambar postingan dan pesan dakwah yang tercantum didalamnya memiliki kesatuan visual yang seimbang serta menghasilkan makna yang berbeda dari masing-masing gambar.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian diatas maka dapat disimpulkan saran-saran sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian yang telah diteliti oleh penulis, dalam aktifitas akun pada bagian bab 4 terdapat penjelasan bahwa admin dari akun @bantu_dakwah saat ini dalam aktifitasnya menyampaikan pesan dakwah melalui gambar visual melalui media sosial Instagram saat ini terlihat jarang atau kurang *update*. Admin menjelaskan bahwa dia saat ini menyampaikan pesan dakwah hanya 3 - 4 kali dalam sebulan. Admin beralasan karena sibuk dengan urusan bisnis merchandise yang sedang berjalan. Oleh karena itu hendaknya untuk admin agar lebih *update* lagi dalam memposting pesan dakwah dimedia sosial Instagram miliknya. Dengan membagi waktu antara kegiatan memposting pesan dakwah dan kegiatan bisnisnya, dalam senggang waktu misalnya 1 minggu kegiatan bisnis dan 1 minggu selanjutnya kegiatan memposting pesan dakwah miliknya. Agar kebutuhan para penikmat media sosial Instagram miliknya terpenuhi.
2. Berdasarkan hasil pengamatan dari penulis pada gambar postingan dari akun @bantu_dakwah, terlihat beberapa gambar mengandung pesan yang sama namun dalam bentuk gambar yang berbeda, hendaknya admin dari akun @bantu_dakwah lebih mengikuti dan melihat perkembangan isu-isu terbaru dari media informasi yang lain. Terutama isu yang sedang trending (*viral*) yang berhubungan dengan agama, untuk diangkat kedalam informasi dakwah. Dengan cara memantau informasi yang sedang viral di media yang lain, kemudian mengumpulkannya supaya bisa diolah untuk dijadikan pesan dakwah. Agar para pengguna media sosial Instagram khususnya para pengikut dari akun @bantu_dakwah selalu mendapat pesan dakwah yang lebih *update* atau terbaru karena mengingat penggunaan media dirasa cukup efisien untuk menyampaikan dakwah dilihat dari segi keunggulannya dengan media bisa digunakan secara mudah, murah, dan tersebar, lebih cepat ke seluruh dunia. Salah satunya akun instagram @bantu_dakwah ini yang baik untuk dijadikan acuan berdakwah menggunakan media. Menyampaikan pesan untuk menjawab permasalahan hidup baik akidah, syariah maupun akhlak.

Daftar Pustaka

- Afrizal, 2015, *Metode Penelitian Kualitatif : Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif dalam Berbagai Disiplin Ilmu*, Jakarta, Ed. 1. Cet. 2. PT Raja Grafindo Persada.
- Anggraini, Lia & Nathalia, Kirana, 2013 *Desain Komunikasi Visual : Dasar-dasar Panduan Untuk Pemula*, Bandung, Nuansa Cendikia.
- Barran, Stanley J. dan Davis, Dennis, K, 2010 *Teori Komunikasi Massa, Dasar Pergolakan, dan Masa Depan*, Jakarta, Salemba Humanika.
- Bungin, Burhan, 2012. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*, Jakarta, Rajawali Pers.
- Depari, Edward dan Collin Mac Andrew, 1991. *Peranan Komunikasi Massa Dalam Pembangunan*, Yogyakarta, Gadjah Mada University Press.
- Eryanto, 2010. *Analisis Isi Pengantar Metodeologi Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta, Cet. 2. Penerbit Kencana Prenada Media Group.
- Ilaihi, Wahyu, 2010. *Komunikasi Dakwah*, Bandung, PT Remaja Rosdakarya.
- J. Severin, Werner, dan James W. Tankard Jr, 2007. *Teori Komunikasi : Sejarah, Metode & Terapan di dalam Media Massa*, Jakarta, Kencana Prenada Media Group.
- Kriyantono, Rachmat, 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi : Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi, Organisasi, Komunikasi Pemasaran.*, Jakarta, Kencana Prenada Media Group.
- Kusrianto, Adi, 2009. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*, Bandung, Remaja Rosdakarya.
- Mubarok, Achmad M.A, 2002. *Psikologi Dakwah*, Jakarta, Pustaka Firdaus.
- Mulyana, Deddy, 2001. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung, PT. Remaja Rosdakarya.
- Nurudin, 2009, *Pengantar Komunikasi Massa*, Jakarta, Rajawali Pers.
- Rakhmat, Jalaludin, 2011, *Psikologi Komunikasi*, Bandung, Remaja Rosdakarya.
- Samsul, Munir Amin, Drs, MA, 2009, *Ilmu Dakwah*, Jakarta, AMZAH.
- Saputra, Wahidin, 2012, *Pengantar Ilmu Dakwah*, Jakarta, Rajawali Pers.
- Sobur, Alex, 2013, *Semiotika Komunikasi*, Bandung, Remaja Rosdakarya.
- Suhandang, Kustadi, 2013. *Ilmu Dakwah*, Bandung, Remaja Rosdakarya.
- Suharsimi, Arikunto, 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta, Rineka Cipta.
- Supriyono, Rahmat, 2010, *Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi*, Yogyakarta, Ed. 1 Andi.

Sumber Internet :

<http://tekno.kompas.com/read/Instagram.diserbu.400juta.pengguna.termasuk.indonesia> (diakses 19/07/2018)

Jurnal : *Dakwah Komunikasi Visual* (<https://anzdoc.com/> diakses 20/10/2018)

Toybah, Nur Rizky. 2016. “*Dakwah Komunikasi Visual Melalui Instagram Akun @haditsku*” (diakses 03/05/2018)

“*Sejarah Typografi*” (<https://plimbi.com> diakses 10/03/2019)

(DOC) Semiotika Model Ferdinand De Saussure by Amin Nugroho
(www.academia.edu diakses 05/07/2018)
“*Teori New Media*” (www.pakarkomunikasi.com diakses 10/06/2018)