

REPRESENTASI TAKWA DALAM BANNER DAKWAH RAMADHAN

Ahmad Faiz Muntazori¹, Bambang Sunarto², Tommy Christomi³

Mahasiswa Program Doktor ISI Surakarta/ Dosen Uninversitas Indraprasta PGRI¹,
Insitut Seni Indonesia Surakarta², Universitas Indonesia³

Abstrak. Berdakwah melalui media visual adalah metode baru dalam berdakwah yang berkembang saat ini. Penelitian ini mengkaji media dakwah visual yang dibuat oleh Muslim Designer Community (MDC), yaitu Banner Dakwah Ramadhan (BANDARA) yang dibuat khusus untuk konten Ramadan. Fokus bahasan pada artikel ini adalah BANDARA 1441. Metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan semiotika Charles Sanders Peirce. Analisis data diawali dengan melakukan identifikasi setiap elemen desain, kemudian membangun konstuksi pemaknaannya dengan menggunakan relasi antar-elemen desain yang menjadi pembentuk makna utama pada gambar. Hasil analisis menunjukkan bahwa secara semiosis proposisi yang dibentuk oleh tanda visual mengacu pada objeknya secara indeksikal, mengikuti pola induksi proposisi → indeksikal → legisign.

Kata kunci: Muslim Designer Community (MDC), dakwah visual, semiotika, representasi

Abstract. Preaching through visual media is a new method of da'wah (Islamic preaching) that is developing today. This research examines the visual da'wah media created by the Muslim Designer Community (MDC), namely the Ramadan Da'wah Banner (BANDARA) which is made specifically for Ramadan content. The focus of discussion in this article is BANDARA 1441. The method used is qualitative research with Charles Sanders Peirce's semiotic approach. Data analysis begins with identifying each design element, then constructing its meaning by using the relationship between design elements that form the main meaning in the image. The results of the analysis show that semiosis propositions formed by visual signs refer to their objects indexically, following the proposition induction → indexical → legisign pattern.

Keywords: Muslim Designer Community (MDC), visual da'wah, semiotics, representation.

Correspondence author: Ahmad Faiz Muntazori, faiz.muntazori@gmail.com

PENDAHULUAN

Dakwah memiliki pengertian secara bahasa adalah mengajak atau ajakan, secara istilah menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia dakwah diartikan sebagai penyiaran agama dan pengembangannya di kalangan masyarakat; seruan untuk memeluk, mempelajari, dan mengamalkan ajaran agama. Kaitannya dengan agama Islam adalah seruan untuk mengamalkan ajaran Islam sesuai dengan tuntunan dari Al-Qur'an dan Hadits. Mereka menyadari dan meyakini bahwa mengajak orang kepada kebaikan merupakan aktivitas dakwah yang merupakan salah satu kewajiban seorang Muslim, sebagaimana yang diperintahkan oleh Allah Swt. dan Nabi Muhammad saw.

Dakwah merupakan kegiatan yang membutuhkan media untuk mempermudah komunikasi antara pendakwah dengan umat Islam sebagai objek dakwahnya. Peralatan yang digunakan dalam menyampaikan materi dakwah media dakwah. (Bachtiar 35). Perkembangan teknologi yang pesat juga berpengaruh terhadap konten keagamaan yang disampaikan. Saat ini ajaran agama tidak hanya disampaikan melalui ceramah, namun sudah banyak beralih ke dalam bentuk media visual. Konten-konten keagamaan kini banyak disampaikan melalui media visual dalam bentuk poster atau *banner* yang isinya berupa nasihat dengan mengutip ayat Al-Qur'an, Hadits atau perkataan para ulama. Dahulu poster hanya berupa tulisan dengan dicetak warna hitam putih, kini dibuat dengan ilustrasi dan penuh warna. Media dibuat semenarik mungkin dengan sentuhan desain grafis, pilihan kualitas cetak dan bahan yang beragam sesuai dengan anggaran yang dimiliki oleh si pembuat poster.

Berdakwah melalui media visual adalah paradigma lain dalam menyampaikan pesan-pesan agama, siapa pun bisa melakukan ini selama punya kemampuan dan keterampilan desain grafis. Dakwah tidak lagi dikooptasi oleh para pemuka agama dan kalangan santri, siapa pun dapat melakukan kegiatan dakwah dengan caranya masing-masing, tanpa menjadi seorang yang ahli agama. Metode dakwah dengan media visual adalah cara unik yang saat ini banyak dilakukan oleh para aktivis muslim yang punya keterampilan dalam bidang desain dan seni visual lainnya.

Proses-proses kesenian dalam perspektif agama memiliki esensi dan substansi yang saling berhubungan dengan khazanah gerakan moral, ikhtiar kesalehan individu dan sosial maupun pencerdasan dan pembangunan bangsa. Nilai-nilai keluhuran, karakter, simbol-simbol keagamaan dan estetika alternatifnya, dapat dialihkan secara kreatif ke dalam otonomi ruang-ruang pribadi maupun ruang publik dan negara. Keberadaan agama menjadi lebih leluasa untuk dihikmahhi dan dihayati sebagai pencerah akal budi manusia di luar institusi, ibadah, ritualisme, sakramenta dan upacara-upacara (Salad 16-17). Dengan seni, masyarakat akan lebih mudah menyerap dan mengingat isi dari dakwah yang dilakukan, sehingga masyarakat akan terdorong untuk menjalankan ajaran yang terkandung di dalamnya (Ghaliyah 41). Konteks penyampaian dakwah hari ini, di mana peradaban manusia telah membuat masyarakat sangat bergantung pada teknologi visual, media dakwah dapat berbentuk media kreatif Wardani and Muntazori (63).

Media dakwah visual merupakan salah satu contoh dari implementasi nilai-nilai agama dalam bentuk karya seni yang hadir di ruang publik untuk menyebarkan nilai-nilai Islam secara lebih masif. Media visual dianggap efektif untuk

menyampaikan dakwah, karena manusia secara alamiah lebih mudah mengingat pesan yang disampaikan secara visual melalui simbol-simbol. Diperkuat oleh Ernst Cassirer dalam Erl1 (6) yang mendefinisikan manusia sebagai makhluk simbolik, kapasitas dan aktivitas pembuatan simbolnya yang universal menemukan ekspresi dalam berbagai 'bentuk simbolik', seperti seni, agama, hukum, politik dan ekonomi.

Hadirnya Islam di ruang publik untuk mengkomunikasikan dan menegosiasikan pelbagai ide dan kepentingan termasuk di dalamnya kepentingan agama. Berfungsi sebagai penyebaran nilai, ajaran dan simbol-simbol Islam kepada masyarakat dengan memanfaatkan ruang publik, yaitu ruang atau arena, baik nyata maupun virtual, yang digunakan secara bersama oleh warga masyarakat (Hardiman 34). Pemaparan dan pewacanaan Islam di ruang publik mengandung dimensi politis di mana pelbagai kekuatan sosial berusaha mengartikulasikan secara publik kepentingan-kepentingan kepada negara (Habermas 219).

