

BAB I

PENDAHULAN

1.1. LATAR BELAKANG

Agama Islam adalah *rahmatan lil alamin* yang selalu mengajarkan umatnya agar tetap berada di jalan kebaikan dan mengerjakan amar ma'ruf dan nahi mungkar. Dalam mengamalkan ajaran agama, maka umat Islam diberikan perintah agar menyampaikan dakwah Islam, yang merupakan sebuah kewajiban bagi seluruh umat Islam, sebagaimana yang telah di perintahkan Allah SWT

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۗ
وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

“Dan hendaklahdi antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung. (Alquran 3 : 104)”

Pada hakikatnya, dakwah Islam merupakan aktualisasi imani (teologis) yang dimanifestasikan dalam suatu sistem kegiatan manusia beriman dalam bidang kemasyarakatan. Hal ini dilaksanakan secara teratur untuk mempengaruhi cara merasa, berfikir, bersikap dan bertindak manusia pada dataran individual dan sosio- kultural dalam rangka mengusahakan terwujudnya ajaran Islam dalam semua segi kehidupan dengan menggunakan cara tertentu (Achmad Amrullah : 1983)

Dewasa ini, perkembangan teknologi informasi semakin pesat. Prilaku komunikasi pun seiring zaman mengalami kemajuan, dari yang dahulu sekedar sapa melalui tatap muka, kini kita bisa melakukan kegiatan tersebut dengan saling berjauhan. Hal tersebut dapat terjadi karena kebutuhan social manusia juga didukung dengan perkembangan media, dari yang dahulu sekedar kertas

bertuliskan informasi dan pesan-pesan penting, kita kita bisa memperbaharui pengetahuan informasi kita melalui gawai yang dapat kita bawa kemanapun karena adanya social media. Selain kebutuhan informasi, kebutuhan dakwah juga semakin bertambah, bukan hanya sekedar di atas mimbar namun juga dalam dunia maya. Komunikasi antar da'i dan mad'u , kini tidak hanya terjadi dengan bertatap muka, namun juga secara *daring* (dalam jaringan). Banyak unggahan di social media dengan pesan dakwah.

Dakwah kontemporer yang banyak kita ketahui sekarang juga telah mengikuti perkembangan zaman, pesan-pesan dakwah Islam sekarang ini tidak lagi sekedar disampaikan diatas mimbar atau hanya muncul dalam *halaqah-halaqah* keIslaman, namun tidak sedikit bermunculan poster-poster yang berisikan pesan dakwah Islamiyah yang dibagikan di *feed* social media anak muda secara khusus.

Poster dakwah yang tersebut banyak berisi tentang pesan-pesan dakwah berupa hadist atau ayat-ayat Al-quran yang disertai makna dan pesan moral dari hadist atau ayat tersebut, selain itu juga banyak berupa pesan-pesan kebaikan yang di angkat dari ajaran Islam yang kemudian diberikan nilai estetika dengan tambahan gambaran objek yang sekiranya berhubungan dengan pesan dakwah yang hendak disampaikan dan diberikan variasi *font* agar nilai estetis dari poster dakwah tersebut makin terasa. Disinilah eksistensi desain komunikasi visual terwujud.

Berangkat dari rasa penasaran terhadap unggahan dakwah dalam bentuk baru tersebut, maka secara khusus peneliti akan berfokus pada desain komunikasi visual dalam bentuk Desain Grafis. Dari hal tersebut, maka peneliti melakukan

penelitian dengan judul *Persepsi Mahasiswa IAIN Kendari Terhadap Dakwah Melalui Desain Poster Komunikasi Visual di Instagram*

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah diterangkan, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Bagaimana deskripsi isi dari poster dakwah desain komunikasi visual di Instagram
2. Bagaimana persepsi mahasiswa terhadap dakwah melalui poster desain komunikasi visual di Instagram
3. Apa kelemahan dan kelebihan bentuk dakwah melalui poster desain komunikasi visual

1.3 TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

1.3.1 Tujuan Penelitian :

Merujuk dari rumusan masalah yang ada, maka yang menjadi tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui bagaimana persepsi mahasiswa terhadap dakwah melalui desain komunikasi visual di Instagram
2. Untuk mengetahui deskripsi isi dari poster dakwah desain komunikasi visual di Instagram
3. Untuk mengetahui kelemahan dan kelebihan dakwah melalui desain komunikasi visual

3.3.2 Manfaat penelitian :

1. Manfaat teoritik

Untuk menambah khazanah keilmuan dibidang dakwah, khususnya dakwah melalui media DKV serta Memberikan sumbangan pemikiran bagi mahasiswa IAIN Kendari terkhusus mahasiswa program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam sebagai bahan ajar dalam bidang dakwah melalui desain komunikasi visual, dan diharapkan menjadi bahan acuan dan referensi untuk penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan dakwah dan desain komunikasi visual.

