

Komunikasi Visual Dakwah Persuasif Pada Akun Instagram @hijabalila Dengan Hashtag #Freedom99persen Dari Perspektif Semiotika Charles Sanders Peirce

Aqilla Padya Hayya¹, Dewi Anggrayni², Muhammad Fahri³

¹Universitas Ibn Khaldun, Bogor, Indonesia

^{2,3}Universitas Ibn Khaldun, Bogor, Indonesia
akuqilla@gmail.com

Abstract: *Persuasive proselytizing visual communication is the delivery of proselytizing packed with visual content that is conveyed to everyone, made lightly, attractive images, and words that are easy to understand. Preaching in the digital age is a challenge for today's da'i. Social media is one of the media that needs to be utilized. Instagram is becoming one of the most used social media. According to We are Social, social media users in 2022 in Indonesia are 191.4 million in 2021 170 million, an increase of 12.6% and the number of Instagram users in Indonesia in 2022 is 99.15 million people in 2021 85 million people. The purpose of this study was to find out the semiotic analysis of Charles Sanders Peirce and the principle of persuasive proselytizing used on @hijabalila account. This research uses qualitative methods with the type of literature research and the research approach used, namely content analysis. This research analyzes a poster with the theme of #freedom99persen as many as 18 posts each image contains icons, indices, and symbols from Charles Sanders Peirce's Semiotics and contains elements of visual communication in the form of illustrations, namely images used to explain something and predominantly red and beige colors have the meaning of courage and life force or the foundation of life. The results of the research from the upload of #freedom99persen poster on the @hijabalila account used elements of icons and indexes used to interpret a meaning of proselytizing in the poster #freedom99persen about courage, obedience, awareness, and love. Then the caption used uses the principles of persuasive proselytizing Qaulan Layyina (preaching meekly), Qaulan Sadidan (preaching with correct speech), and Qaulan Maysuran (preaching with easy-to-understand words). The limitations in this research are due to the large number of posters. It is better for further research to question the perception of followers of instagram accounts @hijabalila in posts uploaded every week with different themes.*

Keyword: *Visual Communication, Da'wah, Instagram, Semiotics*

Abstrak: Komunikasi visual dakwah persuasif merupakan penyampaian dakwah yang dikemas dengan konten visual yang disampaikan kepada semua orang, dibuat secara ringan, gambar yang menarik, dan kata-kata yang mudah dipahami. Berdakwah di era digital menjadi tantangan bagi para da'i masa kini. Media sosial merupakan salah satu media yang perlu dimanfaatkan. Instagram menjadi salah satu media sosial yang paling banyak digunakan. Menurut We are Social, pengguna media sosial pada tahun 2022 di Indonesia yaitu 191,4juta pada tahun 2021 170 juta, naik 12,6% dan jumlah pengguna Instagram di Indonesia tahun 2022 yaitu 99,15 juta jiwa pada tahun 2021 85 juta jiwa. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui analisis semiotika Charles Sanders Peirce dan prinsip dakwah persuasif yang digunakan pada akun @hijabalila. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian kepustakaan dan pendekatan penelitian yang digunakan yaitu analisis konten. Penelitian ini menganalisis sebuah poster dengan tema #freedom99persen sebanyak 18 postingan masing-masing gambar mengandung ikon, indeks, dan simbol dari Semiotika milik Charles Snders Peirce dan mengandung elemen komunikasi visual berupa ilustrasi yaitu gambar yang digunakan menjelaskan sesuatu dan dominan warna merah dan krem memiliki makna keberanian dan kekuatan hidup atau pondasi kehidupan. Hasil penelitian dari unggahan poster #freedom99persen pada akun @hijabalila menggunakan unsur ikon dan indeks yang digunakan untuk menginterpretasikan suatu makna dakwah dalam poster #freedom99persen tentang keberanian, ketaatan, kesadaran, dan kecintaan. Kemudian caption yang digunakan menggunakan prinsip-prinsip dakwah persuasif Qaulan Layyina (berdakwah dengan lemah lembut), Qaulan Sadidan (berdakwah dengan pembicaraan yang benar), dan Qaulan Maysuran (berdakwah dengan perkataan yang mudah dipahami). Keterbatasan dalam penelitian ini karena jumlah poster yang banyak. Sebaiknya untuk penelitian selanjutnya mempertanyakan tentang persepsi pengikut akun instagram @hijabalila dalam postingan yang diunggah setiap minggunya dengan tema yang berbeda.