Media dakwah visual memiliki jenis yang beragam, selain dalam bentuk poster, ada yang membuatnya dalam bentuk komik, cerita bergambar dan infografis. Media dakwah visual disajikan dalam bentuk cetak yang dipasang pada tempat-tempat seperti masjid, majelis taklim, dan fasilitas umum yang telah disediakan. Versi daring pun tersedia yang diunggah ke *website* dan media sosial seperti *instagram*, *facebook*, *twitter* dan media sosial lainnya.

Kreator atau desainer yang kerap membuat konten keagamaan dalam bentuk visual pun beragam, perorangan, komunitas maupun lembaga. Satu dari sekian banyak komunitas atau lembaga yang kerap membuat media dakwah visual adalah *Muslim Designer Community (MDC)*. Komunitas desainer muslim yang memiliki tujuan untuk berdakwah dengan media visual, mengimplementasikan keterampilan bidang desain komunikasi visual yang mereka miliki menjadi ladang amal. Mereka mulai menjalankan aktivitasnya sejak tahun 2013, media yang dibuat umumnya hanya poster dan kaos, ada yang dicetak dan dipasang pada masjid, ada juga yang diunggah ke *facebook* atau *instagram*.

Penelitian ini fokus pada media dakwah visual yang dibuat oleh *Muslim Designer Community (MDC)*, komunitas ini cukup intensif merespons setiap isu yang terjadi dalam bentuk poster dakwah. Mereka juga membuat keseragaman tema desain media sesuai dengan momen-momen tertentu, termasuk di antaranya adalah tema Ramadan. Mereka bikin seri khusus desain selama bulan Ramadan, baik versi cetak maupun versi daring. Bahkan untuk Ramadan, mereka punya program khusus yang disebut dengan "*Banner Dakwah Ramadhan (BANDARA)*." Media yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah BANDARA 1441.

Ramadan merupakan bulan yang memiliki banyak kemuliaan dan keutamaan, sehingga umat Islam sangat dianjurkan untuk memperbanyak amal kebajikan pada bulan tersebut. Oleh karena itu, umat Islam senantiasa berlomba-lomba dalam amal kebaikan. Salah satu kebiasaan umat Islam adalah ketika bulan Ramadan akan tiba, mereka dengan sangat senang menyambutnya. Beragam upaya dilakukan dalam menyambut bulan suci ini. Kegiatan tradisional yang dilakukan umat Islam di antaranya ada pawai keliling kampung dengan membawa obor, dilengkapi dengan poster atau spanduk yang bertuliskan "Selamat Datang Bulan Suci Ramadan." Selain itu juga ada kegiatan *tabligh akbar* yang diisi dengan ceramah-ceramah agama tentang pentingnya mengoptimalkan ibadah dan amal kebaikan pada bulan Ramadan. Selain itu juga membuat media-media visual berupa poster, baliho, spanduk dan media

lainnya yang berisi sambutan dan peringatan akan datangnya bulan Ramadhan, agar umat Islam senantiasa mempersiapkan diri dan mengoptimalkan amal kebajikannya pada bulan ini.

Aktivitas seperti ini akan terus berlangsung dan bahkan mungkin ke depan akan lebih beragam seiring dengan perkembangan teknologi yang terus mengalami kemajuan dan peningkatan. Upaya untuk saling mengingatkan dalam mengoptimalkan amal kebaikan di bulan Ramadhan khususnya dan bulan lain pada umumnya akan terus berlangsung sebagai bentuk implementasi ajaran Islam, yaitu saling menasihati dalam kebaikan dan tolong menolong dalam ketaatan.

MDC membuat media dakwah khusus Ramadhan dengan segala keutamaannya. Oleh karena itu perlu diungkap makna yang disampaikan oleh BANDARA. Tujuan apa yang ingin dicapai oleh MDC dengan membuat media dakwah konten Ramadhan seperti ini. Representasi apa yang ingin diungkap oleh MDC dalam membuat media tersebut.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dengan menggunakan interaksi analisis data. Data dikumpulkan melalui studi pustaka dan dokumentasi berupa gambar *banner* dakwah yang didapat dari sumber primer. Kemudian gambar dianalisis dengan menggunakan pendekatan semiotika pragmatisme Charles Sanders Peirce. Diawali dengan melakukan identifikasi setiap elemen desain dan membangun konstruksi pemaknaannya dengan menggunakan relasi antar setiap elemen desain yang menjadi pembentuk makna utama pada gambar.

Unsur atau elemen desain yang meliputi bentuk, raut, ukuran, arah, tekstur, warna, *value*, dan ruang pada poster dakwah merupakan penanda visual atau wujud minimal dari representasi visual (Danesi 86). Penanda-penanda visual dalam desain *banner* dakwah membangun sebuah sistem signifikasi yang menciptakan kepribadian bagi sebuah produk (Danesi 229).

Sistem signifikasi dibangun dengan menggunakan semiotika pragmatisme Peirce. Peirce melihat tanda dalam satu mata rantai tanda yang tumbuh. Pragmatisme sebagai teori makna menekankan hal-hal yang dapat ditangkap dan mungkin berdasarkan pengalaman subjek. Tanda dibagi dalam tiga trikotomi: trikotomi pertama adalah *qualisign*, *sinsign*, dan *legisign*; trikotomi kedua adalah ikonis, indeks, dan simbol; trikotomi ketiga adalah term (*rheme*), proposisi (*dicent*), dan argumen. Relasi itu dapat digambarkan sebagai berikut:

Tabel 1. Trikotomi tanda dari Peirce

	Relasi dengan Representamen	Relasi dengan Objek	Relasi dengan Interpretan
Kepertamaan (<i>firstness</i>)	Bersifat potensial (<i>qualisign</i>)	Berdasarkan keserupaan (ikonis)	Terms (<i>rheme</i>)
Keduaan (<i>secondness</i>)	Bersifat keterkaitan (<i>sinsign</i>)	Berdasarkan penunjukan (indeks)	Suatu pernyataan yang bisa benar bisa salah (proposisi atau <i>dicent</i>)

Ketigaan (<i>thirdness</i>)	Bersifat kesepakatan (<i>legisign</i>)	Berdasarkan kesepakatan (simbol)	Hubungan proposisi yang dikenal dalam bentuk logika tertentu (internal) (argumen)
---	--	--	--

Sumber: (Christomy 116; Nöth 45)

Peirce dalam (Danesi 32) menyebut tanda sebagai *representamen* dan konsep, benda, gagasan, dan seterusnya, yang diacunya sebagai *objek*. Makna (impresi, kognisi, perasaan, dan seterusnya) yang diperoleh dari sebuah tanda diberi istilah *interpretan*. Dengan kata lain, sebuah tanda senantiasa memiliki tiga dimensi yang saling terkait: Representamen (R) sesuatu yang dapat dipersepsi (*perceptible*), Objek (O) sesuatu mengacu kepada hal lain (*referential*), dan interpretan (I) sesuatu yang dapat diinterpretasi (*interpretable*) (Christomy 117).

