

Dominasi Judul dalam Struktur Poster Dakwah Muslim Designer Community

Ahmad Faiz Muntazori^{1*}, Bambang Sunarto², Tommy Christomy³
{faiz.muntazori@gmail.com}

Institut Seni Indonesia Surakarta, Surakarta, Indonesia^{1,2}
Universitas Indonesia, Depok, Indonesia³

Abstrak. Modalitas dakwah visual mencontohkan penerapan praktis prinsip-prinsip agama melalui ekspresi artistik yang terletak di dalam domain publik, yang bertujuan untuk menyebarkan nilai-nilai Islam dalam skala yang lebih luas. Poster menjadi media dakwah visual yang lebih banyak dibuat dan tingkat keragamannya tinggi. Muslim Designer Community (MDC) adalah sebuah wadah yang menyatukan desainer muslim yang secara aktif melakukan kegiatan dakwah melalui media visual, terutama poster. Fokus penelitian ini adalah konstruksi poster dakwah, dengan membongkar dan mengidentifikasi setiap elemennya. Tujuannya adalah untuk menemukan elemen desain yang paling penting dalam membangun konstruksi pemaknaan poster. Semiotika Roland Barthes digunakan untuk melakukan analisis, yaitu mengungkap penanda visual dalam poster dakwah. Hasilnya adalah judul memiliki peran dominan dalam menyampaikan pesan pada poster dakwah. Implementasi keilmuan desain komunikasi visual ke dalam ajaran Islam dapat menghasilkan media dakwah yang massif dan dapat menjangkau ke seluruh lapisan umat Islam.

Kata kunci: Poster Dakwah; *Muslim Designer Community*; Konten Dakwah; Semiotika Visual; Budaya Visual

Abstract. *The visual da'wah modality exemplifies the practical application of religious principles through artistic expression located within the public domain, aiming to spread Islamic values on a broader scale. Posters are the more widely created and highly diverse visual da'wah medium. Muslim Designer Community (MDC) is a forum that brings together Muslim designers who actively conduct da'wah activities through visual media, especially posters. The focus of this research is the construction of da'wah posters, by unpacking and identifying each of its elements. The goal is to find the most important design elements in constructing the meaning of the poster. Roland Barthes' semiotics is used to conduct the analysis, which reveals the visual markers in the da'wah poster. The result is that the title has a dominant role in conveying the message on the da'wah poster. The implementation of visual communication design science into Islamic teachings can produce massive da'wah media and can reach all levels of Muslims.*

Keywords: *Da'wah Poster; Muslim Designer Community; Da'wah Content; Visual Semiotics; Visual Culture*

1 Pendahuluan

Perkembangan internet yang begitu cepat mengubah perilaku masyarakat urban dalam menjalankan kehidupan religiusitasnya. Salah satu yang dilakukan adalah dengan menyebarkan konten dakwah Islam pada media sosial, dalam bentuk teks, visual bahkan audio visual. Teks dan audio visual dapat menyampaikan pesan secara detil, tapi media visual dengan keterbatasannya hanya dapat menyampaikan pesan dakwah secara singkat, padat dan jelas [1, 2].

Pemanfaatan media visual untuk tujuan menyebarkan pesan agama mewakili paradigma baru dalam berdakwah, di mana individu yang dilengkapi dengan kompetensi dan kemampuan desain grafis dapat terlibat dalam praktik ini. Dakwah tidak lagi secara eksklusif dimonopoli oleh otoritas

agama dan kerangka keagamaan institusional; sebaliknya, setiap individu mampu melakukan kegiatan dakwah dengan cara yang mencerminkan interpretasi pribadi mereka, terlepas dari kualifikasi agama formal mereka. Pendekatan memanfaatkan media visual untuk dakwah merupakan metode khusus yang saat ini dianut oleh banyak aktivis Muslim yang memiliki keahlian dalam desain dan berbagai bentuk seni visual.

