

Desain Grafis sebagai Media Dakwah Digital: Analisis Komunikasi Visual pada Akun Instagram @uinradenintan

Dimas Erlan Wijaya¹, Muhammad Nasor², Ade Nur Istiani³

^{1,2,3} Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung, Indonesia

INFORMASI ARTIKEL

Histori Artikel

Dikirimkan:

18 April 2026

Direvisi:

20 April 2026

Diterima:

21 April 2026

Diterbitkan:

30 April 2026

Abstrak - Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran desain grafis sebagai media komunikasi visual dalam menyampaikan pesan dakwah melalui akun Instagram @uinradenintan. Perkembangan media digital mendorong transformasi metode dakwah yang tidak hanya berbasis teks, tetapi juga visual yang lebih menarik dan komunikatif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap konten unggahan pada periode Januari hingga Maret 2025. Analisis data dilakukan menggunakan model interaktif Miles dan Huberman serta diperkuat dengan pendekatan komunikasi visual dan semiotika untuk memahami konstruksi makna dalam elemen visual. Hasil penelitian menunjukkan bahwa desain grafis memiliki peran penting dalam meningkatkan daya tarik, memperjelas pesan, serta mempermudah pemahaman audiens terhadap konten dakwah. Elemen visual seperti warna, tipografi, ilustrasi, dan tata letak digunakan secara strategis untuk menyederhanakan pesan keagamaan yang kompleks menjadi lebih ringkas dan komunikatif. Selain itu, konsistensi desain membentuk identitas visual yang khas sehingga meningkatkan kredibilitas akun sebagai media dakwah institusional. Penelitian ini menegaskan bahwa desain grafis tidak hanya berfungsi sebagai elemen estetika, tetapi juga sebagai media komunikasi visual yang mampu mengonstruksi makna dan memperkuat efektivitas dakwah digital.

Kata Kunci

desain grafis,
komunikasi visual,
dakwah digital,
Instagram,
semiotika

Abstract - This study aims to analyze the role of graphic design as a visual communication medium in conveying Islamic preaching messages through the Instagram account @uinradenintan. The development of digital media has driven the transformation of preaching methods from text-based communication to more engaging and communicative visual formats. This research employs a qualitative approach with a descriptive method. Data were collected through interviews, observations, and documentation of uploaded content from January to March 2025. Data analysis was conducted using the interactive model of Miles and Huberman, supported by visual communication and semiotic approaches to understand the construction of meaning within visual elements. The results indicate that graphic design plays a significant role in enhancing visual appeal, clarifying messages, and facilitating audience comprehension of religious content. Visual elements such as color, typography, illustrations, and layout are strategically utilized to simplify complex religious messages into more concise and communicative forms. Furthermore, design consistency contributes to the formation of a distinctive visual identity, thereby enhancing the credibility of the account as an institutional digital preaching platform. This study confirms that graphic design functions not only as an aesthetic element but also as a visual communication medium capable of constructing meaning and strengthening the effectiveness of digital preaching.

Corresponding Author:

Dimas Erlan Wijaya, Fakultas Dakwah, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Jl. Endro Suratmin, Sukarame, Kec. Sukarame, Kota Bandar Lampung, Indonesia, 35131, email: dimas18wijaya@gmail.com

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola komunikasi masyarakat secara signifikan, termasuk dalam penyampaian pesan keagamaan. Aktivitas dakwah yang sebelumnya dilakukan secara konvensional kini bertransformasi ke media digital, khususnya media sosial yang bersifat interaktif dan berbasis visual. Perubahan ini menuntut para pelaku



dakwah untuk beradaptasi dengan metode penyampaian yang lebih interaktif, berbasis visual, dan mudah diakses kapan saja serta di mana saja (Khairullah & Rachmi, 2024). Landasan normatif mengenai pentingnya metode dakwah yang tepat telah ditegaskan dalam Al-Qur'an, tepatnya pada surat Qs. An-Nahl ayat 125 yang memerintahkan umat Islam untuk menyeru kepada jalan Tuhan dengan hikmah dan pengajaran yang baik. Ayat ini mengindikasikan bahwa strategi komunikasi dakwah harus disesuaikan dengan kondisi dan karakteristik target audiensnya. Di era kontemporer, generasi muda yang mendominasi ruang digital cenderung lebih responsif terhadap informasi yang disajikan dalam bentuk visual yang ringkas dan estetis.

Berdasarkan laporan Meta (2024), Indonesia tercatat memiliki lebih dari 103 juta pengguna aktif Instagram, menjadikannya salah satu kanal potensial untuk penyebaran pesan-pesan Islam. Dalam konteks inilah desain grafis memainkan peran krusial sebagai jembatan komunikasi visual. Desain grafis dapat dipahami sebagai proses kreatif yang menggabungkan berbagai elemen seperti teks, warna, bentuk, ilustrasi, dan tata letak untuk menyampaikan pesan tertentu secara komunikatif (Setiawan, 2023). Keunggulan utama desain grafis terletak pada kemampuannya menyederhanakan informasi kompleks menjadi tampilan yang mudah dicerna, menjadikannya alat yang ideal untuk dakwah di media sosial. Sementara itu, pesan dakwah pada hakikatnya mencakup tiga dimensi utama ajaran Islam, yaitu akidah (keyakinan), syariah (hukum dan ibadah), serta akhlak (moral dan etika). Cara mengemas ketiga dimensi ini menjadi materi dakwah yang menarik merupakan salah satu topik penting dalam kajian ilmu dakwah kontemporer (Syabani et al., 2024).