Dalam pandangan Peirce, sesuatu menjelma menjadi sebuah representamen melalui berbagai latar (*ground*). Menurut Peirce ada tiga kemungkinan hubungan representamen dan latar (Christomy 119). Peirce mengajukan tiga latar (*ground*) yang memungkinkan suatu fenomena disebut tanda: *qualisign*, fenomena yang potensial untuk menjadi tanda lebih lanjut tetapi masih terisolasi dari faktor-faktor eksternal; *sisign*, suatu fenomena yang terkait dengan faktor eksternal atau “kenyataan” aktual; *legisign* sebuah bentuk berfungsi sebagai tanda karena aturan atau konvensi (Christomy 120-121).

Sebuah tanda (representamen) mengacu kepada objek (denotatum) melalui tiga cara utama. Hubungan antara tanda dan objek dilihat Peirce berdasarkan ketercerapan. *Pertama*, melalui keserupaan yang disebut sebagai tanda ikonis. *Kedua*, sebuah tanda mengacu kepada denotatumnya melalui cara penunjukan atau dengan memanfaatkan wahana tanda yang bersifat menunjuk pada sesuatu (*indexical*). *Ketiga*, sebuah tanda mengacu kepada objeknya melalui kesepakatan. Hubungan seperti ini disebut hubungan simbolis, dan tandanya pun disebut tanda simbolis (*symbolical signs*) (Christomy 121-122).

Keterkaitan tanda dalam interpretan lebih banyak ditentukan oleh keterhubungannya dengan pembagian klasifikasi tentang logika. Dalam hal ini Peirce mengajukan tiga kategori keterhubungan yang menghasilkan *term*, proposisi dan argumen.

Nöth (45) menjelaskan bahwa Term menurut Peirce, “...*simply a class name or proper-name.*” Menurut Zoest (29) *term* dapat digambarkan “...sebagai representasi dari suatu kemungkinan denotatum.” Proposisi menurut Peirce, adalah tanda dari suatu eksistensi yang aktual. Peirce menyebutnya pula sebagai tanda informatif (*informational sign*). Tanda proposional siap untuk dikontrasikan dengan kenyataan aktual. Dengan kata lain, proposisi adalah suatu pernyataan tentang sesuatu yang siap untuk dibuktikan kebenarannya (Christomy 127-128). Kategori ketiga adalah argumen. Peirce membatasi argumen sebagai suatu kategori tanda. Argumen merupakan suatu proses berpikir yang memungkinkan seseorang memproduksi kepercayaan tentang sesuatu (Colapietro dalam Christomy 128).

Dalam membangun sistem pemaknaan pada sebuah objek, Peirce mempunyai satu metode yang disebut dengan semiosis. Semiosis menurut Pietro dalam Christomy (129), “*a term originally used by Charles Sanders Peirce to designate any sign action or sign*

process; in general, the activity of sign." Sebuah semiosis yang saling terkait dan mapan dapat dilihat sebagai sebuah wujud kebudayaan. Zoest (50) menjelaskan bahwa perbedaan semiosis menjadi pembeda antara dua kebudayaan. Ketika mengkaji sebuah semiosis tertentu di dalam masyarakat, pada dasarnya kita tengah menggali sebuah ideologi yang memungkinkan penggunaan tanda-tanda tertentu. Menurut Zoest (53), barang siapa mempelajari ideologi harus memperhatikan keterangan-keterangan budaya. "... ideologi mengarahkan budaya." Semiotik membantu kita untuk menggali asumsi-asumsi mendasar (ideologi) tentang sebuah ekspresi.

Peirce adalah seorang logikus, sehingga ia melihat proses semiosis dalam kerangka logika. Tiga dimensi tanda tersebut dikombinasikan dengan tanda lain sehingga menghasilkan 27 kategori tanda. Sepuluh tanda di antaranya yang penting dan sangat realistis. Kesepuluh kategori tanda tersebut dapat diklasifikasikan berdasarkan konsep tiga pandangan Peirce tentang realitas 1) potensialitas (*firstness*), 2) aktualitas (*secondness*), 3) regulasi (*thirdness*). Kemudian, kesepuluh tanda tersebut dibagi dua kelompok keterkaitan berdasarkan 1) kemungkinan (hipotesis/aduksi), 2) nonaduksi yaitu keterkaitan secara induktif dan deduktif. Colapietro dalam Christomy (131) menyebutkan, *deduksi* "menyepakati" bahwa sesuatu adalah kasus yang *seharusnya*; *induksi* "menunjukkan" bahwa sesuatu itu *kenyataannya demikian*, dan *aduksi* menggambarkan sesuatu yang *mungkin*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Muslim Designer Community

MDC atau *Muslim Designer Community* adalah sebuah wadah pemersatu desainer muslim untuk lebih aktif bergerak dalam kontribusi kesalehan sosial, saling berbagi ilmu dan memberikan kemanfaatan nyata bagi umat Islam. *Visual Dakwah Movement* adalah salah satu slogan MDC yang menggambarkan model dakwah yang kreatif dengan menampilkan kata-kata maupun gambar yang dikemas rapi dan halus melalui berbagai media dan sarana, yang tidak memberikan stigma kengerian dakwah tetapi mencirikan kelembutan dakwah Islam (Marini 37-38).

MDC dibentuk pada hari Jumat tanggal 4 Oktober 2013, sebuah wadah pemersatu bagi desainer-desainer muslim untuk mengembangkan desain komunikasi visual sebagai media dakwah. MDC didirikan oleh Nur Hadi Ismail bersama Fery Widayoko, Toni Ardan, dan Dwi Sutrisno, mereka prihatin atas minimnya media dakwah yang berbentuk visual. Mereka mendirikan MDC karena memiliki kemampuan dasar desain grafis.

Para anggota MDC mengakui kurang mempunyai penguasaan dalam ceramah karena memang kekurangan mereka terletak di situ, mereka bukan mubalig tapi MDC berharap bisa menjadi penyambung lidah para ulama, dai, ustaz, mubalig dalam menyampaikan dakwah, menjadi pendamping mereka dalam menjelaskan materi-materi dakwah kepada masyarakat. Saling bersinergi melengkapi perjalanan para mubalig yang berdakwah, MDC-lah yang mengisi ruang kosong dalam dakwah yang belum tersentuh dan terkelola dengan maksimal, yakni media desain komunikasi visual. MDC yang memiliki slogan utama "Berdakwah Tak Harus Ceramah" ini berharap bahwa dakwah akan semakin diminati dan mudah dipahami terutama oleh generasi muda (Marini 39).

Visi MDC adalah menjadi wadah pemersatu desainer muslim untuk lebih aktif bergerak dalam kontribusi kesalehan sosial, saling berbagi ilmu dan memberi kemanfaatan nyata yang besar bagi umat Islam. Sedangkan Misinya adalah: 1) Berdakwah kreatif dengan media komunikasi visual, 2) Beramal bersama dalam hal pemberdayaan umat Islam potensial, 3) Membangun kebersamaan dan silaturahmi sesama desainer seluruh Nusantara.

Media Dakwah Visual

Media dakwah adalah peralatan yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada penerima dakwah (Farihah 29). Media dakwah adalah segala sesuatu yang dapat dijadikan alat untuk kegiatan dakwah dalam mencapai tujuan yang telah ditentukan. Media yang digunakan tentunya harus sesuai dengan metode dakwah (disesuaikan dengan kebutuhan), sehingga pesan dakwah dapat tersampaikan dengan rapi dan tepat (Farihah 64).