Kata Kunci: Komunikasi Visual, Dakwah, Instagram, Semiotika

Pendahuluan

Berdakwah di era digital menjadi tantangan bagi para da'i masa kini. Media sosial merupakan salah satu media yang perlu dimanfaatkan. Instagram menjadi salah satu media sosial yang paling banyak digunakan. Menurut We are Social, pengguna media sosial pada tahun 2022 di Indonesia yaitu 191,4 juta pada tahun 2021 170 juta, naik 12,6% dan jumlah pengguna Instagram di Indonesia tahun 2022 yaitu 99,15 juta jiwa pada tahun 2021 85 juta jiwa. Metode dakwah yang digunakan dalam menjalankan dakwah di era digital tentu akan berbeda dari metode dakwah pada umumnya. Para da'i dituntut untuk menjadi kreatif dalam mengemas pesan dakwah. Tujuannya, agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik. Dakwah melalui desain visual sebagai salah satu metode berdakwah yang efektif dilakukan di media sosial seperti Instagram. Karena Instagram memiliki fitur yang mengedepankan visual, seperti foto, gambar, video, atau ilustrasi. Dakwah komunikasi visual merupakan sebuah proses penyampaian informasi atau pesan yang dikemas dengan konten visual, yang bertujuan untuk mengajak pada perbuatan amar ma'ruf nahi mungkar sesuai dengan pedoman dalam al-Qur'an dan As-Sunnah (Toybah, 2016).

Komunikasi visual menyampaikan suatu informasi untuk penerima pesan dengan mempertimbangkan berbagai macam unsur atau elemen visual yang akan digunakan, sehingga terjadi adanya pemahaman pada penerima pesan. Yang dimaksud unsur atau elemen visual disini adalah unsur-unsur atau elemen-elemen yang membentuk sebuah gambar atau desain visual seperti bentuk (*shape*), garis (*line*), warna (*colour*), ilustrasi, tata letak, tipografi. Dengan memperhatikan unsur-unsur tersebut merupakan upaya penyampaian pesan dapat tersampaikan dengan baik dan memperoleh pemahaman (Askinita, 2021). Persuasi dalam bahasa Latin adalah *persuasion*, kata kerjanya adalah *persuadere*, yang berarti membujuk, megajak, atau merayu (Onong, 2019). Dakwah persuasif adalah proses mempengaruhi mad'u dengan pendekatan psikologis, sehingga mad'u mengikuti ajakan da'i tetapi merasa melakukan sesuatu atas kehendak sendiri. Selanjutnya dakwah persuasif dapat dipahami sebagai dakwah yang menekankan dan berbasis kepada akhlak mulia (Askinita, 2021).

Charles Sanders Peirce membagi tanda atas ikon, indeks, dan simbol:

- 1) Ikon adalah tanda yang mirip dengan objek yang diwakilinya. Dapat dikatakan, ikon adalah tanda yang memiliki ciri-ciri yang sama dengan apa yang dimaksudkan.
- 2) Indeks merupakan tanda yang memiliki hubungan sebab-akibat dengan apa yang diwakilinya atau disebut juga tanda sebagai bukti. Contohnya asap dan api, asap menunjukkan adanya api.

3) Simbol merupakan tanda berdasarkan peraturan atau perjanjian yang disepakati bersama. Simbol dapat dipahami jika seseorang sudah mengerti arti yang telah disepakati sebelumnya.

Tabel 1. Objek Charles Sanders Peirce

Jenis Tanda	Ditandai dengan	Contoh	Proses Kerja
Ikon	- Persamaan - Kemiripan	- Gambar - Foto - Patung	Dilihat
Indeks	- Hubungan - sebab akibat - Keterkaitan	- Asap – Api - Gejala - Penyakit	Diperkirakan
Simbol	- Konvensi - Kesepakatan Sosial	- Kata-kata - Isyarat	Dipelajari