Instagram menjadi salah satu platform yang efektif dalam menyampaikan pesan karena mampu mengintegrasikan teks, gambar, dan simbol visual dalam satu kesatuan komunikasi yang menarik. Karakteristik audiens digital, khususnya generasi muda, cenderung lebih responsif terhadap konten visual yang ringkas, estetis, dan mudah dipahami dibandingkan dengan teks panjang. Dalam perspektif komunikasi, desain grafis tidak hanya berfungsi sebagai elemen estetika, tetapi juga sebagai medium penyampaian pesan yang memiliki makna simbolik, persuasif, dan konstruktif dalam membentuk pemahaman audiens. Oleh karena itu, desain grafis memiliki potensi strategis sebagai media dakwah digital yang mampu menjembatani penyampaian pesan keagamaan secara lebih efektif, adaptif, dan kontekstual di era digital. Namun demikian, kajian mengenai desain grafis sebagai media dakwah masih cenderung berfokus pada aspek efektivitas penggunaan media secara umum, seperti jangkauan dan daya tarik audiens, tanpa mengkaji secara mendalam bagaimana pesan dakwah dikonstruksi, direpresentasikan, dan dimaknai melalui elemen-elemen visual. Keterbatasan ini menunjukkan adanya celah penelitian, khususnya dalam memahami peran desain grafis sebagai bagian dari proses komunikasi visual yang tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga membentuk makna dalam konteks dakwah digital berbasis institusi.

Penelitian sebelumnya oleh (Pulungan et al., 2023) menunjukkan bahwa penggunaan berbagai media, termasuk media sosial, memiliki peran penting dalam meningkatkan efektivitas penyampaian pesan dakwah kepada masyarakat. Sementara itu, (Zahra et al., 2021) menegaskan bahwa strategi penyajian konten berbasis desain grafis mampu menarik perhatian audiens serta meningkatkan pemahaman terhadap pesan keagamaan. Penelitian tersebut juga mengungkap bahwa elemen visual seperti warna, tipografi, ikon, dan tata letak memiliki kontribusi signifikan dalam memperjelas pesan, meningkatkan daya tarik, serta membangun identitas visual yang profesional. Meskipun demikian, kedua penelitian tersebut belum secara spesifik mengkaji bagaimana elemen-elemen visual tersebut berfungsi dalam mengonstruksi makna pesan dakwah, terutama dalam konteks akun institusional yang memiliki kepentingan komunikasi yang lebih terstruktur dan strategis.

Dalam konteks ini, akun Instagram @uinradenintan sebagai media resmi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung menjadi objek yang relevan untuk dikaji. Selain berfungsi sebagai media publikasi informasi akademik, akun ini juga dimanfaatkan sebagai sarana penyebaran nilai-nilai keislaman melalui konten visual yang terencana dan terstruktur. Dengan jumlah pengikut yang mencapai lebih dari 100 ribu akun serta ribuan unggahan, akun ini memiliki potensi besar sebagai media dakwah digital berbasis institusi yang menjangkau audiens secara luas dan beragam. Penelitian ini memfokuskan pada empat unggahan dalam periode Januari hingga Maret 2025 yang merepresentasikan pesan dakwah pada dimensi akidah, syariah, dan akhlak. Pemilihan ini didasarkan pada pertimbangan representasi variasi pesan dakwah serta konsistensi penggunaan elemen visual dalam penyampaian pesan.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana desain grafis digunakan sebagai media dakwah dalam mengonstruksi dan menyampaikan pesan dakwah pada akun Instagram @uinradenintan. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian komunikasi visual, khususnya dalam konteks dakwah digital berbasis institusi.

KAJIAN LITERATUR

Kajian mengenai pemanfaatan desain grafis sebagai media dakwah digital telah banyak dilakukan, khususnya dalam konteks penggunaan media sosial sebagai sarana penyampaian pesan keagamaan. Penelitian oleh Pulungan (2023) menunjukkan bahwa media dakwah berbasis digital, termasuk media sosial, memiliki peran penting dalam menyampaikan pesan keagamaan secara lebih efektif, karena mampu memvisualisasikan nilai-nilai Islam dalam bentuk yang lebih menarik, mudah dipahami, dan relevan dengan karakter masyarakat modern. Selanjutnya, penelitian Zahra (2021) menegaskan bahwa desain grafis pada media sosial, khususnya Instagram, memiliki efektivitas tinggi dalam menarik

perhatian audiens. Hal ini disebabkan oleh karakter visual yang mampu menyampaikan pesan secara cepat, ringkas, serta mudah dibagikan, sehingga memperkuat keterlibatan (engagement) audiens dalam menerima pesan dakwah .