Perkembangan teknologi yang semakin cepat membuat media dakwah semakin variatif, media yang umum digunakan adalah pengeras suara. Setelah itu berkembang dalam bentuk media cetak seperti tabloid dan majalah, kemudian dalam bentuk video yang disiarkan melalui televisi. Teknologi semakin berkembang mencapai bidang informasi membawa dampak positif terhadap penggunaan internet yang tidak lagi terbatas digunakan oleh orang-orang tertentu namun dapat dinikmati oleh semua lapisan masyarakat. Dengan demikian, media dakwah pun berkembang ke dunia maya, baik dalam bentuk visual maupun audio visual yang tersebar melalui *website* dan media sosial seperti *facebook*, *instagram*, *twitter*, *youtube*, dan lainnya.

Perkembangannya tidak hanya pada media penyebaran dakwahnya, namun kepada konten dan jenis media dakwahnya. Konten dakwah lebih beragam dan masif ketika dibuat dalam bentuk sederhana namun efektif dalam penyampaian pesan. Ghaliyah (41) berpendapat demi keberhasilan dalam berdakwah, bisa menggunakan berbagai media yang tentu harus disesuaikan dengan kondisi masyarakat. Salah satu media yang hingga saat ini efektif digunakan dalam berdakwah adalah seni. Effendy dalam Ghaliyah (41) mengatakan bahwa dakwah dengan menggunakan media kesenian sangat berhasil, karena perasaan yang berperan di dalamnya. Sedangkan menurut Afandi dalam Ghaliyah (41) seni merupakan media yang mempunyai peran yang sangat penting dalam pelaksanaan dakwah Islam, karena media tersebut memiliki daya tarik yang dapat mengesankan hati pendengar maupun penontonnya.

Gazalba (299) berpendapat bahwa seni atau kesenian adalah manifestasi dari budaya manusia yang memenuhi syarat estetika. Inti dari seni adalah usaha menciptakan bentuk-bentuk yang menyenangkan (indah), baik dalam bidang seni sastra, seni musik, seni tari, seni rupa maupun seni drama. Dewi (207) menyatakan bahwa seni membuat perenungan tentang dunia material dan manusia untuk melihat adanya kenyataan lain yang belum pernah dilihat manusia. Seni menjadi dunia medium antara materialisme dan kerohanian yang kekal. Seni adalah sesuatu yang memuat hal-hal yang transendental, sesuatu yang tidak kita kenal sebelumnya, menjadi nyata dan dapat kita pahami. Menurut Rizali (2) sebagai salah satu unsur kebudayaan, seni merupakan fitrah manusia yang dianugerahkan Allah SWT untuk suatu kegiatan yang melibatkan kemampuan kreatif dalam mengungkapkan keindahan, kebenaran dan kebaikan.



Salad (55) menjelaskan bahwa narasi keseimbangan dan keselarasan bentuk seni dalam Islam, sebagaimana yang disyariatkan oleh Al-Quran, bukanlah semata proses kreatif penyeimbangan antara kriteria seni dan kriteria dakwah, tetapi merupakan proses holistikasi antara religiositas, etika dan estetika. Seni dapat dirujuk sebagai kekuatan psikologis yang mampu menembus dinding rohani secara lebih intensif melalui transendensi kode-kode simbolik dan estetik.

Salah satu bidang seni yang kerap digunakan adalah seni visual, media-media dakwah yang dibuat dengan mengimplementasikan keilmuan desain komunikasi visual. Ni'mah (109) berpendapat dakwah komunikasi visual sebagai penggunaan media komunikasi visual sebagai aktivitas yang dilakukan untuk menyampaikan informasi atau pesan yang mengajak agar berpegang teguh dengan pedoman dalam Al-Qur'an dan As-Sunnah. Media komunikasi visual yang digunakan seperti iklan, poster, baliho, komik, cerita bergambar dan lain-lain.

Secara khusus poster dakwah adalah media untuk mengajak berbuat kebajikan dan mencegah kemungkaran melalui kalimat dan ilustrasi yang bernuansa islami, seperti kata-kata, kalimat ataupun gambar yang bersumber pada Al-Qur'an dan hadis. Selain itu juga digunakan kata-kata mutiara atau kalimat hasil pemikiran dari para tokoh intelektual/ilmuwan Islam (Ni'mah 110). Poster dakwah mengandung unsur kreatif, dinamis, dan estetis dengan penggunaan diksi dan gaya bahasa yang bernuansa dakwah Islam (Zuafa 31).

Penelitian telah menunjukkan bahwa memanipulasi bahasa verbal hanya salah satu cara untuk menyampaikan informasi karena responden juga bergantung pada bahasa visual seperti verbal, simbolik, numerik dan grafis untuk menentukan makna (Redline and Dillman). Bahasa nonverbal termasuk bahasa grafis (ukuran *font*, warna, kecerahan, spasi, dll.), bahasa numerik (penggunaan angka untuk menyarankan urutan), dan/atau bahasa simbolik (yaitu penggunaan simbol yang ditentukan secara budaya seperti panah untuk mengarahkan pergerakan melalui pertanyaan). Bahasa nonverbal digunakan bersama dengan bahasa verbal untuk mengkomunikasikan makna tertentu (Smith et al. 8).

Banner Dakwah Ramadhan (BANDARA) 1441

Ramadan merupakan salah satu bulan dalam kalender Hijriah yang paling dinantikan oleh umat Islam di seluruh dunia. Ramadan adalah bulan yang memiliki banyak kemuliaan, keutamaan dan manfaat bagi umat Islam khususnya. Di bulan Ramadan, ada satu amalan yang wajib dilaksanakan oleh umat Islam yang beriman yaitu puasa satu bulan penuh. Al-Quran sebagai kitab suci umat Islam diturunkan melalui Nabi Muhammad Saw diturunkan pada bulan Ramadan, pada bulan ini juga seluruh amal kebaikan yang dilakukan mendapatkan ganjaran dan balasan berupa pahala yang berkali-kali lipat. Seluruh kemuliaan tersebut adalah sebagai bentuk motivasi kepada umat Islam agar semangat melaksanakan aktivitas *ibadah*, *muamalah* dan kebaikan lainnya. Dengan demikian, di bulan ini seluruh umat Islam berlomba-lomba dalam melaksanakan amal kebaikan, tujuannya adalah untuk meningkatkan ketaatan kepada Sang Pencipta. Sebagaimana yang tercantum dalam surat Al-Baqarah ayat 183: "*Hai orang-orang yang beriman, diwajibkan atas kamu berpuasa sebagaimana diwajibkan atas orang-orang sebelum kamu agar kamu bertakwa.*"

Upaya untuk mengingatkan tentang pentingnya mengoptimalkan ibadah di bulan Ramadan ini tidak hanya dilakukan dalam menyambut kedatangannya, namun

saat memasuki bulan Ramadan pun terus dilakukan. Misalnya adalah ceramah-ceramah yang dilakukan saat selesai salat *Tarawih* (salat malam yang dilakukan pada bulan Ramadan) dan setelah salat subuh berjamaah di masjid/musala. Upaya ini juga dilakukan oleh guru-guru agama di sekolah dari tingkat SD sampai SLTA, dengan menugaskan para peserta didik mereka mengisi buku kegiatan ibadah di bulan suci Ramadan. Mereka diminta untuk rutin mengikuti kegiatan ibadah di masjid/musala dan mendengarkan ceramahnya, lalu sebagai tanda buktinya mereka meminta tanda tangan imam salat dan atau penceramahnya.