2. Manfaat praktis

Penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan penulis serta mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam yang membaca tulisan ini tentang persepsi mahasiswa terhadap dakwah melalui desain komunikasi visual.

1.4 DEFENISI OPERASIONAL

Definisi operasional adalah batasan pengertian yang dijadikan pedoman untuk melakukan suatu kegiatan atau pekerjaan misalnya penelitian. Untuk memberikan kejelasan wilayah penelitian ini, maka perlu batasan definisi dari judul Efektivitas Dakwah Melalui Poster desain komunikasi visual (studi kasus pada mahasiswa IAIN Kendari) Adapun batasan-batasan operasional ini meliputi

1. Persepsi

Secara bahasa, kata persepsi berasal dari bahasa Inggris Perception yang artinya penglihatan, perasaan, dan penangkapan. Sementara dalam kamus lengkap Bahasa Indonesia populer, persepsi memiliki pengertian sebagai tanggapan dari sesuatu yang dilihat atau didengar, atau dapat pula bermakna sebagai proses pengamatan tentang sesuatu objek dengan

menggunakan panca indera. (Bambang Mardijanto: 1996. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*) Dalam kamus istilah konseling dan terapi, persepsi dimaknai sebagai hal yang menunjuk pada suatu kesadaran tunggal yang timbul dari proses pengindraan saat tampilnya suatu stimulus. (Andi Mappiare : 2006. *Kamus Istilah Konseling dan Terapi*)

Secara etimologi persepsi berasal dari bahasa latin *perceptio* yang berarti menerima atau mengambil. Persepsi adalah suatu proses dimana berbagai stimuli dipilih, diorganisir, dan di interpretasi menjadi informasi yang bermakna. Persepsi adalah suatu proses di mana individu mengorganisasikan dan menginterpretasikan kesan sensori mereka untuk memberi arti pada lingkungan mereka. (Stephen P. Robbins : 2002. *Prinsip-Prinsip Perilaku Organisasi*)

2. Dakwah

Dakwah merupakan usaha mengubah situasi kepada yang lebih baik dan sempurna, baik terhadap individu maupun masyarakat. Pengertian ini menunjukkan bahwa esensi dakwah bukan hanya terletak pada usaha mengajak kepada keimanan dan ibadah saja, lebih dari itu dakwah adalah usaha penyadaran manusia atas keberadaan dan keadaan hidup mereka. Jadi dakwah bermakna usaha pemecahan suatu masalah dan pemenuhan kebutuhan manusia (Bachtiar, Wardi :1997 *Metode Penelitian Ilmu Dakwah*)

Dalam perkembangannya, dakwah dewasa ini mengalami banyak perubahan dari dakwah konvensional. Misalnya dakwah dengan memanfaatkan kemajuan teknologi berbentuk poster desain grafis yang

diberikan pesan-pesan dakwah Islam dan dibagikan ke media social dimana pengguna media sebagai mad'u.

3. Desain komunikasi visual

Secara umum, desain komunikasi visual dalam hal ini poster dakwah, secara khusus merupakan bentuk komunikasi da'i kepada mad'u berupa pesan dakwah Islam yang dibungkus dalam nilai estetis desain grafis sehingga diharapkan mad'u dapat menikmati dan menyerap pesan dakwah dengan lebih mudah.

Dari sumber lain juga dijelaskan bahwa desain komunikasi visual adalah desain yang mengkomunikasikan informasi dan pesan yang ditampilkan secara visual. Desainer komunikasi visual berusaha untuk mempengaruhi sekelompok pengamat. Mereka berusaha agar kebanyakan orang dalam *target group* (sasaran) tersebut memberikan respon positif kepada pesan visual tersebut. Oleh karena itu desain komunikasi visual harus komunikatif, dapat dikenal, dibaca dan dimengerti oleh *target group* tersebut. (Cristine Suharto Cenadi : 1999)

4. Instagram

Instagram (disingkat IG atau Insta) adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Satu fitur yang unik di Instagram adalah memotong foto menjadi bentuk persegi, sehingga terlihat seperti hasil kamera Kodak Instamatic dan polaroid. Hal ini berbeda dengan rasio aspek 4:3 atau 16:9 yang umum

digunakan oleh kamera pada peranti bergerak
(<https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>. Diakses pada, Kamis 25
November 2021)