Penelitian oleh Hidayah (2023) juga menunjukkan bahwa penggunaan desain komunikasi visual pada akun Instagram dakwah mampu membangun identitas visual yang konsisten serta meningkatkan keterbacaan dan pemahaman pesan keagamaan. Elemen visual seperti warna, tipografi, dan ilustrasi dipilih secara strategis untuk menyesuaikan dengan karakter audiens digital .Selain itu, penelitian lain menunjukkan bahwa desain grafis memiliki peran dalam merepresentasikan pesan dakwah melalui elemen visual seperti warna, tipografi, ikon, dan komposisi visual yang konsisten. Elemen-elemen tersebut tidak hanya memperindah tampilan, tetapi juga membentuk makna serta memperkuat penyampaian pesan kepada audiens .

Meskipun demikian, penelitian-penelitian terdahulu tersebut umumnya berfokus pada efektivitas desain grafis dalam menarik perhatian dan meningkatkan pemahaman audiens. Kajian yang secara khusus menganalisis bagaimana desain grafis berfungsi sebagai media komunikasi visual dalam mengonstruksi dan menyampaikan pesan dakwah, khususnya pada akun institusional, masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan tersebut.

Desain Grafis sebagai Komunikasi Visual

Desain grafis merupakan bagian dari desain komunikasi visual yang berfungsi sebagai media penyampaian pesan melalui elemen visual seperti gambar, warna, tipografi, dan tata letak (Hidayah, 2023). Desain komunikasi visual tidak hanya berorientasi pada aspek estetika, tetapi juga berperan dalam menciptakan komunikasi yang efektif, bermakna, serta mampu memengaruhi persepsi dan emosi audiens (Kusrianto, 2023). Dalam konteks dakwah digital, desain grafis berfungsi sebagai sarana komunikasi visual yang mampu menyampaikan pesan keagamaan secara ringkas, menarik, dan komunikatif melalui media digital seperti media sosial (Rustan, 2021).

Dalam proses penyampaian pesan tersebut, desain grafis dibangun oleh unsur-unsur dasar yang meliputi warna, tipografi, ilustrasi, gambar, dan tata letak. Setiap unsur memiliki fungsi tertentu dalam membentuk kesatuan visual yang komunikatif serta mempermudah audiens dalam memahami pesan yang disampaikan (Sihombing, 2021). Penggunaan unsur desain yang tepat tidak hanya meningkatkan daya tarik visual, tetapi juga memperjelas informasi serta menciptakan keseimbangan dan harmoni dalam sebuah karya desain, sehingga pesan dapat tersampaikan secara lebih efektif kepada audiens (Wheeler, 2022).

Media Dakwah Digital dan Pesan Dakwah

Dakwah digital merupakan bentuk penyampaian pesan keagamaan yang memanfaatkan teknologi digital dan media sosial sebagai sarana komunikasi. Perkembangan teknologi informasi telah mendorong transformasi metode dakwah menjadi lebih modern, interaktif, dan berbasis visual. Dalam praktiknya, dakwah digital memungkinkan penyampaian pesan yang lebih luas, cepat, dan mudah diakses oleh masyarakat, serta mampu menyesuaikan dengan karakteristik audiens digital yang dinamis (Pulungan, 2023; Zahra, 2021). Dalam proses tersebut, media dakwah berperan sebagai sarana atau alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan keagamaan kepada audiens (mad'u). Seiring dengan perkembangan teknologi, media dakwah mengalami pergeseran dari bentuk konvensional seperti ceramah langsung menjadi media berbasis digital seperti media sosial, website, dan konten visual (Amin, 2022). Media dakwah memiliki fungsi strategis sebagai perantara komunikasi yang menentukan keberhasilan penyampaian pesan, karena pemilihan media yang tepat dapat meningkatkan efektivitas serta jangkauan dakwah kepada audiens yang lebih luas (Arifin, 2021).

Melalui media tersebut, pesan dakwah disampaikan sebagai inti dari kegiatan dakwah yang bersumber dari ajaran Islam, seperti Al-Qur'an dan hadis, yang mencakup aspek akidah, syariah, dan akhlak. Pesan dakwah bertujuan untuk mengajak kepada kebaikan (amar ma'ruf) dan mencegah kemungkaran (nahi munkar). Dalam konteks komunikasi visual, pesan dakwah tidak hanya disampaikan melalui teks, tetapi juga melalui simbol visual yang mampu memperkuat makna serta meningkatkan pemahaman audiens terhadap pesan keagamaan (Aziz, 2021; Munir & Ilaihi, 2022)..

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif untuk memahami secara mendalam penggunaan desain grafis sebagai media dakwah dalam menyampaikan pesan keagamaan melalui media sosial. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada pemaknaan, interpretasi, serta analisis terhadap fenomena komunikasi visual yang terjadi pada konten dakwah digital. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (field research) yang didukung dengan studi pustaka sebagai landasan teoritis. Penelitian ini dilakukan dengan mengambil objek pada akun Instagram @uinradenintan sebagai media dakwah digital berbasis institusi.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara dengan pihak pengelola akun Instagram @uinradenintan yang bertanggung jawab terhadap produksi konten visual. Sementara itu, data sekunder diperoleh melalui dokumentasi berupa konten unggahan Instagram, literatur ilmiah, serta referensi yang relevan dengan topik penelitian.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui tiga metode, yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan secara langsung untuk memperoleh informasi terkait proses perancangan desain grafis dan strategi penyampaian pesan dakwah. Observasi dilakukan terhadap konten visual yang diunggah pada akun Instagram, khususnya

pada periode Januari hingga Maret 2025. Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data berupa gambar, teks, dan elemen visual yang terdapat dalam unggahan tersebut.