Umat Islam akan senantiasa berlomba-lomba dalam amal kebaikan pada bulan Ramadan, berbagai macam cara dilakukan mulai dari memperbanyak amal ibadah baik yang wajib maupun sunah, memperbanyak sedekah, dan amalan kebajikan lainnya. Saling menasihati pun akan dilakukan agar tidak melewatkan bulan Ramadan dengan cuma-cuma tanpa melakukan proses perbaikan diri menjadi seorang Muslim yang lebih baik lagi. Beragam cara dilakukan untuk saling mengingatkan dalam kebaikan, sebagai upaya untuk saling tolong menolong dalam ketaatan.

Muslim Designer Community (MDC) melakukan upaya itu dengan membuat media dakwah visual yang berisi pesan untuk mengingatkan keutamaan-keutamaan Ramadan dan mengoptimalkannya dengan menjalankan aktivitas ibadah secara ikhlas, sabar dan semangat. Program ini diberi nama dengan "*Banner* Dakwah Ramadhan (BANDARA)," karena ini dibuat khusus edisi Ramadan mereka menggunakan kalender Hijriah dalam penamaannya. *Banner* adalah poster dalam ukuran yang besar, memiliki elemen desain dan karakteristik yang sama dengan poster. Program ini mulai berlangsung sejak tahun 2016 yaitu BANDARA 1437, sampai sekarang BANDARA 1441. *Banner* ini adalah media visual yang dikhususkan untuk dicetak dan dipasang pada tempat-tempat strategis sebagai pengingat akan keutamaan bulan Ramadan, seperti masjid, musala, majelis taklim, atau bahkan di jalan-jalan sekitar perumahan.

BANDARA adalah program donasi untuk MDC, tim MDC membuat desain *banner* dengan tema Ramadan, lalu siapa pun bisa berdonasi ke MDC untuk bisa mendapatkan desain-desain tersebut. Siapa pun bisa berdonasi dengan ketentuan tidak melakukan komersialisasi terhadap desain yang telah dibuat, atau komersialisasi *banner* dalam bentuk cetaknya. Donasi ini digunakan untuk program amal yang dilakukan oleh Tim MDC, seperti misalnya bingkisan Ramadan untuk fakir miskin dan yatim piatu.

Pada pembahasan kali ini, penulis akan fokus pada BANDARA 1441, poster yang dibuat khusus bulan Ramadan tahun 1441 Hijriah/2020 Masehi. BANDARA 1441 dibuat sepuluh jenis desain, dengan lima desain sama persis hanya dibedakan warnanya, memiliki ukuran 80 x 150 cm. Media ini untuk dicetak dengan menggunakan bahan pilihan masing-masing disesuaikan dengan selera dan anggaran. Namun, jika hasilnya ingin optimal bisa menggunakan teknik cetak *indoor* dengan bahan albatros atau *photo paper*.

BANDARA memiliki struktur desain yang sama dengan poster, sebagai sebuah karya desain komunikasi visual maka disusun atas beberapa elemen pembentuknya. Elemen desain adalah hal dasar yang bisa dilihat, ada titik, garis, bentuk, warna, *white space*, tekstur, dan tipografi (Hass "Visual Elements – Basic Things That Can Be Seen" 44-52; Rosli 305). Penerapannya dalam karya desain *banner*, elemen desain terdiri atas visual, teks dan mandatori. BANDARA 1441 terdiri atas struktur desain dalam tabel berikut (lihat Tabel 2):

Tabel 2. Struktur Visual Poster Dakwah Digital

No	Elemen Desain	Deskripsi
Visual		
1	Imaji	Imaji berupa ilustrasi dalam bentuk vektor, dibuat dengan gaya komik. Karakter yang menggambarkan manusia dibuat dengan gaya <i>flat design</i> dan <i>faceless</i> , tidak menggambarkan organ tubuh bagian wajah seperti mata, hidung, mulut.
2	<i>Shape and Form</i>	Difungsikan sebagai latar belakang <i>banner</i> yang penuh warna.
3	Warna	Semua warna latar belakang dibuat dengan gradasi, untuk lainnya disesuaikan dengan kontras warna antara imaji, teks dan latar belakang.
Teks		
1	<i>Headline</i>	Pesan utama yang ingin disampaikan dalam <i>banner</i> , merupakan intisari dari ayat Al-Quran atau Hadits tentang kemuliaan ibadah di bulan Ramadan.
2	<i>Subheadline</i>	Kalimat pendukung untuk menambah penjelasan tentang <i>headline</i> , sehingga dapat lebih mudah memahami pesan.
Mandatori		
1	Logo produk	Logo BANDARA 1441 dan teks Muslim Designer Community, sebagai identitas produk.
2	Logo MDC	Sebagai identitas pemilik program atau produk, logo MDC yang merupakan akronim dari <i>Muslim Designer Comunity</i>
3	Logo gobaqsodor design	Identitas kreator atau desainer BANDARA 1441, gobaqsodor design adalah studio desain yang dimiliki oleh Nur Hadi Ismail selaku pimpinan dari MDC.

Simbol karakter terutama merujuk pada simbol visual dengan bahasa sebagai konten utama. Mereka memiliki kemampuan ekspresif yang kuat. Mereka dapat mengekspresikan konten yang akan disampaikan secara langsung, menyampaikan niat desainer dan berbagai informasi kepada publik, dan memberi orang perasaan visual yang jelas. Kata-kata yang tepat dalam karya desain sering memainkan peran kunci dalam menambahkan sentuhan yang menghidupkan karya seni. Simbol gambar dapat berupa grafik abstrak atau gambar konkret, kaya dan beragam. Perancang Jerman Horgo Matisse pernah berkata, "Poster yang baik harus diucapkan dalam bahasa grafis daripada dalam anotasi teks." Matisse dengan jelas menunjukkan bahwa kunci dari desain poster adalah menggunakan grafik yang jelas untuk menarik perhatian orang (Zhang 1621-1622).

Hirarki dalam komposisi disampaikan secara visual melalui variasi dari semua elemen - ukuran, warna, penempatan, *value*, dan sebagainya. Hirarki tipografi sangat penting dalam desain. *Bodytext* dibuat lebih komprehensif dengan memaksakan ketertiban melalui sistem *headline* dan *bodytext*. Tipografi bertindak sebagai suara nada untuk yang melihat, dan harus membuat variasi nada, nada, dan melodi yang jelas. Hierarki biasanya dibuat menggunakan kesamaan dan kontras. Elemen serupa memiliki kesetaraan dalam hierarki tipografi. Peran yang dominan dan subordinat

ditugaskan ke elemen ketika ada cukup kontras di antara mereka. Semakin besar dan semakin gelap suatu elemen, semakin penting elemen itu. Elemen-elemen yang jatuh di antara keduanya diberi peringkat sesuai dengan ukuran dan posisi (Hass "Compositional Principles – Strategies for Arranging Things Better" 55-56).