Saat ini telah banyak bermunculan komunitas yang menyebarkan nilai-nilai keislaman di media sosial, terutama di Instagram. Hijab Alila merupakan salah satu akun yang cukup populer di kalangan umat islam, terutama muslimah. Hijab Alila merupakan sebuah brand hijab yang mengedepankan kegiatan berdakwah. Konsep yang diusung Hijab Alila ialah menyampaikan pesan dakwah yang menyenangkan, agar mudah diterima oleh target audience. Proses dakwah yang disampaikan berbentuk creative digital, seperti foto, ilustrasi, video, atau pengolahan copywriting yang menarik. Pada bulan November tahun 2021, Hijab Alila menyajikan kumpulan konten terkait kebebasan yang dirangkum dalam hashtag #Freedom99persen. Kemudian mendapatkan sambutan yang baik dari netizen dikarenakan pengemasannya menarik. Akun @hijabalila adalah salah satu dari sekian banyak komunitas muslim yang kontennya berisikan pesan dakwah dan membahas mengenai kebebasan yang sedang diperbincangkan. Gagasan yang disampaikan oleh Hijab Alila erat dengan kepentingan dakwah, yakni menyebarkan ideologi keislaman dan memberikan pengingat kepada netizen. Sebab, belakangan ini isu mengenai kebebasan sedang ramai diperbincangkan di media sosial. Berbagai pandangan berterbaran dengan bebas, sehingga masyarakat kesulitan untuk memilah mana yang benar, sesuai dengan ajaran. Disinilah peran Hijab Alila sebagai komunitas yang mengedepankan nilai-nilai keislaman. Mengingatkan umat muslim agar tetap berada pada jalan keimanan.

Konten yang disajikan oleh Hijab Alila dapat menyampaikan nilai dakwah secara efektif. Penelitian ini melihat dari sudut pandang yang berbeda dari biasanya, yakni dengan melihat dua unsur, pesan dakwah dan interpretasi dakwah komunikasi visual. Unsur dakwah yang meliputi pesan atau materi yang disampaikan oleh akun instagram tersebut. Interpretasi dakwah yang dikaitkan dengan teori semiotika Charles Sanders Peirce, yakni membahas unsur-unsur desain komunikasi

visual yang diaplikasikan dalam berbagai media melalui unsur-unsur desain seperti garis, bidang, warna, ilustrasi, tipografi, dan tata letak.

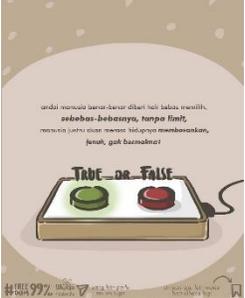
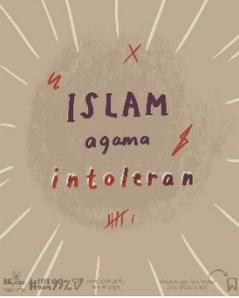
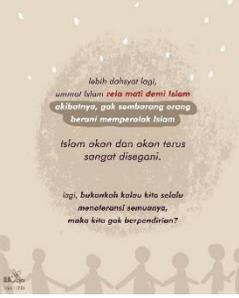
Penelitian ini merupakan masalah yang sedang dekat dengan permasalahan hidup saat ini. Keunggulan komunikasi visual yaitu menariknya kemasan yang disampaikan kepada semua orang, dibuat secara ringan, terdapat gambar yang menarik, dan kata-kata yang mudah dipahami. Permasalahan yang diangkat untuk diteliti masih jarang, sehingga penelitian ini juga bisa sebagai pembuka untuk penelitian selanjutnya. Objek yang digunakan merupakan objek yang saat ini sedang ramai diperbincangkan di media sosial, yakni mengenai kebebasan. Hal yang diteliti merupakan materi dakwah visual yang di dalamnya mengandung pesan dalam gambar yang dibagikan akun tersebut serta melihat interpretasi gambar yang dikaitkan dengan semiotika Charles Sanders Peirce. Sehingga dengan gambar yang dibagikan dengan melihat unsur-unsur desain komunikasi visual tersebut dapat diketahui bagaimana konsep dakwah komunikasi visual terhadap gambar yang dibagikan akun instagram @hijabalila.

Metode

Metode yang digunakan adalah metode kualitatif jenis kepustakaan. Pendekatan penulis dalam penelitian ini peneliti melakukan proses penelitian dengan pendekatan yang digunakan adalah kualitatif, dengan tujuan peneliti berupaya memahami gejala-gejala yang tidak memerlukan kuantifikasi atau karena gejala-gejala tersebut tidak mungkin diukur dengan secara tepat. Metode kualitatif digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam, suatu data yang mengandung makna (Sugiyono, 2017). Adapun pendekatannya menggunakan analisis konten. Teori yang dipakai untuk analisis data menggunakan teori semiotika Charles Sanders Peirce, untuk mengetahui makna tanda (ikon, indeks, dan simbol) dan prinsip dakwah persuasif yang digunakan. Sumber data diambil dari postingan dakwah pada akun @hijabalila dengan hashtag #freedom99persen dari tanggal 26 November – 02 Desember 2022, sebanyak 18 poster.

Hasil dan Pembahasan

Hasil dan pembahasan pada penelitian ini merupakan keseluruhan isi yang termasuk dalam fokus penelitian. Peneliti telah memperoleh data yang valid sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu mengungkapkan makna komunikasi visual dengan menggunakan aspek semiotika Charles Sanders Pierce dan prinsip dakwah persuasif, sebagai berikut:

 <p>Visual 1</p>	 <p>Visual 2</p>	 <p>Visual 3</p>
 <p>Visual 4</p>	 <p>Visual 5</p>	 <p>Visual 6</p>
 <p>Visual 7</p>	 <p>Visual 8</p>	 <p>Visual 9</p>
 <p>Visual 10</p>	 <p>Visual 11</p>	 <p>Visual 12</p>
 <p>Visual 13</p>	 <p>Visual 14</p>	 <p>Visual 15</p>

akan terbawa sadar dan menentukan pilihan dalam keadaan sadar, dan meningkatkan bahwa dunia ini hanya sementara, menyadarkan kita bahwa kematian itu adalah hal yang pasti dan akan kembali kepada Allah.

Kesadaran diri yaitu sadar dengan tingkah lakunya, dan pikiran sadar yang dapat mengatur akal, juga menentukan pilihan terhadap yang diinginkan (Masruhin, 2021).

d) Kecintaan

Berdasarkan visual 4.1, visual 4.2, visual 4.3, visual 7 dan visual 10 memiliki makna sebagai bentuk kecintaan. Pada visual 4.1, 4.2, dan 4.3 bentuk kecintaan, muslimah berani untuk berbeda, untuk mempunyai pendirian dan tidak memperolok agama Islam karena bentuk kecintaan, tidak melakukan hal yang sama dengan adanya kebebasan tanpa batas yang masih dilakukan orang lain diluar sana yang tengah dicekoki oleh serangan pemikiran pemikiran barat. Itulah prinsip kecintaan seorang muslim pada Allah dengan mentaati syariat-syariat Nya, dan mempunyai pendirian sebagai seorang muslim. Terlihat dalam visual 7 menunjukkan kecintaan terhadap Al-Qur'an sebagai petunjuk bagi manusia di dunia. Adapun terlihat pada visual 10 bentuk kecintaan dengan saling mengingatkan. Makna cinta tidak terbatas hanya hanya kepada hubungan kasih antara dua insan, namun sesungguhnya makna dari cinta itu lebih luas dan dalam. Kecintaan yang paling agung dan mulia dalam kehidupan kita adalah kecintaan kita kepada Allah. Ketika seorang hamba sudah mencintai Allah, maka akan rela untuk melakukan hal yang Allah perintahkan, dan menjauhi hal yang Allah larang. Cinta kepada Allah mengharuskan untuk membenci segala yang dibenci oleh Allah (Sarkati, 2020).

2. Prinsip Dakwah Persuasif pada poster #freedom99persen dilihat dari caption yang tertulis dalam unggahan poster dengan hashtag #freedom99persen.

Adapun interpretasi prinsip dakwah persuasif dalam poster yang diunggah oleh akun instagram @hijabalila yang bertemakan hashtag #freedome99persen, sebagai berikut:

a) *Qaulan Layyinan* (berdakwah dengan perkataan yang lemah lembut) yaitu terdapat dalam visual 1, visual 2, visual 3, visual 4, visual 5, visual 6, visual 7, visual 8, visual 9, visual 10, visual 11. Pada beberapa poster dan caption Hijab Alila terkandung prinsip dakwah persuasif berupa perkataan yang lemah lembut. Pesan disampaikan dengan lemah lembut sehingga dapat memicu komunikasi yang baik dan mempengaruhi audience untuk membaca hikmah, sehingga memiliki kesan yang bersahabat dalam menyerukan agama Allah. Bersahabat dapat berarti hubungan yang sangat dekat, saling percaya satu sama lain. Bersahabat dapat dianalogikan dengan bersaudara.

وَنُورِحَمْلَعَلَّكُمُ اللّٰهٖ وَاتَّقُوا اٰخَوِيكُمْ بَيْنَ فَاَصْلِحُوْا اِخْوَةَ الْمُؤْمِنُوْنَ اِنَّمَا

Sesungguhnya orang-orang mukmin itu bersaudara, karena itu damaikanlah antara kedua saudaramu (yang berselisih) dan bertakwalah kepada Allah agar kamu mendapat rahmat (QS. Al-Hujurat : 10).

- b) *Qaulan Sadidan* (berdakwah dengan perkataan yang benar, jujur, lurus dan tidak berbohong) yaitu terdapat dalam visual 6 saja. Pada salah satu poster dan caption Hijab Alila terkandung prinsip dakwah persuasif berupa perkataan yang benar, jujur, lurus dan tidak berbohong. Pesan disampaikan dengan jujur, tidak berbohong. Karena kebohongan sangat merugikan. Dalam perkembangan kehidupan manusia, tidak terlepas dari hohong. Sejak zaman Nabi Muhammad, kebohongan merambah pada periwayatan hadist-hadist Nabi, sejatinya hadist merupakan dasar hukum kedua setelah Al-Qur'an (Mubasyaroh 2017). Hal ini dapat dilihat dari salah satu poster pada visual 6 dijelaskan dengan benar arti atau makna dari kalimat syahadat yang disampaikan.
- c) *Qaulan Maysuran* (berdakwah dengan perkataan yang mudah dipahami) yaitu terdapat dalam visual 1, visual 4, visual 5, visual 6, visual 7, visual 8, visual 9, visual 10, visual 11. Pada beberapa poster dan caption Hijab Alila terkandung prinsip dakwah berupa perkataan yang mudah dipahami. Pesan yang disampaikan kata-kata yang ditulis mudah dimengerti dan dipahami oleh komunikan. Adapun salah satu prinsip komunikasi dalam Islam adalah ketika berkomunikasi harus dengan tujuan mendekatkan manusia dengan Allah dan hamba-hambanya (Mubasyaroh, 2017). Hal ini dapat dilihat dari seluruh caption yang ditulis mudah dipahami, dimengerti.

Kesimpulan

Berdasarkan analisis tanda visual, seberapa besar unggahan poster #freedom99persen dalam akun @hijabalila memadukan unsur ikon, indeks dan simbol, namun kebanyakan menggunakan unsur ikon dan indeks yang digunakan untuk menginterpretasikan suatu makna dakwah. Dari segi elemen komunikasi visual, unggahan poster #freedom99persen dalam akun @hijabalila lebih mendominasi pada elemen warna dan juga ilustrasi. Dari keseluruhan unggahan poster #freedom99persen, peneliti menyimpulkan bahwa unggahan tersebut mengandung pesan dakwah kepada muslimah yang sudah terjebak dalam kebebasan "bebas tanpa batas". Namun dengan keberanian, kesadaran, dan kecintaan akan berakhir dengan indah yaitu menggapai Syurga-Nya. Karena hidup adalah pilihan. Kemudian caption yang digunakan menggunakan prinsip-prinsip dakwah persuasif yaitu qaulan layyinan yaitu berdakwah dengan lemah lembut, qaulan sadidan yaitu berdakwah dengan perkataan benar, dan qaulan maysuran yaitu berdakwah dengan perkataan yang mudah dipahami.

Referensi

- Toybah, N. R. (2017). *Dakwah Komunikasi Visual Melalui Instagram*. III(2), 57–79.
- Mubasyaroh. (2017). Strategi Dakwah Persuasif dalam Mengubah Perilaku Masyarakat. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*. Volume 11 nomor 2.
- Mashurin, Ahmad Rudi. (2021). Menanamkan Rasa Kesadaran Diri Akan Pentingnya Menjaga Lingkungan Di Pondok Pesantren. *Journal of Education Conseling*.
- Onong, U. E. (2019). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. PT Remaja Rosdakarya.
- Tinarbuko, S. (2009). *Semiotika Komunikasi Visual*. Jalasutra.
- Askinita, D. (2021). *Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce (Komunikasi Visual Dakwah Persuasif pada Kartun Instagram @xkwavers)*.
- Nofita, S. (2021). *Analisis Desain Komunikasi Visual Akun Instagram@Arielsyafrin Berdasar Semiotika Ferdinand De Saussure*.