Penelitian ini memfokuskan analisis pada empat konten unggahan yang dipilih secara purposive berdasarkan kriteria representasi pesan dakwah yang mencakup aspek akidah, syariah, dan akhlak. Pemilihan sampel ini bertujuan untuk memperoleh gambaran yang mendalam mengenai variasi penyampaian pesan dakwah melalui desain grafis. Teknik analisis data menggunakan model analisis interaktif yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman, yang meliputi tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Proses analisis dilakukan secara berkelanjutan sejak pengumpulan data hingga diperoleh temuan penelitian yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan. Untuk menjaga keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi, baik triangulasi sumber maupun triangulasi metode, dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi terhadap empat konten unggahan akun Instagram @uinradenintan periode Januari–Maret 2025, ditemukan bahwa desain grafis digunakan secara strategis dalam menyampaikan pesan dakwah melalui pendekatan komunikasi visual. Analisis dilakukan menggunakan perspektif semiotika dan komunikasi visual untuk memahami bagaimana makna pesan dikonstruksi melalui elemen visual.

Desain Grafis sebagai Media Encoding Pesan Dakwah



Sumber: Unggahan Instagram @uinradenintan (2025)

Gambar1. Berburu Malam Lailatul Qodar

Dari sudut analisis desain pada Gambar1 ditemukan bahwa konten tersebut merupakan unggahan yang membahas keutamaan malam lailatul qodar. Konten ini menyampaikan pesan tentang keutamaan malam Lailatul Qodar melalui teks utama “Berburu Malam Lailatul Qodar” serta kutipan hadis yang menganjurkan pencarian malam tersebut pada sepuluh hari terakhir bulan Ramadhan. Dalam perspektif komunikasi visual, desain grafis pada konten ini berfungsi sebagai proses encoding, yaitu pengemasan pesan keagamaan ke dalam bentuk visual yang menarik dan mudah dipahami oleh audiens. Hal ini sejalan dengan kajian semiotika yang menyatakan bahwa komunikasi visual merupakan sistem tanda yang mengandung makna melalui elemen seperti warna, simbol, dan teks visual (Batubara et al., 2024).

Penggunaan warna hijau dengan gradasi terang tidak hanya berfungsi estetis, tetapi secara semiotik menjadi signifier yang merepresentasikan makna religiusitas, ketenangan, dan identitas Islam (signified). Dalam kajian semiotika Saussure, tanda terdiri dari hubungan antara penanda dan petanda yang membentuk makna dalam komunikasi visual. Tipografi yang menonjol pada kata “Lailatul Qodar” berperan sebagai penekanan pesan (visual hierarchy), sedangkan ilustrasi masjid berfungsi sebagai tanda ikonik yang memperkuat konteks keislaman secara langsung (Syahrani, 2024).

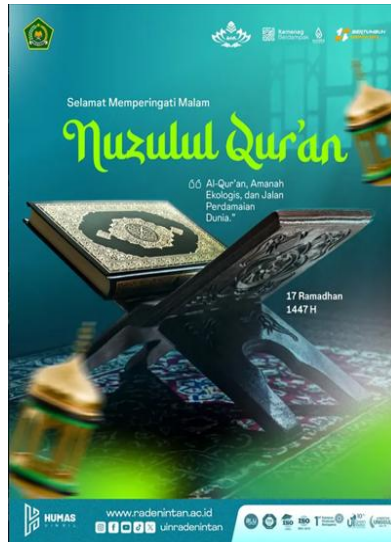
Tata letak yang rapi menunjukkan adanya strategi framing, di mana pesan disusun secara terstruktur agar mudah dipahami oleh audiens. Dalam perspektif semiotika sosial, visual tidak hanya menyampaikan informasi tetapi juga digunakan untuk membangun identitas dan makna tertentu sesuai konteks sosial dan budaya (Ali et al., 2024). Dari segi isi, konten ini termasuk dalam kategori pesan dakwah syariah karena berisi ajakan untuk meningkatkan ibadah pada malam Lailatul Qodar. Kutipan hadis dari HR. Bukhari dan Muslim memperkuat pesan pada level denotatif (makna literal), sekaligus menghadirkan makna konotatif berupa dorongan spiritual dan kesadaran religius bagi audiens. Pendekatan semiotika Barthes menjelaskan bahwa makna tidak hanya berhenti pada makna literal, tetapi berkembang menjadi makna konotatif yang dipengaruhi oleh nilai dan budaya (Syahrani et al., 2024).