Secara umum elemen desain penulis identifikasi pada Tabel 2, namun tidak semua elemen desain dikenai analisis. Kendati karya visual adalah satu kesatuan yang utuh, namun tidak semua elemen mengandung makna pembentuk pesan. Ada elemen utama sebagai pembentuk pesan, namun ada elemen pendukung yang berfungsi sebagai penambah nilai estetis pada media visual. Oleh karena itu, analisis dilakukan hanya pada elemen utama pembentuk makna dalam BANDARA yaitu *headline* dan imaji. Kaplan dalam Damono (28) menyatakan setiap seni ada unsur menonjol yang menguasai unsur lainnya, tetapi dalam seni populer yang mendapat perhatian satu-satunya adalah unsur yang menonjol itu saja. Dalam karya seni segala unsur yang ada itu penting dalam sumbangannya terhadap substansi estetis, tetapi dalam karya seni populer hanya unsur tertentu saja yang dipergunakan sebagai pendukung makna, sedang unsur lain sama sekali dibiarkan tanpa peran.

Setiap karya memiliki pesan, dan setiap pesan memiliki makna. Konstruksi pemaknaan pada BANDARA coba penulis bangun dengan menggunakan teknik semiosis yang dikenalkan oleh Charles Sanders Peirce. Hal pertama yang dilakukan adalah melakukan identifikasi elemen utama pembentuk makna pesan pada BANDARA, kemudian dilakukan analisis dengan menggunakan relasi antar elemen tersebut.

Pada gambar 2 berikut ini, elemen utamanya adalah *headline* yang bertuliskan “Fisik Optimal Puasa Lancar Ibadah Maksimal” dengan imaji utamanya adalah seorang laki-laki atau perempuan yang sedang memanah.



Gambar 2. Fisik Optimal Puasa Lancar Ibadah Maksimal
Sumber: Muslim Designer Community, 2020

Seorang Muslim tidak ingin melewatkan keutamaan ibadah begitu saja, semuanya ingin memaksimalkan ibadahnya selama Ramadan, baik di siang hari maupun malam hari. Malamnya dihabiskan dengan memperbanyak salat pada sepertiga malam terakhir, siangnya harus bekerja menafkahi keluarga atau menjalankan aktivitas ibadah lainnya. Rutinitas seperti ini diibaratkan laksana rahib di malam hari dan penunggang kuda di siang hari, sebagaimana dinisbatkan kepada para sahabat Nabi Muhammad yang sangat menjaga amalan ibadahnya. Kalau fisiknya kuat, maka ibadah di bulan Ramadan dapat dijalankan secara maksimal.

Fisik yang fit juga penting dalam menjalankan ibadah puasa sebulan penuh selama bulan Ramadan yang merupakan kewajiban bagi seluruh umat Islam dan salah satu dalam rukun Islam. Fisik yang lemah tidak akan dapat menjalankan ibadah secara maksimal, atau bahkan mungkin sakit yang menyebabkan dirinya tidak dapat menjalankan ibadah puasa dan yang lainnya. Orang sakit mendapatkan keringanan untuk tidak berpuasa, tercantum dalam surat Al-Baqarah ayat 184:

“...Maka barangsiapa diantara kamu ada yang sakit atau dalam perjalanan (lalu ia berbuka), maka (wajiblah baginya berpuasa) sebanyak hari yang ditinggalkan itu pada hari-hari yang lain..”

Olahraga merupakan rutinitas penting bagi setiap orang agar kondisi kesehatan tubuhnya dapat selalu fit, terutama bagi orang yang beriman memiliki keutamaan jika memiliki tubuh yang sehat dan kuat. Sebagaimana hadits nabi Muhammad Saw:

“...Mukmin yang kuat lebih baik dan lebih dicintai Allâh Azza wa Jalla daripada Mukmin yang lemah; dan pada keduanya ada kebaikan. Bersungguh-sungguhlah untuk mendapatkan apa yang bermanfaat bagimu dan mintalah pertolongan kepada Allâh (dalam segala urusanmu) serta janganlah sekali-kali engkau merasa lemah....”

Terdapat banyak jenis olahraga yang dapat kita jalankan secara rutin, namun dari sekian banyak jenis olahraga yang ada, Nabi Muhammad Saw menganjurkan untuk olahraga memanah, berkuda dan berenang. Hal ini sesuai dengan sabda beliau yaitu:

“setiap hal yang tidak ada dzikir kepada Allah adalah lahwun (kesia-siaan) dan permainan belaka, kecuali empat: candaan suami kepada istrinya, seorang lelaki yang melatih kudanya, latihan memanah, dan mengajarkan renang.” Oleh karena memanah sangat dianjurkan, olahraga tersebut dijadikan sebagai imaji utama media ini.

Gambar 3 mencantumkan elemen utama *headline* “Ramadhan Bulannya Al-Qur’an Perbanyak Tilawah dan Amalan Sunnah,” dengan ilustrasi seorang laki-laki yang sedang duduk dan seolah sedang membaca Al-Qur’an. Desainer coba menggambarkan tentang kaitan yang sangat erat antara Ramadan dan Al-Qur’an dengan membuat *headline* seperti itu. Diperkuat dengan ilustrasi laki-laki yang sedang membaca Al-Qur’an.

Ramadan adalah bulan diturunkannya Al-Qur’an Ramadan sebagaimana dijelaskan dalam surat Al-Baqarah ayat 185:

(Beberapa hari yang ditentukan itu ialah) bulan Ramadan, bulan yang di dalamnya diturunkan (permulaan) Al-Qur’an sebagai petunjuk bagi manusia dan

penjelasan-penjelasan mengenai petunjuk itu dan pembeda (antara yang hak dan yang batil)”

Tilawah (membaca) Al-Qur'an harus mendapatkan waktu khusus selama bulan Ramadan, karena banyak keutamaannya apalagi di bulan Ramadan. Membaca Al-Qur'an bahkan mengkhatakannya selama bulan Ramadan merupakan salah satu amalan sunah di bulan Ramadan. Banyak hadits nabi muhammad saw yang membahas tentang keutamaan membaca Al-Qur'an, di antaranya adalah:

“Nabi SAW adalah orang yang paling dermawan, dan beliau lebih dermawan pada bulan Ramadan, saat beliau ditemui Jibril untuk membacakan kepadanya Alquran. Jibril menemui setiap malam pada bulan Ramadan, lalu membacakan kepadanya Alquran. Rasulullah SAW ketika ditemui Jibril lebih dermawan dalam kebaikan daripada angin yang berembus.” (HR Bukhari & Muslim).



Gambar 3. Ramadhan Bulannya Al-Qur'an Perbanyak Tilawah dan Amalan Sunah
Sumber: Muslim Designer Community, 2020

Elemen utama pada Gambar 4 adalah *headline* “Tak ada kata merugi bagi orang yang suka memberi. Amalan di bulan suci pahala berlipat dan dosa diampuni,” dengan ilustrasi seorang laki-laki yang sedang memberikan beras kepada pria yang lain.

Bulan Ramadan tidak hanya menempa seorang Muslim untuk lebih taat kepada Sang *Khaliq* dan tapi Ramadan juga melatih untuk meningkatkan *kesalehan* sosial dengan memperbanyak sedekah di bulan ini. Sebagaimana hadits Nabi Muhammad saw berikut:

“Sesungguhnya di surga terdapat ruangan-ruangan yang bagian luarnya dapat dilihat dari dalam dan bagian dalamnya dapat dilihat dari luar. Allah menganugerahkannya kepada orang yang berkata baik, bersedekah makanan, berpuasa, dan salat dikala kebanyakan manusia tidur.” (HR. At Tirmidzi)

“Orang yang memberikan hidangan berbuka puasa kepada orang lain yang berpuasa, ia akan mendapatkan pahala orang tersebut tanpa sedikitpun mengurangi pahalanya.” (HR. At Tirmidzi)

Bahkan ada satu kewajiban yang harus ditunaikan di bulan Ramadhan yaitu membayar zakat fitrah.

“Rasulullah SAW mewajibkan zakat fitrah satu sha’ kurma atau satu sha’ gandum atas umat muslim; baik hamba sahaya maupun merdeka, laki-laki maupun perempuan, kecil maupun besar. Beliau saw memerintahkannya dilaksanakan sebelum orang-orang keluar untuk salat Idul Fitri.” (HR Bukhari Muslim)

Ilustrasi menggambarkan seseorang yang sedang memberikan beras, ini adalah penggambaran tentang zakat fitrah yang wajib dilaksanakan oleh setiap Muslim tanpa terkecuali. Beras adalah makanan pokok orang Indonesia, karena zakat fitrah membayarkan sesuatu yang menjadi makanan pokok sesuai dengan takaran yang sudah ditentukan oleh pihak yang berwenang.



Gambar 4. Fisik Optimal Puasa Lancar Ibadah Maksimal
Sumber: Muslim Designer Community, 2020

Gambar 5 mencantumkan elemen utama *headline* “Ramadhan ceria bersama keluarga berlomba meraih pahala dan mengharap ridha-Nya,” dengan ilustrasi satu keluarga lengkap orang tua, satu anak laki-laki dan satu perempuan.

Keluarga seharusnya menjadi prioritas utama dalam segala aktivitas yang dilakukan, terutama kegiatan yang berkaitan dengan ibadah. Keluarga adalah tempat membentuk karakter setiap anggota keluarga dan sebagai tempat peletakkan dasar-dasar kepribadian bagi anak-anak.

Ramadan 1441 tidak seperti tahun-tahun sebelumnya, tahun ini menjalankan aktivitas Ramadan di tengah pandemic Covid-19 sehingga semua kegiatan menjadi terbatas. Ditetapkannya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) menghentikan sementara kegiatan apa pun yang mengumpulkan orang banyak termasuk kegiatan beribadah. Dengan demikian, umat Muslim dianjurkan untuk menjalankan aktivitas ibadah Ramadan sepenuhnya di rumah seperti salat wajib, salat Tarawih, tilawah Al-Qur'an dan lain sebagainya.

Momen ini menjadi penting untuk kembali mempererat ikatan kekeluargaan, karena semuanya dilakukan bersama keluarga. Seorang Ayah mau tidak mau harus menjadi imam salat wajib dan tarawih bagi keluarganya. Mengkhatamkan Al-Qur'an yang biasanya berlomba dengan teman-teman di luar, saat PSBB bisa berlomba dengan sesama anggota keluarga. Bahkan berbuka puasa yang biasanya sulit untuk bersama keluarga, kondisi ini membuat semuanya berbuka puasa bersama keluarga setiap hari.



Gambar 5. Ramadhan ceria bersama keluarga berlomba meraih pahala dan mengharap ridha-Nya

Sumber: Muslim Designer Community, 2020

Elemen utama pada Gambar 6 adalah *headline* "Ramadhan Mubarak Perbanyak amalan sunnah supaya waktu berfaedah dan full barakah," dengan ilustrasi seorang laki-laki yang sedang membaca Al-Qur'an dan satu laki-laki sedang salat.

Ramadan adalah bulan yang penuh dengan keberkahan, ampunan dan limpahan Rahmat dari Allah Swt. Saat Ramadan semua amalan kebaikan dilipatgandakan ganjarannya. Oleh karena itu saat Ramadan, umat Islam diminta memperbanyak amalan sunah, di antaranya membaca Al-Qur'an, makan sahur, berbuka dengan makanan yang manis, sedekah, memberi makan orang untuk berbuka puasa, salat tarawih, itikaf, dan banyak lagi amalan sunah lainnya.

Ilustrasi digambarkan oleh amalan utama di bulan Ramadhan yaitu membaca Al-Qur'an dan salat. Ada satu amalan salat yang hanya ada saat bulan Ramadhan yaitu salat Tarawih. Ilustrasi ini mencoba memperkuat teks tentang amalan-amalan sunah pada bulan Ramadhan.



Gambar 6. Ramadhan Mubarak Perbanyak amalan sunnah supaya waktu berfaedah dan full barakah

Sumber: Muslim Designer Community, 2020

Headline pada semua BANDARA merupakan amalan-amalan utama dan sunah yang dianjurkan untuk dikerjakan oleh setiap Muslim, setiap amalan memiliki ganjarannya masing-masing. Jika mengacu pada proses semiosis Peirce, *headline* merupakan bentuk proposisi yang perlu dicari tahu kebenarannya. Dengan demikian, perlu dikroscek dengan ayat-ayat Al-Qur'an dan Hadits yang dijadikan referensi dalam membuat penyederhanaan kalimat menjadi *headline* BANDARA. Ilustrasi juga sebagai mendukung konten pesan yang disampaikan pada *headline*. Ilustrasi berupa proposisi dalam bentuk indeksikal.

Headline dan ilustrasi mengarahkan audiens untuk mencari tahu lebih dalam tentang konten yang dibahas pada BANDARA. Dengan demikian, membuat orang buka internet atau bahkan langsung cek Al-Qur'an dan kitab Hadits untuk mencari referensi tema tersebut. Ketika dipahami lebih dalam, maka motivasi untuk mengamalkannya akan meningkat. Dengan demikian, amalan ibadah Ramadan-nya menjadi lebih maksimal karena lebih memahami keutamaan dan manfaatnya. Tujuan pembentukan karakter umat Islam yang takwa (taat) akan semakin mudah jika setiap insan dapat memahami dengan baik amal dan keutamaan ibadah di bulan Ramadhan. Peran selanjutnya dikembalikan ke pribadi masing-masing untuk konsisten menjalankannya dan mengulanginya di setiap kesempatan Ramadan.

Pola pembuatan *headline* dan ilustrasi yang seperti ini merupakan pola induksi dari kategori semiosis Peirce. Relasi antar elemen utama pembentuk pesan menggunakan pola proposisi → indeksikal → *legisign*. Proposisi yang dibentuk oleh tanda visual yang mengacu pada objeknya secara indeksikal. Relasi seperti itu membangun makna yang menunjukkan bahwa “kenyataannya memang demikian.”

SIMPULAN

Elemen-elemen desain pada *Banner Dakwah Ramadhan (BANDARA)*, baik elemen utama sebagai pembentuk makna maupun elemen pendukung sebagai penambah nilai estetis membuat pesan yang disampaikan dapat dengan mudah diterima oleh audiens atau umat Islam, dibantu dengan ilustrasi untuk mengarahkan dan menyimpan memori pesan. Dengan demikian, memiliki dampak yang positif bagi umat Islam karena dinilai efektif dalam menyampaikan pesannya, teks dan ilustrasi sangat jelas dan mudah dipahami, sehingga tidak perlu interpretasi terlalu dalam untuk memahami isi pesan yang disampaikan oleh BANDARA.

Nilai-nilai takwa direpresentasikan dalam elemen desain sebagai pembentuk konten pesan pada BANDARA, sehingga umat Islam menjadi lebih cerdas dalam memahami agama dan lebih semangat dalam mencapai derajat takwa yang tinggi. Takwa merupakan tujuan akhir dari seluruh amalan ibadah pada bulan Ramadan. BANDARA tidak hanya menyajikan konten agar umat Islam menjadi saleh secara vertikal dengan Sang Khaliq, namun juga saleh secara sosial kepada sesama manusia.

DAFTAR PUSTAKA

- "Kbbi Daring". Badan Pengembangan Bahasa dan Perbukuan, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, 2016, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/Cari/Index>.
- Bachtiar, Wardi. *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*. Logos, 1997.
- Christomy, Tommy. "Peircean Dan Kajian Budaya." *Semiotika Budaya*, edited by Tommy Christomy and Untung Yuwono, Pusat Penelitian Kemasyarakatan dan Budaya Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya Universitas Indonesia, 2010.
- Damono, Sapardi Djoko. *Kebudayaan (Populer)(Di Sekitar) Kita*. Editum, 2013.
- Danesi, Marcel. *Pesan, Tanda, Dan Makna: Buku Teks Dasar Mengenai Semiotika Dan Teori Komunikasi*. translated by Evi Setyarini and Lusi Lian Piantari, Jalasutra, 2012.
- Dewi, Ernita. "Seni Dan Pendekatan Diri Kepada Tuhan." *SUBSTANTIA : Jurnal Ilmu-ilmu Ushuluddin dan Filsafat*, vol. 12, no. 1, 2010, pp. 205-223, doi:10.22373/substantia.v12i1.3787.
- Erlil, Astrid. "Travelling Memory." *Parallax*, vol. 17, no. 4, 2011, pp. 4-18, doi:10.1080/13534645.2011.605570.



- Fariyah, Irzum. "Media Dakwah Pop." *AT-TABSYIR; Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, vol. 1, no. 2, 2013, pp. 25-45, <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/432>.
- Gazalba, Sidi. *Asas Kebudayaan Islam: Pembahasan Ilmu Dan Filsafat Tentang Ijtihad, Fiqh, Akhlak, Bidang-Bidang Kebudayaan, Masyarakat Dan Agama*. Bulan Bintang, 1978.
- Ghaliyah, Bunga Dessri Nur. "Dakwah Melalui Tembang Sunda Cianjuran." *Dewa Ruci: Jurnal Pengkajian dan Penciptaan Seni*, vol. 12, no. 2, 2017, pp. 40-50, doi:10.33153/dewaruci.v12i2.2519.
- Habermas, Jürgen. *Ruang Publik, Sebuah Kajian Tentang Kategori Masyarakat Borjuis* translated by Yudi Santoso, Kreasi Wacana, 2012.
- Hardiman, F. Budhi. *Demokrasi Deliberatif: Menimbang Negara Hukum Dan Ruang Publik Dalam Teori Diskursus Jürgen Habermas*. Penerbit Kanisius, 2009.
- Hass, Alex. "Compositional Principles — Strategies for Arranging Things Better." *Graphic Design and Print Production Fundamentals*, edited by Wayne Collins et al., BCcampus, 2015, pp. 60-73. <https://opentextbc.ca/graphicdesign/>.
- . "Visual Elements — Basic Things That Can Be Seen." *Graphic Design and Print Production Fundamentals*, edited by Wayne Collins et al., BCcampus, 2015, pp. 44-59. <https://opentextbc.ca/graphicdesign/>.
- Marini, Vanny Rosa. "Strategi Muslim Designer Community (Mdc) Dalam Mengembangkan Desain Komunikasi Visual Sebagai Media Dakwah." *Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi*, vol. Undergraduate (S1), Thesis, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2017.
- Ni'mah, Nilnan. "Dakwah Komunikasi Visual." *Islamic Communication Journal*, vol. 1, no. 1, 2016, <http://dx.doi.org/10.21580/icj.2016.1.1.1241>.
- Nöth, Winfried. *Handbook of Semiotics*. Indiana University Press, 1990.
- Redline, Cleo D and Don A Dillman. "The Influence of Alternative Visual Designs on Respondents' Performances with Branching Instructions in Self-Administered Questionnaires." *Chapter One in Survey Nonresponse*, edited by Robert M. Grove et al., Wiley, 2002, pp. 179-196.
- Rizali, Nanang. "Kedudukan Seni Dalam Islam." *Tsaqafa-Jurnal Kajian Seni Budaya Islam*, vol. 1, no. 1, 2012, pp. 1-8.
- Rosli, Hafizah. "The Element of Poster Design: Content Visual Analysis of Malaysian's Health Campaign Poster." *International Journal of Multidisciplinary Thought*, vol. 07, no. 03, 2018, pp. 305-316.
- Salad, Hamdy. *Agama Seni: Refleksi Teologis Dalam Ruang Estetik*. Yayasan Semesta, 2000.
- Smith, Kenneth L et al. *Handbook of Visual Communication: Theory, Methods, and Media*. Routledge, 2004.
- Wardani, Winny Gunarti Widya and Ahmad Faiz Muntazori. "Islamic Memes as Media

of Da'wah for Millennials Generations: Analysis of Visual Language on Islamic Memes with Illustration Style." *Cultural Syndrome*, vol. 1, no. 1, 2019, pp. 61-78, doi:10.30998/cs.v1i1.16.

Zhang, Liqun. "The Visual Elements in Film Poster Design Based on Photoshop." *Advances in Intelligent Systems and Computing*, edited by Mohammed Atiquzzaman et al., vol. 1117, Springer 2020, pp. 1620-1625.

Zoest, Art Van. *Semiotika: Tentang Tanda, Cara Kerjanya Dan Apa Yang Kita Lakukan Dengannya*. translated by Ani Soekowati, Yayasan Sumber Agung, 1993.

Zuafa, Nurma. "Karya Desain Grafis Sebagai Materi Dakwah (Studi Tentang Produk Desain Grafis Dan Materi Dakwah Dalam Grup "Muslim Designer Community" Di Facebook)." *Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi*, vol. Undergraduate (S1), Thesis, Universitas Islam Negeri Walisongo, 2016.