Proses artistik dalam perspektif agama, memiliki esensi dan substansi intrinsik yang terkait erat dengan konsep evolusi moral, pencarian kesalehan individu dan komunal, serta cita-cita pencerahan dan pembangunan bangsa. Prinsip-prinsip kemuliaan, karakter, ikonografi agama, dan bentuk-bentuk estetika alternatifnya dapat ditransposisikan secara inovatif ke dalam bidang otonomi pribadi serta domain publik dan negara. Praktik agama mencapai tingkat kebebasan yang lebih besar untuk dipahami dan dialami sebagai pencerahan rasionalitas manusia yang melampaui kerangka kelembagaan, tindakan ibadah, praktik ritual, perayaan sakramen, dan acara seremonial [3]. Melalui media seni, individu lebih cenderung mengasimilasi dan mempertahankan informasi yang disajikan dalam dakwah yang disampaikan, sehingga memotivasi masyarakat untuk menerapkan prinsip-prinsip yang diartikulasikan di dalamnya [4].

Modalitas dakwah visual mencontohkan penerapan praktis prinsip-prinsip agama melalui ekspresi artistik yang terletak di dalam domain publik, yang bertujuan untuk menyebarkan nilai-nilai Islam dalam skala yang lebih luas. Media visual dianggap manjur dalam mengkomunikasikan pesan dakwah, karena manusia secara inheren cenderung lebih mudah menyimpan informasi yang disajikan secara visual melalui representasi simbolis. Diperkuat oleh Cassirer [5] yang mencirikan umat manusia sebagai entitas simbolis, kapasitas dan aktivitas yang melekat dari individu untuk menciptakan simbol universal dimanifestasikan melalui beragam 'bentuk simbolik', termasuk seni, agama, hukum, politik, dan ekonomi.

Kehadiran Islam di ruang publik untuk mengkomunikasikan dan menegosiasikan berbagai ide dan kepentingan, termasuk kepentingan keagamaan. Kemampuan menyebarluaskan nilai-nilai, ajaran-ajaran, dan simbol-simbol Islam di tengah masyarakat melalui pemanfaatan ruang publik, yakni ruang atau arena nyata dan maya yang digunakan bersama oleh seluruh warga masyarakat [6]. Ekspresi dan wacana Islam di ruang publik mencakup dimensi politik di mana berbagai kekuatan sosial berusaha untuk secara terbuka mengekspresikan kepentingan mereka terhadap negara [7].

Penggunaan media visual justru semakin meningkat dengan berbagai jenisnya seperti komik, ilustrasi, cerita bergambar, infografis dan poster. Poster menjadi media dakwah visual yang lebih banyak dibuat dan tingkat keragamannya tinggi. Hal ini bisa disebabkan karena pengerjaannya yang lebih mudah dan sederhana jika dibandingkan dengan media lain.

Poster dakwah merupakan media yang berisi kalimat dan gambar bernuansa Islami [8]. Heriadi and Hidayat [9] menyatakan bahwa dakwah menggunakan poster adalah pilihan, karena poster merupakan karya visual yang bisa menarik perhatian masyarakat. Poster dakwah harus memenuhi lima kriteria desain, di antaranya; 1) tema atau fokus sesuai dengan tujuan dakwah; 2) memiliki daya pengaruh yang kuat; 3) konsisten dengan nilai-nilai dakwah; 4) komposisi objek desain seimbang; 5) tipografi menarik [8, 10].

Salah satu komunitas yang menggunakan poster sebagai media dakwah adalah Muslim Designer Community (MDC). Muslim Designer Community (MDC) adalah sebuah wadah yang menyatukan desainer muslim untuk lebih aktif bergerak dalam upaya kesalehan sosial, berbagi pengetahuan, dan memberikan manfaat nyata bagi umat Islam. Salah satu slogan MDC adalah Visual Dakwah Movement, yang menggambarkan model dakwah kreatif dengan menggunakan kata-kata dan gambar yang dikemas dengan baik melalui berbagai media dan sarana. Ini tidak memberikan stigma kengerian dakwah tetapi mencirikan dakwah Islam yang ramah [11, 12].

MDC menjawab tantangan masyarakat urban dengan cara pendekatan dakwah melalui media visual. Hew [13] menyatakan bahwa dakwah visual memberdayakan generasi muda Muslim yang mengutamakan keterampilan visual dan strategi komunikasi tertentu. Diperkuat oleh Wardani and Muntazori [14] yang mengemukakan bahwa kondisi masyarakat kontemporer yang bergantung pada teknologi visual memungkinkan media dakwah dibuat dalam bentuk media kreatif.

Poster dakwah memerlukan penyebaran yang masif melalui Instagram, karena Instagram dirancang khusus untuk menyajikan gambar dan video. Menurut Fahma and Darwis [15], Instagram memiliki pembeda dengan aplikasi lain. Tiap unggahan selalu melibatkan visualisasi, menyajikan konfigurasi makna tersendiri. Sehingga, pemanfaatannya untuk dakwah membawa dampak yang

baik bagi perkembangan dakwah dan syiar Islam. Nugrahani, et al. [16] menambahkan bahwa gambar ilus-trasi di Instagram telah menjadi teks visual yang merepresentasikan realitas. Dakwah melalui media sosial adalah cara yang strategis.

Fenomena media dakwah dengan menggunakan media visual berupa poster di Instagram merupakan objek penelitian yang menarik untuk dibahas lebih dalam. Implementasi keilmuan desain komunikasi visual dalam konten dakwah Islam. Struktur poster dakwah yang terdiri atas elemen desain dikonstruksi menjadi pesan religi. Prinsip desain juga menjadi perhatian dalam membuat sebuah karya, dan dalam sebuah media visual terdapat satu elemen yang paling dominan dalam penyampaian pesan. Oleh karena itu fokus penelitian ini adalah mengungkap elemen desain paling dominan pada struktur poster dakwah Muslim Designer Community.

2 Metode

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Data disajikan dalam bentuk narasi dan gambar. Data primer diperoleh dari poster dakwah MDC yang diunduh melalui Instagram, sementara data sekunder berasal dari jurnal ilmiah, hasil penelitian, dan buku teks yang secara langsung maupun tidak langsung terkait dengan subjek penelitian. Semiotika Roland Barthes digunakan untuk menganalisis data, yaitu mengungkap penanda visual dari poster dakwah.

Unsur-unsur desain poster dakwah yang meliputi bentuk, tampilan, ukuran, orientasi, tekstur, warna, nilai, dan ruang merupakan penanda visual atau bentuk minimal representasi visual. [17]. Penanda-penanda visual dalam desain poster dakwah membentuk suatu sistem penandaan yang menghasilkan identitas untuk sebuah produk [17].

Piliang [18] menjelaskan bahwa keterkaitan antara penanda dan petanda terbentuk melalui konvensi dan bukan secara alami. Oleh karena itu, sebuah penanda pada dasarnya mengungkapkan berbagai kemungkinan untuk petanda dan arti. Roland Barthes mengembangkan dua tingkat penandaan yang memungkinkan adanya makna yang juga berlapis-lapis. Tingkat denotasi menggambarkan hubungan antara penanda dengan petanda, atau antara penanda dan referensinya pada realitas, yang menghasilkan makna yang jelas, langsung, dan tegas. Tingkat konotasi menggambarkan hubungan antara penanda dan petanda, di mana dapat secara opsional menghasilkan lapisan kedua makna saat penanda terhubung dengan berbagai elemen psikologis, seperti perasaan, emosi, atau keyakinan [18, 19].

3 Hasil dan Pembahasan

3.1 Profil Muslim Designer Community

Muslim Designer Community, juga dikenal sebagai MDC, adalah sebuah wadah yang menyatukan desainer muslim untuk lebih aktif berkontribusi pada kesalehan sosial, berbagi pengetahuan, dan memberikan manfaat nyata bagi umat Islam. Salah satu slogan MDC adalah Visual Dakwah Movement, yang menggambarkan model dakwah yang inovatif dengan menggunakan kata-kata dan gambar yang dikemas dengan baik melalui berbagai media dan sarana, menghilangkan stigma dakwah yang mengerikan dan malah mencirikan dakwah Islam yang ramah [11, 12].

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 [20].

MDC mengakui kelemahan mereka dalam berbicara karena mereka bukan penceramah. Namun, mereka berharap bisa menjadi penghubung antara para ulama, dai, ustaz, dan mubalig dalam menyampaikan dakwah serta membantu mereka menjelaskan isi dakwah kepada masyarakat. Sinergi mendukung perjalanan para mubalig yang berdakwah, dan MDC memenuhi kekosongan dalam dakwah yang belum terjamah dan kurang terkelola dengan baik, yaitu media desain

komunikasi visual. Slogan utama MDC, "Berdakwah Tak Harus Ceramah," berharap dakwah akan menjadi lebih populer dan lebih mudah dipahami, terutama bagi generasi muda [11, 12].

3.2 Struktur Poster Dakwah

Struktur visual poster dakwah terdiri atas beberapa elemen desain seperti poster pada umumnya, yaitu visual, teks, dan mandatori. Visual terdiri atas imaji, *shape & form*, warna, dan ruang kosong. Elemen teks terdiri atas judul, subjudul, dan *bodytext*. Mandatori dalam poster dakwah berupa logo dan identitas akun Instagram pembuatnya [20-22].

Struktur visual poster dakwah secara ringkas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1 Struktur Poster Dakwah *Muslim Designer Community*

No	Elemen Desain	Deskripsi
Visual		
1	Image	Berupa Foto, ilustrasi atau gambar manusia, lingkungan, alam.
2	<i>Shape & Form</i>	Bangunan sekitar, objek pendukung, garis, tekstur.
3	Warna	Warna pada <i>shape & form</i> atau yang sengaja dibuat dalam desain.
4	Ruang kosong	Memberi jarak agar desain tidak terlihat penuh
Teks		
1	Judul	Pesan utama yang ingin disampaikan, umumnya berupa saduran dalam bentuk klausa atau frosa yang merupakan intisari dari ayat Al-Qur'an, Hadis, atau perkataan ulama.
2	Subjudul	Kalimat pendukung untuk memperkuat judul, sehingga dapat lebih mudah memahami pesan.
3	<i>Bodytext</i>	Kalimat redaksi utuh ayat Al-Qur'an, Hadis, atau perkataan ulama yang intisarinya dijadikan sebagai judul.
Mandatori		
1	Logo	Logo MDC, komunitas desainer, <i>personal branding</i> ,
2	Akun Instagram	Nama akun pribadi kreator atau desainer atau akun komunitas
3	<i>Tagar</i> atau <i>hashtag</i>	Merupakan penanda tentang konten atau topik yang dibahas

[Sumber: Muntazori, et al. [20], Muntazori and Sunarto [21], Muntazori, et al. [22], [23]]

Pada tahap awal analisis, peneliti berusaha untuk menjelaskan komponen dan prinsip desain dari setiap karya. Komponen visual dasar terdiri dari titik, garis, bentuk, warna, ruang, tekstur, dan tipografi [24]. *Headline*, *bodytext*, ilustrasi, keharusan, dan ruang putih adalah elemen visual yang digunakan dalam karya desain. Prinsip-prinsip komposisi, juga disebut sebagai prinsip-prinsip desain, diterapkan pada media dakwah visual. Prinsip-prinsip ini mencakup hal-hal seperti keselarasan, penekanan, gerakan, simetri, ketertiban, dan keseimbangan. Strategi untuk meningkatkan keadaan adalah menerapkan prinsip-prinsip tersebut [25].

Variasi dari semua elemen, termasuk ukuran, warna, penempatan, nilai nada, dan elemen lainnya, menunjukkan hierarki komposisi secara visual. Selama penciptaan desain, hierarki tipografi sangat penting untuk dipertimbangkan. Dengan menjalankan ketertiban lewat sistem headline dan *bodytext*, tipografi berfungsi sebagai suara nada bagi audiens, dan perlu menciptakan variasi nada yang tegas. Ini membuat tubuh teks lebih komprehensif. Dalam struktur hierarki, kesamaan dan kontras biasanya digunakan untuk menunjukkan bahwa elemen dalam hierarki tipografi serupa. Ketika ada cukup perbedaan antara mereka, elemen diberi peran dominan dan subordinat. Semakin gelap dan besar elemen, semakin penting. Elemen yang berada di antara keduanya diberi peringkat berdasarkan ukuran dan posisi mereka [25].

Judul merupakan elemen terpenting dalam poster dakwah karena menentukan pesan dan arti yang ingin disampaikan kepada penonton. Jika judul lebih mencolok, pesan yang ingin disampaikan akan lebih gampang dipahami oleh audiens. Generasi muda muslim di sini tertarik dengan poster dakwah yang dapat memperluas pemikiran mereka untuk menerima pesan dari orang lain.

Pendapat ini diperkuat oleh Kaplan [26] yang menyatakan bahwa setiap seni memiliki unsur yang menonjol yang mengontrol unsur lainnya, tetapi dalam seni populer hanya unsur tertentu yang digunakan untuk mendukung makna dan unsur lain dibiarkan tanpa peran. Selain itu,

skematisasi ini mencakup pengikhtisaran dalam konteks estetis, yang dikenal sebagai formula. Dalam hal ini, skema dimaksudkan untuk menggambarkan yang diskemakan; oleh karena itu, karya seni populer mirip dengan koran yang isinya adalah berita utama. Ada hanya skema, tetapi tidak ada yang diterapkan, deskripsi, atau analisis [26].

Peneliti tidak membahas setiap elemen dalam desain sampul tersebut. Fokus utama peneliti pada judul, sebagai unsur utama pembentuk pesan poster dakwah. Pesan yang ingin disampaikan dalam setiap poster dakwah direpresentasikan oleh judul.

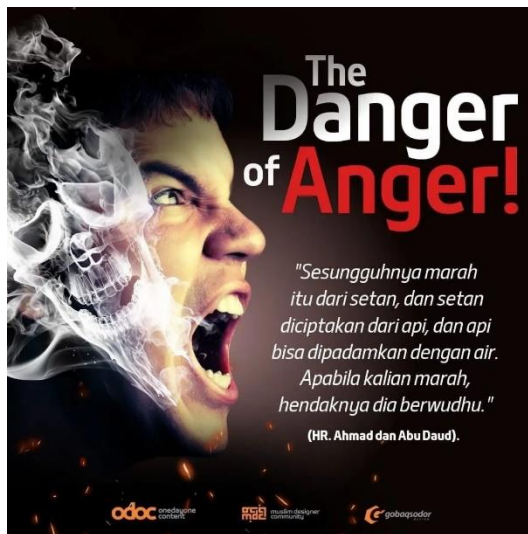


Gambar 1 Istidraj [27]

Gambar 1 menunjukkan judul berada pada hierarki visual yang paling tinggi, penempatan posisi di Tengah dengan karakter huruf yang kuat menjadi elemen yang pertama kali dilihat dalam poster dakwah. Judul pada gambar 1 adalah *Istidraj*, memberikan penjelasan tentang ilustrasi yang ada dalam poster dakwah tersebut. Pada makna denotasi, *Istidraj* berarti peralihan dari satu level ke level berikutnya. *Istidraj* juga dapat diartikan sebagai suatu "hukuman" yang diberikan oleh Allah SWT secara bertahap kepada hamba-Nya. Hukuman itu dapat berupa posisi atau kekayaan yang berlebihan yang akhirnya akan membawanya kepada bencana yang lebih parah.

Pada level konotasi, makna *Istidraj* dikaitkan dengan konteks hadits Rasulullah Saw yang tertera di bagian bawah poster. Hadits yang dituliskan secara lengkap ini disebut dengan bodytext, teks lengkapnya adalah sebagai berikut: "Bila kamu melihat Allah memberi pada hamba (perkara) dunia yang diinginkannya, padahal dia terus berada dalam kemaksiatan kepada-Nya, maka (ketahuilah) bahwa hal itu adalah istidraj (jebakan berupa nikmat yang disegerakan) dari Allah."

Istidraj sebagai judul menyampaikan pesan konsep dalam agama Islam yang belum banyak dipahami dan disadari oleh sebagian besar umat Islam. Manusia terlena ketika mendapatkan kemudahan dalam perolehan harta walaupun tidak melaksanakan kewajiban-kewajibannya sebagai hamba. Hal ini akan membuat manusia semakin lalai dan sombong, karena tanpa ibadah pun semuanya dapat terpenuhi dengan baik.



Gambar 2 The Danger of Anger! [28]

Penempatan judul pada poster gambar 2 berada pada posisi yang paling atas, didukung dengan jenis huruf yang kuat dan warna yang kontras. Judul gambar 2 bertuliskan “The Danger of Anger”. Judul ini dapat dipahami dengan mudah secara denotasi. Pada level konotasi, konteks yang disampaikan oleh judul tertera pada teks yang mengutip sebuah hadits yang isinya adalah “Sesungguhnya marah itu dari setan, dan setan diciptakan dari api, dan api bisa dipadamkan dengan air. Apabila kalian marah, hendaknya dia berwudhu.”

Pesan dalam gambar 2 ini menjelaskan kalau marah itu adalah perilaku setan. Setan merupakan musuh bagi manusia yang dapat membawa seorang Muslim kepada perilaku yang melanggar ajaran-ajaran agama Islam. Untuk menghindari diri kita dari amarah maka dianjurkan untuk berwudhu. Berwudhu merupakan kegiatan membersihkan diri dengan air yang suci dan mensucikan. Sehingga, ketika sudah berwudhu maka setan yang menyebabkan kita marah akan pergi dari diri kita.



Gambar 3 Smile [29]

Judul pada gambar 3 juga terlihat hierarkinya. Ilustrasinya dibuat agak blur, sehingga judul mendapatkan perhatian penuh. Judul pada gambar 3 adalah “sm :)e” yang dibaca smile. Pada level denotasi maknanya sudah sangat jelas. Sedangkan pada level konotasi, maknanya dikaitkan dengan konteks hadits yaitu “your smile for your brother si shadaqah).

Pesan pada judul diperkuat oleh bodytext yang mengutip sebuah hadits Nabi Muhammad Saw. Hal yang ringan seperti senyum saja itu dapat bernilai shadaqah, dan shadaqah itu merupakan salah satu amalan kebaikan yang diajarkan dalam syariat Islam. Shadaqah merupakan amalan ibadah yang selain berhubungan secara vertikal kepada Tuhan, juga berhubungan secara horizontal dengan sesama manusia. Ketika kita senyum maka orang-orang sekitar kita juga nantinya akan bersikap ramah.

Tiga poster dakwah di atas menunjukkan bahwa hierarki visual terletak pada tipografi yang dalam hal ini diimplementasikan ke dalam judul. Dominasi judul pada poster-poster berikut menyampaikan pesan pada poster dakwah yang diperkuat oleh bodytext yang mengutip hadits. Judul memiliki peran utama dan penting dalam struktur poster dakwah karya Muslim Designer Community, karena berfungsi sebagai penyampai pesan yang dikemas dalam media visual.

4 Simpulan

Poster merupakan karya desain komunikasi visual dengan struktur yang sudah baku, terdiri atas elemen-elemen desain pembentuknya yang dikombinasikan menjadi satu karya dengan nilai estetis yang tinggi. Di antara elemen-elemen tersebut ada elemen yang mendominasi pembentukan pesan yang ingin disampaikan. Setiap elemen penting untuk diidentifikasi dan dipetakan sehingga mudah dalam membangun konstruksi pemaknaan pada poster tersebut.

Salah satu contohnya adalah poster dakwah karya Muslim Designer Community, merupakan implementasi keilmuan desain komunikasi visual ke dalam ajaran agama Islam. Poster dakwah digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan ajaran Al-Qur'an dan Hadis dalam bentuk karya visual. Poster dakwah MDC memiliki struktur poster yang terdiri atas elemen dan prinsip desain seperti poster pada umumnya, Pesan yang disampaikan dalam bentuk teks dapat diterima dan dipahami dengan baik oleh audiens. Oleh karena itu dominasi judul menjadi penting dalam poster dakwah dengan tujuan mencuri fokus perhatian audiens ke dalam pesan utama.

Ucapan Terima Kasih

Kami memberikan apresiasi dan mengucapkan terima kasih kepada Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian kepada Masyarakat, Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset dan Teknologi, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi atas pendanaan Penelitian Disertasi Doktor Tahun 2023 dengan nomor kontrak induk 107/E5/PG.02.00/PL/2023, Institut Seni Indonesia Surakarta dengan nomor kontrak 687.B/IT6.2/PT.01.03/2023, yang berjudul Ideologi Islam Populer dalam Poster Dakwah Muslim Designer Community.

Referensi

- [1] S. Oktaviani, "Konstruksi Dakwah Berbasis Media Teknologi dan Informasi," *Sahafa Journal of Islamic Communication*, vol. 4, no. 2, pp. 236-247, 2022.
- [2] H. K. S. Pertiwi and A. Aprianti, "Strategi Pembuatan Konten Kreatif Instagram Yaumi Indonesia Sebagai Sarana Dakwah," *Journal of Syntax Literate*, vol. 7, no. 7, pp. 10028-10054, 2022.
- [3] H. Salad, *Agama Seni: Refleksi Teologis dalam Ruang Estetik*. Yogyakarta: Yayasan Semesta, 2000.
- [4] B. D. N. Ghaliyah, "Dakwah Melalui Tembang Sunda Cianjuran," *Dewa Ruci: Jurnal Pengkajian dan Penciptaan Seni*, vol. 12, no. 2, pp. 40-50, 2017.
- [5] E. Cassirer, *An Introduction to a Philosophy of Human Culture*. New Haven, CT, and London: Yale University Press, 1944.
- [6] F. B. Hardiman, *Demokrasi Deliberatif: Menimbang Negara Hukum dan Ruang Publik dalam Teori Diskursus Jürgen Habermas*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius, 2009.
- [7] J. Habermas, *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society*. MIT press, 1991.
- [8] N. Ni'mah, "Dakwah Komunikasi Visual," *Islamic Communication Journal*, vol. 1, no. 1, pp. 104-120, 2016.

- [9] M. Heriadi and T. Hidayat, "Analisis Diksi Dan Gaya Bahasa dalam Poster Dakwah Pada Akun Instagram @Bantu_Dakwah," *Al-Ittishol: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, vol. 4, no. 1, pp. 52-68, 01/11 2023.
- [10] A. Wibowo, "Dakwah Berbasis Media dan Komunikasi Visual," *Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam*, vol. 2, no. 2, pp. 179-198, 2021-01-24 2021.
- [11] V. R. Marini, "Strategi Muslim Designer Community (MDC) dalam mengembangkan desain komunikasi visual sebagai media dakwah," Sarjana Skripsi, Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, Jakarta, 2017.
- [12] M. Nurrokim and M. A. Djuanda, "Perumusan Produk Dakwah Muslim Designer Community (MDC)," *JADID: Journal of Quranic Studies and Islamic Communication*, pp. 57-82, 2022.
- [13] W. W. Hew, "The Art of Dakwah: Social Media, Visual Persuasion and The Islamist Propagation of Felix Siau," *Indonesia and the Malay World*, vol. 46, no. 134, pp. 61-79, 2018.
- [14] W. G. W. Wardani and A. F. 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, pp. 61-78, 2019.
- [15] A. Fahma and M. Darwis, "Eksistensi Para "Gus" di Instagram: Visual Semiotik Sebagai Dakwah Baru di Era Digital," *Dakwatuna: Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, vol. 6, no. 2, pp. 138-156, 2020.
- [16] R. Nugrahani, M. Z. Idris, and A. A. Wibowo, "Illustration images in Muslimah visual communication da'wah movement on Instagram," *Komunikator*, vol. 13, no. 1, pp. 40-51, 2021.
- [17] M. Danesi, *Messages, signs, and meanings: A basic textbook in semiotics and communication*. Canadian Scholars' Press, 2004.
- [18] Y. A. Piliang, "Semiotika sebagai Metode Penelitian Desain," in *Semiotika Budaya*, T. Christomy and U. Yuwono, Eds. Depok: Pusat Penelitian Kemasyarakatan dan Budaya Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya Universitas Indonesia., 2010.
- [19] W. Nöth, *Handbook of Semiotics*. Bloomington and Indianapolis: Indiana University Press, 1990.
- [20] A. F. Muntazori, B. Sunarto, and T. Christomy, "Representasi Takwa dalam Banner Dakwah Ramadhan," *Human Narratives*, vol. 2, no. 2, pp. 89-107, 2021.
- [21] A. F. Muntazori and B. Sunarto, "A Representation of Hijrah in Visual Da'wah Media on Instagram," in *IICACS: International and Interdisciplinary Conference on Arts Creation and Studies*, 2019, vol. 1, pp. 174-184.
- [22] A. F. Muntazori, B. Sunarto, and T. Christomy, "Dakwah Visual: Ekspresi Keimanan Seorang Muslim dalam Poster Digital," *Human Narratives*, vol. 1, no. 2, pp. 88-102, 2020.
- [23] A. F. Muntazori, B. Sunarto, and T. Christomy, "The representation of qurban in muslim designer community da'wah posters eid-al-adha theme," 2024, Da'wah Poster; Muslim Designer Community; Representation; Visual Semiotics; Visual Culture vol. 6, no. 1, p. 15, 2024-03-03 2024.
- [24] A. Hass, "Visual Elements — Basic Things That Can be Seen," in *Graphic Design and Print Production Fundamentals*, W. Collins, A. Hass, K. Jeffery, A. Martin, R. Medeiros, and S. Tomljanovic, Eds., ed. Victoria: BCcampus, 2015, pp. 44-59.
- [25] A. Hass, "Compositional Principles — Strategies for Arranging Things Better," in *Graphic Design and Print Production Fundamentals*, W. Collins, A. Hass, K. Jeffery, A. Martin, R. Medeiros, and S. Tomljanovic, Eds., ed. Victoria: BCcampus, 2015, pp. 60-73.
- [26] A. Kaplan, "The Aesthetics of the Popular Arts," *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, vol. 24, no. 3, pp. 351-364, 1966.
- [27] gobaqsodor. (2023, September 20). *Istidraj* [Online]. Available: https://www.instagram.com/p/Cu_r87DMqZY/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==.
- [28] gobaqsodor. (2023, September 20). *The Danger of Anger!* [Online]. Available: <https://www.instagram.com/p/CvJEK89Pmn9/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==>.
- [29] gobaqsodor. (2023, September 20). *Smile* [Online]. Available: <https://www.instagram.com/p/CxPzKJLu4Z2/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==>.