Dengan demikian, konten ini tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai media komunikasi persuasif yang menggabungkan elemen visual dan simbolik untuk mengonstruksi makna dakwah. Desain grafis dalam

konten ini berperan sebagai medium yang tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga membentuk cara audiens memahami dan merespons ajakan ibadah dalam konteks Ramadhan.

Penyederhanaan Pesan melalui Representasi Visual

Temuan lainnya menunjukkan bahwa pesan dakwah yang kompleks disederhanakan melalui visualisasi yang ringkas dan terstruktur. Konten yang awalnya bersifat tekstual panjang dikemas menjadi poin-poin singkat yang dipadukan dengan elemen visual.



Sumber: Unggahan Instagram @uinradenintan (2025)

Gambar2. Nuzulul Qur'an

Dari segi desain grafis, konten ini menggunakan pendekatan visual yang sederhana namun memiliki makna yang kuat. Fokus utama terletak pada kitab Al-Qur'an, dengan latar belakang yang tidak terlalu mencolok sehingga perhatian audiens langsung tertuju pada pesan yang disampaikan. Pencahayaan yang cenderung cukup memberikan kesan tenang dan reflektif, seolah mengajak audiens untuk merenung. Tidak banyak elemen tambahan dalam desain ini, namun justru kesederhanaannya membuat pesan yang disampaikan terasa lebih dalam. Jika dilihat dari sisi komunikasi visual, penggunaan gambar kitab Al-Qur'an merupakan simbol yang cukup kuat dalam konteks keagamaan, khususnya dalam Islam. Hal ini membuat pesan dapat dipahami tanpa perlu banyak teks penjelas.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa pesan dakwah yang kompleks disederhanakan melalui visualisasi yang ringkas dan terstruktur, di mana konten tekstual yang panjang dikemas menjadi poin-poin singkat yang dipadukan dengan elemen visual. Dalam perspektif komunikasi visual, proses ini menunjukkan fungsi desain grafis sebagai alat framing, yaitu membingkai pesan agar lebih mudah dipahami oleh audiens sekaligus mengarahkan cara audiens dalam menafsirkan makna pesan (Kress & van Leeuwen, 2006). Visual dalam hal ini tidak hanya memperjelas isi pesan, tetapi juga berperan dalam membentuk struktur makna melalui hubungan antara elemen visual dan konteks penyampaian.

Secara semiotik, ilustrasi dan ikon yang digunakan berfungsi sebagai tanda ikonik yang memiliki kemiripan langsung dengan objek yang direpresentasikan, sehingga mempercepat proses pemaknaan oleh audiens. Dalam kerangka semiotika, hal ini menunjukkan bahwa tanda visual bekerja pada level denotatif sebagai representasi langsung, sekaligus dapat berkembang ke makna konotatif yang dipengaruhi oleh pengalaman dan latar belakang audiens (Barthes, 1977). Dengan demikian, penggunaan visual tidak hanya menyederhanakan pesan, tetapi juga memperkuat efektivitas komunikasi dakwah melalui proses konstruksi makna yang lebih cepat dan mudah dipahami.

Konsistensi Visual sebagai Strategi Branding Dakwah

Salah satu temuan penting dalam penelitian ini adalah adanya pola keseragaman dalam penyajian visual pada setiap konten unggahan. Pola tersebut tidak hanya terlihat pada aspek estetika, tetapi juga mencerminkan strategi komunikasi yang terencana dalam membangun identitas pesan dakwah secara konsisten. Konsistensi ini menjadi indikator bahwa desain grafis digunakan secara sistematis sebagai bagian dari upaya penguatan identitas komunikasi institusional di media digital.

Hasil analisis menunjukkan adanya konsistensi dalam penggunaan elemen desain seperti warna, tipografi, dan tata letak pada setiap unggahan, yang membentuk identitas visual yang khas pada akun @uinradenintan. Dalam perspektif komunikasi visual, konsistensi ini menunjukkan bahwa desain grafis berfungsi sebagai bagian dari strategi *visual branding*, yaitu upaya membangun citra, kepercayaan, dan kredibilitas melalui keseragaman elemen visual (Wheeler, 2022). Konsistensi visual memungkinkan audiens mengenali karakter komunikasi suatu institusi secara lebih cepat dan memperkuat positioning pesan yang disampaikan.

Seperti contoh unggahan pada gambar 3 yang merupakan unggahan yang berisi anjuran untuk membaca Surah Yasin sebanyak tiga kali dengan niat yang berbeda pada malam nisfu sya'ban. Dalam konten tersebut dijelaskan bahwa bacaan pertama diniatkan untuk memohon umur panjang dan ketaatan kepada Allah, bacaan kedua untuk terhindar dari bala dan memperoleh rezeki halal, serta bacaan ketiga untuk memperoleh ketenangan hati dan husnul khatimah.



Sumber: Unggahan Instagram @uinradenintan (2025)

Gambar3. Keseragaman penyajian konten

Dari sudut pandang semiotika, pengulangan elemen visual tersebut menciptakan pola tanda yang berulang (*repetition of signs*) yang membentuk makna melalui asosiasi. Setiap elemen seperti warna atau tipografi berfungsi sebagai *signifier* yang secara konsisten merujuk pada identitas tertentu (*signified*), sehingga membangun keterkaitan makna dalam benak audiens (Kress & van Leeuwen, 2006). Proses ini memperkuat daya ingat visual (*visual recall*) dan mempermudah audiens dalam mengenali sumber pesan. Lebih lanjut, dalam kerangka semiotika Barthes, konsistensi visual tidak hanya bekerja pada level denotatif sebagai identitas yang tampak, tetapi juga pada level konotatif yang membangun citra institusi sebagai sumber pesan yang kredibel dan profesional (Barthes, 1977). Dengan demikian, konsistensi desain grafis tidak hanya berfungsi secara estetis, tetapi juga menjadi strategi komunikasi yang memperkuat identitas, kredibilitas, dan keberterimaan pesan dakwah di kalangan audiens.

Representasi Pesan Dakwah melalui Elemen Visual

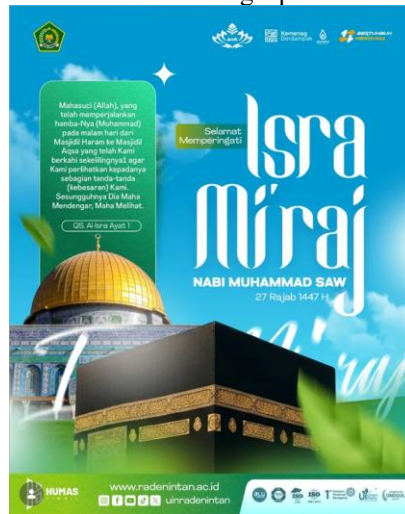
Berdasarkan hasil analisis, konten dakwah yang disajikan mencakup tiga dimensi utama, yaitu akidah, syariah, dan akhlak. Setiap dimensi dikemas melalui elemen visual yang berbeda, namun tetap dalam satu kesatuan desain yang konsisten. Dalam pendekatan semiotika, visual yang digunakan tidak hanya bersifat denotatif (makna langsung), tetapi juga konotatif (makna tambahan). Misalnya, penggunaan simbol tertentu tidak hanya menyampaikan pesan literal, tetapi juga membawa nilai-nilai moral dan religius yang lebih dalam. Hal ini sejalan dengan pandangan Roland Barthes yang menyatakan bahwa tanda memiliki dua tingkat makna, yaitu denotasi dan konotasi, di mana makna konotatif berkaitan dengan nilai budaya dan ideologi yang berkembang di masyarakat (Barthes, 1977).

Selain itu, dalam perspektif komunikasi visual, elemen visual seperti warna, bentuk, dan simbol berperan dalam membentuk makna melalui struktur visual yang sistematis. Gunther Kress dan Theo van Leeuwen menjelaskan bahwa visual memiliki tata bahasa (*visual grammar*) yang memungkinkan pesan tidak hanya disampaikan, tetapi juga dikonstruksi melalui hubungan antar elemen visual. Dengan demikian, desain grafis memiliki kemampuan untuk mentransformasikan pesan dakwah menjadi representasi visual yang tidak hanya informatif, tetapi juga persuasif serta mampu memengaruhi cara audiens dalam memahami pesan keagamaan (Kress & van Leeuwen, 2006).

Efektivitas Komunikasi Visual dalam Dakwah Digital

Penggunaan desain grafis mampu meningkatkan daya tarik serta keterlibatan audiens terhadap konten dakwah. Visual yang menarik membuat pesan lebih mudah diterima dan dipahami dibandingkan dengan penyampaian teks semata. Hal ini sejalan dengan konsep komunikasi visual yang menekankan bahwa pesan berbasis visual memiliki kemampuan lebih tinggi dalam menarik perhatian dan mempercepat proses pemahaman audiens. Seperti halnya pada contoh unggahan seperti pada gambar 4 diatas, dimana jika dilihat dari segi desain grafis, konten ini menggunakan dominasi warna biru cerah yang memberikan kesan tenang dan bersih. Elemen visual yang ditampilkan berupa ilustrasi atau foto dengan nuansa Islami yang dipadukan dengan tipografi modern. Tulisan utama dibuat cukup besar sehingga langsung menarik perhatian, sementara teks penjelasan ditempatkan dalam bentuk kotak dengan warna kontras agar mudah dibaca.

Selain itu, penggunaan elemen dekoratif seperti ikon bintang dan bentuk visual lainnya menambah kesan estetik pada desain tanpa membuatnya terlihat berlebihan. Tata letak yang digunakan juga cukup seimbang antara teks dan gambar, sehingga audiens tidak merasa kesulitan dalam menangkap informasi yang disampaikan.



Sumber: Unggahan Instagram @uinradenintan (2025)

Gambar4. Efektivitas Komunikasi Visual

Dalam perspektif komunikasi, visual memiliki kekuatan dalam menarik perhatian (*attention*), membangun pemahaman (*comprehension*), serta memengaruhi sikap audiens (*persuasion*). Menurut W. James Potter, pesan media yang dikemas secara visual cenderung lebih mudah diproses karena melibatkan aspek kognitif dan afektif secara bersamaan. Selain itu, Richard E. Mayer melalui teori *multimedia learning* menjelaskan bahwa kombinasi teks dan visual dapat meningkatkan pemahaman karena informasi diproses melalui dua saluran, yaitu verbal dan visual.

Dengan demikian, desain grafis tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap, tetapi sebagai elemen utama dalam strategi komunikasi dakwah digital yang efektif. Visual tidak hanya memperindah tampilan, tetapi juga berperan dalam membangun makna, meningkatkan keterlibatan, serta memengaruhi cara audiens dalam menerima dan merespons pesan keagamaan.

Berdasarkan keseluruhan hasil analisis yang telah dilakukan terhadap konten pada akun Instagram @uinradenintan, dapat disimpulkan bahwa desain grafis memiliki peran yang signifikan dalam menyampaikan pesan dakwah di media sosial. Sebagaimana telah diuraikan pada pembahasan sebelumnya, desain grafis tidak hanya berfungsi sebagai elemen estetika, tetapi juga sebagai media komunikasi visual yang mampu mengonstruksi makna melalui simbol, warna, dan tata letak. Melalui pengemasan visual yang menarik, pesan-pesan keislaman dapat disampaikan secara lebih sederhana, namun tetap memiliki kedalaman makna yang kuat.

Lebih lanjut, peran desain grafis terlihat dalam kemampuannya memperkuat daya tarik sekaligus meningkatkan pemahaman pesan. Penggunaan warna hijau yang identik dengan nuansa Islam, ilustrasi masjid, serta tipografi yang terbaca dengan baik membuat pesan dakwah lebih mudah diingat dan dipahami oleh audiens. Hal ini menjadi penting mengingat karakteristik pengguna media sosial yang memiliki rentang perhatian yang relatif singkat, sehingga visual yang komunikatif menjadi faktor kunci dalam keberhasilan penyampaian pesan. Temuan ini sejalan dengan Linawati (2022) yang menyatakan bahwa desain grafis yang komunikatif mampu memperkuat pesan dakwah sekaligus meningkatkan interaksi audiens. Selain itu, desain grafis juga berfungsi sebagai penciri identitas dakwah institusional. Konsistensi penggunaan elemen visual pada akun @uinradenintan telah membentuk identitas visual yang khas dan mudah dikenali. Sebagaimana telah dibahas dalam perspektif komunikasi visual dan semiotika, pengulangan elemen visual membentuk asosiasi makna dalam benak audiens, sehingga membantu dalam membangun kredibilitas serta kepercayaan terhadap sumber pesan. Hal ini membedakan akun institusional dengan akun dakwah individu atau komunitas yang cenderung memiliki fleksibilitas visual lebih tinggi (Hidayah, 2023).

Di sisi lain, desain grafis juga berperan dalam menyederhanakan pesan keagamaan yang kompleks menjadi lebih terstruktur dan mudah dipahami. Konten bertema “Amalan Nisfu Sya’ban” menunjukkan bagaimana informasi yang cukup rinci, seperti tata cara dan niat ibadah, dapat disajikan dalam format visual yang sistematis dan tidak membosankan. Penggunaan tata letak dan hierarki visual memungkinkan audiens untuk memahami informasi secara bertahap, sehingga memperkuat efektivitas komunikasi. Hal ini mendukung temuan Nadhira dkk. (2022) yang menyatakan bahwa desain komunikasi visual memiliki peran strategis dalam menyampaikan pesan dakwah secara efektif. Keberhasilan penyampaian pesan dakwah melalui desain grafis tidak terlepas dari peran pengelola akun. Berdasarkan hasil wawancara, diketahui bahwa perencanaan konten dilakukan secara sistematis dengan mempertimbangkan momentum dalam kalender Islam serta isu-isu aktual di lingkungan kampus. Selain itu, interaksi audiens juga dijadikan sebagai bahan evaluasi untuk pengembangan konten selanjutnya, yang menunjukkan adanya proses komunikasi dua arah dalam dakwah digital.

Secara keseluruhan, temuan-temuan tersebut sejalan dengan penelitian Azizah (2023) pada akun @iqomic serta Zahra (2021) mengenai strategi dakwah visual, yang menekankan pentingnya konsistensi visual dan kesesuaian desain dengan karakter audiens. Namun demikian, penelitian ini menunjukkan kekhasan pada konteks institusional @uinradenintan, di mana pesan dakwah tidak hanya disampaikan sebagai konten religius, tetapi juga terintegrasi dengan identitas kampus Islam modern yang bersifat formal dan akademis.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa desain grafis memiliki peran yang signifikan sebagai media komunikasi visual dalam menyampaikan pesan dakwah melalui akun Instagram @uinradenintan. Desain grafis tidak hanya berfungsi sebagai elemen estetika, tetapi juga sebagai sarana strategis dalam mengonstruksi dan menyampaikan makna pesan keagamaan secara efektif kepada audiens digital. Penggunaan elemen visual seperti warna, tipografi, ilustrasi, dan tata letak terbukti mampu meningkatkan daya tarik, memperjelas pesan, serta mempermudah audiens dalam memahami konten dakwah. Selain itu, desain grafis juga berperan dalam menyederhanakan pesan keagamaan yang kompleks menjadi lebih ringkas, terstruktur, dan mudah dipahami melalui visualisasi yang komunikatif.

Konsistensi dalam penggunaan elemen desain turut membentuk identitas visual yang khas, sehingga memperkuat citra dan kredibilitas akun sebagai media dakwah institusional. Dalam perspektif komunikasi visual dan semiotika, elemen-elemen tersebut berfungsi sebagai tanda yang tidak hanya menyampaikan makna denotatif, tetapi juga membangun makna konotatif yang berkaitan dengan nilai-nilai religius dan identitas institusi. Dengan demikian, desain grafis dapat dipahami sebagai elemen utama dalam strategi komunikasi dakwah digital yang tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga persuasif dalam memengaruhi pemahaman dan sikap audiens.

Secara praktis, penelitian ini memberikan implikasi bahwa pengelolaan konten dakwah di media sosial perlu memperhatikan aspek desain grafis secara terencana dan konsisten agar pesan yang disampaikan lebih efektif dan memiliki daya jangkauan yang luas. Sementara itu, secara teoritis, penelitian ini berkontribusi dalam memperkaya kajian komunikasi visual, khususnya dalam konteks dakwah digital berbasis institusi.

REFERENSI

- Ali, F. M., Hasanah, N., & Kurniawan, A. (2024). Analisis tanda dalam desain komunikasi visual: Pendekatan semiotika Saussure. *Jurnal Desain dan Media*, 5(1), 67–78.
- Amin, S. M. (2022). *Ilmu dakwah*. Amzah.
- Arifin, A. (2021). *Psikologi dakwah*. Bumi Aksara.
- Aziz, M. A. (2021). *Ilmu dakwah: Kajian teori dan praktik*. Kencana.
- Barthes, R. (1977). *Image, music, text*. Fontana Press.
- Batubara, H., Rukiyah, S., & Utami, P. I. (2024). Analisis Semiotika: Pemaknaan Komunikasi Visual Pada Poster Iklan Layanan Masyarakat Di Media Digital. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 6026–6042. <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i3.10612>
- Hidayah, L. (2023). Analisis desain komunikasi visual dakwah pada media sosial Instagram. *Jurnal Komunikasi dan Dakwah Islam*, 5(2), 123–135.
- Khairullah & Recha Mardianty Rachmi. *Utilisasi Media dan Komunikasi Visual dalam Dakwah di Era 5.0*. Al-Jamahiria : Jurnal Komunikasi dan Dakwah Islam (2024): <https://doi.org/10.30983/al-jamahiria.v2i2.8667>
- Kress, G., & van Leeuwen, T. (2006). *Reading images: The grammar of visual design*. Routledge.
- Kusrianto, A. (2022). *Pengantar desain komunikasi visual*. Andi Publisher.
- Mayer, R. E. (2021). *Multimedia learning* (3rd ed.). Cambridge University Press.
- Meta. (2024). *Meta Reports: Social Media Usage in Indonesia*. Meta Platforms Inc.
- Munir, M., & Ilaihi, W. (2022). *Manajemen dakwah*. Prenada Media.
- Potter, W. J. (2022). *Media literacy* (10th ed.). SAGE Publications.
- Pulungan, N. H. (2023). Penggerakan media dakwah dalam era digital. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 24567–24575.
- Rustan, S. (2021). *Layout dasar dan penerapannya dalam desain grafis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Sari, H. P. (2023). Analisis semiotika Roland Barthes pada media visual digital. *Jurnal Kajian Media dan Budaya*, 4(2), 89–101.
- Setiawan, A. F. (2023). *Desain Grafis untuk Sosial Media*. Yogyakarta: CreativeThinking.
- Sihombing, D. (2021). *Tipografi dalam desain grafis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Sya'bani, M. H., Razzaq, A., & Hamandia, M. R. (2024). Analisis Pesan Dakwah pada Media Sosial Podcast Login Habib Ja'far dan Onad. *Pubmedia Social Sciences and Humanities*, 1(3), 15-15. <https://doi.org/10.47134/pssh.v1i3.170>
- Syahrani, R. A., Putri, D. A., & Rahman, F. (2024). Semiotika sosial dalam media digital: Representasi makna visual pada konten komunikasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(2), 112–124.
- Wheeler, A. (2022). *Designing brand identity: An essential guide for the whole branding team* (6th ed.). Wiley.
- Zahra, A. N. (2021). Strategi dakwah desain visual grafis pada media sosial Instagram. *Hikmah: Jurnal Dakwah dan Sosial*, 15(1), 45–58.

BIODATA PENULIS

Dimas Erlan Wijaya merupakan mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung yang tertarik untuk mengkaji bagaimana desain grafis tidak hanya berfungsi sebagai media estetika, tetapi juga sebagai sarana dakwah yang mampu menyampaikan pesan keislaman secara visual, kreatif, dan persuasif. Selain itu, penelitian ini juga didorong oleh keinginan untuk memahami efektivitas desain grafis dalam menarik perhatian audiens serta membangun pemahaman nilai-nilai keislaman di era digital.

Muhammad Nasor adalah salah satu Dosen Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

Ade Nur Istiani adalah salah satu Dosen Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung