

BAB II

KERANGKA TEORI

DESAIN GRAFIS, KONSEP DAKWAH DAN DESAIN GRAFIS

SEBAGAI SENI DAKWAH

A. Desain Grafis

1. Pengertian desain grafis

Graphic, atau Grafis dalam bahasa Indonesia, berasal dari bahasa Yunani *Graphein* yang berarti menulis atau menggambar. Sementara itu, istilah Seni Grafis yaitu seni gambar dalam dua dimensi pada umumnya mencakup beberapa bentuk kegiatan, seperti menggambar, melukis, dan fotografi. Secara spesifik, cakupan tadi terbatas pada karya yang dicetak atau karya seni yang dibuat untuk diperbanyak melalui proses cetak (Kusrianto, 2007 : 100).

Desain grafis sebagai seni dekat dengan apa yang kita sebut sebagai keindahan (estetika). Keindahan sebagai kebutuhan setiap orang, mengandung nilai-nilai subjektivisme. Oleh sebab itu kualitas rasa seni seseorang pasti berbeda pula. Dalam menghasilkan karya visual desain grafis yang menarik dan bernilai seni, pemahaman terhadap elemen-elemen atau unsur-unsur dasar desain grafis adalah wajib (<http://blog.unsri.ac.id/userfiles>).

Definisi desain grafis menurut para ahli adalah sebagai berikut :

a. Suyanto

Desain grafis didefinisikan sebagai aplikasi dari keterampilan seni dan komunikasi untuk kebutuhan bisnis dan industri. Aplikasi-aplikasi ini dapat meliputi periklanan dan penjualan produk, menciptakan identitas visual untuk institusi, produk dan perusahaan, dan lingkungan grafis; desain informasi; dan secara visual menyempurnakan pesan dalam publikasi.

b. Jessica Helfand

Mendefinisikan desain grafis sebagai kombinasi kompleks kata-kata dan gambar, angka-angka dan grafik, foto-foto dan ilustrasi yang membutuhkan pemikiran khusus dari seorang individu yang bisa menggabungkan elemen-elemen ini, sehingga mereka dapat menghasilkan sesuatu yang khusus, sangat berguna, mengejutkan atau subversif atau sesuatu yang mudah diingat.

c. Danton Sihombing

Desain grafis mempekerjakan berbagai elemen seperti marka, simbol, uraian verbal yang divisualisasikan lewat tipografi dan gambar baik dengan teknik fotografi ataupun ilustrasi. Elemen-elemen tersebut diterapkan dalam dua fungsi, sebagai perangkat visual dan perangkat komunikasi.

d. Michael Kroeger

Visual Communications (komunikasi visual) adalah latihan teori dan konsep-konsep melalui tema-tema visual dengan menggunakan warna, bentuk, garis dan penjajaran (*juxtaposition*).

e. Warren dalam Suyanto

Memaknai desain grafis sebagai suatu terjemahan dari ide dan tempat ke dalam beberapa jenis urutan yang struktural dan visual

f. Blanchard

Mendefinisikan desain grafis sebagai suatu seni komunikatif yang berhubungan dengan industri, seni dan proses dalam menghasilkan gambaran visual pada segala permukaan. Demikian halnya senada dengan definisi yang dipaparkan.

g. Henricus Kusbiantoro

Bahwa desain adalah kompromi antara seni dan bisnis. Yaitu melayani kebutuhan orang banyak pada pemecahan problem visual, namun sekaligus tidak kehilangan karakter dan keunikan dari segi eksekusi visual baik konsep maupun visual teknis.

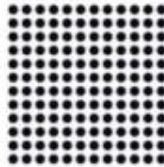
2. Teori desain grafis

a. Unsur – unsur desain grafis

Kusrianto, (2007:30) berpendapat bahwa untuk dapat mewujudkan suatu tampilan visual, ada beberapa unsur yang harus diperhatikan, antara lain adalah:

1) Titik

Titik adalah salah satu unsur visual yang wujudnya relatif kecil, di mana dimensi memanjang dan melebarnya dianggap tidak berarti. Titik cenderung ditampilkan dengan bentuk kelompok dengan variasi jumlah, susunan, dan kepadatan tertentu.



Gambar (1.1) Contoh titik

2) Garis

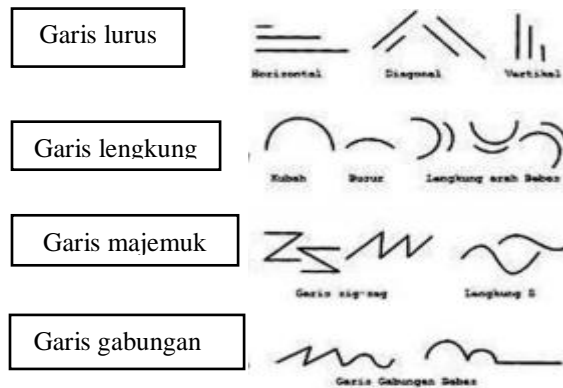
Garis dianggap sebagai unsur visual yang banyak berpengaruh terhadap pembentukan suatu objek sehingga garis selalu dikenal sebagai goresan atau coretan, juga menjadi batas limit suatu bidang atau warna. Ciri khas garis adalah terdapatnya arah serta dimensi memanjang. Garis dapat tampil dalam bentuk lurus, lengkung, gelombang, *zigzag*, dan lainnya. Kualitas garis ditentukan oleh tiga hal,

yaitu orang yang membuatnya, alat yang digunakan serta bidang dasar tempat garis digoreskan.

Wujud garis sangat bervariasi, garis lurus mempunyai kesan kaku dan formal, garis lengkung memberi kesan lembut dan luwes, garis *zigzag* terkesan keras dan dinamis, garis tidak beraturan memiliki kesan fleksibel dan tidak formal. Berbagai macam garis tersebut dapat digunakan untuk mempresentasikan citra produk, jasa, korporasi atau organisasi.

Tipe garis yang merujuk pada arah garis menggambarkan hubungan antargaris terhadap halaman. Garis-garis horizontal memiliki kesan pasif, tenang dan damai. Sedangkan garis vertikal memiliki kesan stabil, gagah, dan elegan. Sementara garis diagonal memiliki kesan aktif, dinamis, bergerak dan menarik perhatian (Supriyono, 2010 : 58).

Dalam desain komunikasi visual, garis dapat diartikan lebih luas. Secara semiotika rangkaian huruf atau teks juga dapat dimaknai sebagai garis. Teks yang disusun dengan arah vertikal, diagonal, lengkung dan melingkar, selain dapat dibaca isinya dapat pula dirasakan citra visualnya (Supriyono, 2010 : 61)



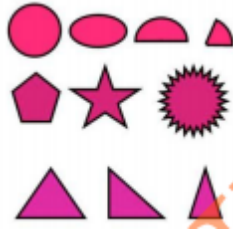
Gambar (1.2) Contoh garis

3) Bidang

Bidang merupakan unsur visual yang berdimensi panjang dan lebar. Ditinjau dari bentuknya, bidang bisa dikelompokkan menjadi dua, yaitu bidang geometri atau beraturan dan bidang non-geometri alias tidak beraturan. Bidang geometri adalah bidang yang relatif mudah diukur keluasannya, sedangkan bidang non-geometri merupakan bidang yang relatif sukar diukur keluasannya. Bidang bisa dihadirkan dengan menyusun titik maupun garis dalam kepadatan tertentu, dan dapat pula dihadirkan dengan mempertemukan potongan hasil goresan satu garis atau lebih.

Pengertian bidang dalam desain grafis memiliki pengertian lebih luas area kosong di antara elemen-elemen visual *san space* yang mengelilingi foto, bisa pula disebut sebagai bidang. Bidang kosong (*blank*

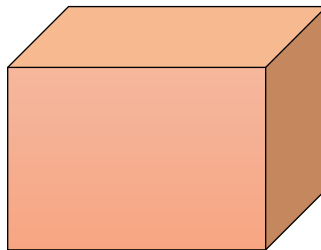
space) bahkan bisa dianggap sebagai elemen desain, seperti halnya garis, warna, bentuk, dan lain-lain (Supriyono, 2010 : 68).



Gambar (1.3) Contoh bidang

4) Ruang

Ruang dapat dihadirkan dengan adanya bidang. Pembagian bidang atau jarak antar objek berunsur titik, garis, bidang, dan warna. Ruang lebih mengarah pada perwujudan tiga dimensi sehingga ruang dapat dibagi dua, yaitu ruang nyata dan semu. Keberadaan ruang sebagai salah satu unsur visual sebenarnya tidak dapat diraba tetapi dapat dimengerti.



Gambar (1.4) Contoh ruang

5) Warna

Warna dapat membantu menciptakan *mood* dan membuat teks lebih berbicara. Sebagai contoh, desain publikasi yang menggunakan warna-warna *soft* dapat menyampaikan kesan lembut, tenang dan romantis. Warna-warna kuat dan kontras dapat memberikan kesan dinamis, cenderung meriah (Supriyono, 2010 : 70).

Warna sebagai visual yang berkaitan dengan bahan yang mendukung keberadaannya ditentukan oleh jenis pigmennya. Kesan yang ditentukan oleh mata lebih ditentukan oleh cahaya. Permasalahan mendasar dari warna adalah *hue* (spektrum warna), *saturation* (nilai kepekatan), dan *lightness* (nilai cahaya dari gelap ke terang). Ketiga unsur tersebut memiliki nilai nol hingga seratus. Hal yang paling menentukan adalah *lightness*. Jika ia bernilai nol, maka seluruh palet warna akan menjadi hitam (gelap tanpa cahaya), sebaliknya jika *lightness* bernilai seratus, warna akan berubah menjadi putih, alias tidak berwarna karena terlalu silau. Pada nilai empat puluh hingga empat puluh kita akan melihat warna dengan jelas.

Supriyono, (2010 : 72) mengatakan bahwa berdasarkan *hue* (spektrum warna) warna dibagi menjadi tiga golongan, yaitu :

- 1) Warna primer (*primary colors*) terdiri dari warna merah, kuning dan biru
- 2) Warna sekunder (*secondary color*), merupakan campuran dua warna primer dengan perbandingan seimbang, menghasilkan warna orange (merah + kuning), hijau (kuning + biru), dan ungu (biru merah)
- 3) Warna tersier (*tertiary colors*) merupakan gabungan antara warna primer dan sekunder, yaitu: kuning - orange, merah - orange, merah - ungu, biru - ungu, biru - hijau, dan kuning hijau.

Warna dapat memberikan respons secara psikologis dan mampu mempengaruhi citra orang yang melihatnya. Berikut adalah klasifikasi warna yang ditimbulkan:

- 1) Merah : kekuatan, bertenaga, kehangatan, nafsu, cinta, agresif, bahaya.
- 2) Biru : kepercayaan, konservatif, keamanan, teknologi, kebersihan, pemerintah.
- 3) Hijau : alami, kesehatan, pandangan yang enak, kecemburuan, pembaharuan.
- 4) Kuning : optimis, harapan, filosofi, ketidakjujuran atau kecurangan, pengecut, pengkhianat .

- 5) Ungu : spektural, misterius, keagungan, perubahan bentuk, galak arogan.
- 6) Orange : energi, keseimbangan, kehangatan.
- 7) Cokelat : bumi, dapat dipercaya, nyaman, bertahan
- 8) Abu-abu : intelek, futuristik, modis, kesenduan, merusak.
- 9) Putih : kemurnian atau suci, bersih, kecermatan *inocent* (tanpa dosa), steril, kematian.
- 10) hitam : kekuatan, seksualitas, kemewahan, kematian, misteri, kekuatan, ketidakberdayaan, keanggunan.



Gambar (1.5) Contoh standar warna

6) Tekstur

Tekstur adalah nilai raba dari suatu permukaan. Secara fisik tekstur dirubah menjadi tekstur kasar dan halus dengan kesan pantul mengkilat dan kusam. Ditinjau dari efek tampilannya, tekstur dapat digolongkan menjadi tekstur nyata dan tekstur semu. Disebut tekstur nyata bila ada kesamaan antara hasil raba dan penglihatan. Misalnya, bila suatu permukaan terlihat kasar dan ketika diraba juga terasa kasar. Sementara itu, pada tekstur semu terdapat perbedaan antara hasil dan perabaan. Misalnya, bila dilihat tampak kasar tetapi ketika diraba ternyata sebaliknya, yaitu terasa halus. Dalam penerapannya, tekstur dapat berpengaruh terhadap unsur visual lainnya, yaitu kejelasan titik, kualitas garis, keluasan bidang dan ruang, serta intensitas warna.



Gambar (1.6) Contoh macam-macam tekstur
(sumber : <http://sir.stikom.edu/65/6/BAB%20III.pdf>)

3. Prinsip dasar desain grafis

a. Kesatuan

Kesatuan atau *unity* merupakan salah satu prinsip yang menekankan pada keselarasan dari unsur-unsur yang disusun, baik dalam wujudnya maupun kaitannya dengan ide yang mendasarinya. Kesatuan diperlukan dalam suatu karya grafis yang mungkin terdiri dari beberapa elemen di dalamnya. Dengan adanya kesatuan itulah, elemen-elemen yang ada saling mendukung sehingga diperoleh fokus yang dituju. Secara elementer, ada beberapa cara untuk mencapai kesatuan, yaitu:

- 1) Menentukan dominasi agar diperoleh pengaruh yang tepat
- 2) Dominasi pada ukuran
- 3) Dominasi pada warna
- 4) Dominasi pada letak atau penempatan
- 5) Ukuran sebagai daya tarik
- 6) Menyatukan arah
- 7) Menyatukan bentuk

b. Keseimbangan

Keseimbangan atau *balance* merupakan prinsip dalam komposisi yang menghindari kesan berat sebelah atas suatu bidang atau ruang yang diisi dengan unsur-unsur rupa. Keseimbangan dapat dibagi menjadi 1) *Balans* simetri dan asimetris, 2) *Balans* memusat dan menyebar (Kusrianto, 2007 : 38).

Faktor yang mendukung keseimbangan yaitu posisi atau penempatan, proporsi, kualitas, dan arah dari unsur-unsur pendukungnya. Komposisi yang bagus, artinya yang indah dipandang mata merupakan keharusan dalam mendesain. Tata letak sangatlah penting karena itu akan membuat orang yang melihatnya terkagum - kagum. Jadi tata letak yang benar menentukan bagaimana nilai dari karya desain tersebut.

c. Irama

Irama atau *ritme* adalah penyusunan unsur-unsur dengan mengikuti suatu pola penataan tertentu secara teratur agar didapatkan kesan yang menarik. Penataannya dapat dilaksanakan dengan mengadakan pengulangan maupun pergantian secara teratur.

d. Kontras

Kontras di dalam suatu komposisi diperlukan sebagai vitalitas agar tidak terkesan monoton. Tentu saja, kontras ditampilkan secukupnya saja karena bila terlalu berlebihan, maka muncul ketidakteraturan dan kontradiksi yang jauh dari kesan harmonis.

e. Fokus

Fokus atau pusat perhatian selalu diperlukan dalam suatu komposisi untuk menunjukkan bagian yang dianggap penting dan diharapkan menjadi perhatian

utama. Penggunaan keharmonisan dalam membuat suatu fokus dilakukan dengan menjadi segala sesuatu yang berada di sekitar fokus mendukung fokus yang telah ditentukan.

f. Proporsi

Proporsi adalah perbandingan ukuran antara bagian dengan bagian dan antara bagian dengan keseluruhan. Prinsip komposisi tersebut menekankan pada ukuran dari suatu unsur yang akan disusun dan sejauh mana ukuran itu menunjukkan keharmonisan tampilan sesuatu desain.

4. Teori Tipografi

Tidak dapat dipungkiri bahwa teks adalah bagian dari desain grafis yang sangat penting. Oleh karena itu, untuk menguasai desain grafis, harus dipelajari pula tipografi, yaitu ilmu yang mempelajari segala sesuatu tentang huruf cetak.

Dalam desain grafis, tipografi didefinisikan sebagai suatu proses seni untuk menyusun bahan publikasi menggunakan huruf cetak. Oleh karena itu, “menyusun” meliputi merancang bentuk huruf cetak hingga merangkainya dalam sebuah komposisi yang tepat untuk memperoleh suatu efek tampilan yang dikehendaki. Desain komunikasi visual tidak bisa lepas dari tipografi sebagai unsur pendukungnya. Perkembangan tipografi banyak dipengaruhi oleh faktor budaya serta teknik pembuatan. Karakter tipografi yang ditimbulkan dari bentuk hurufnya bisa dipersepsikan berbeda.

Pemilihan huruf tidak semudah yang dibayangkan, ribuan bahkan jutaan jumlah huruf menyebabkan desainer harus cermat dalam memilih tipografi yang tepat untuk karyanya. Rangkaian huruf dalam sebuah kata atau kalimat bukan saja berarti suatu makna yang mengacu kepada sebuah objek ataupun gagasan, tetapi juga memiliki kemampuan untuk menyuarakan suatu citra ataupun kesan secara visual. Hal itu dikarenakan terdapat nilai fungsional dan nilai estetika dalam suatu huruf. Pemilihan huruf disesuaikan dengan citra yang ingin diungkapkan.

Lazlo Moholy berpendapat bahwa sebuah kata atau kalimat bukan saja bisa berarti suatu makna yang mengacu kepada sebuah obyek ataupun gagasan, tetapi juga memiliki kemampuan untuk menyuarakan suatu citra ataupun kesan secara visual. Hal itu dikarenakan terdapat nilai fungsional dan nilai estetika dalam suatu huruf. Pemilihan jenis huruf disesuaikan dengan citra yang ingin diungkapkan (Kusrianto, 2007 : 190-191).

a. Jenis-jenis Huruf

1) *Oldstyle*

Huruf-huruf diciptakan dalam periode tahun 1470 ketika muncul huruf *Venetian* buatan seniman Venice. *Aldin* diciptakan Aldus Manutius dari Itali, dan *Caslon* di Jerman. Periode *Oldstyle* berakhir di

abad ke – 16 dengan munculnya periode transisi berupa karya John Baskerville yang menjembatani periode berikutnya. Beberapa *font* yang dapat dikategorikan ke dalam kelompok *Oldstyle* adalah *Bembo*, *Bauer Text*, *CG Cloister*, *ITC Usherwood*, *Claren-don*, *Garamond*, *Goudy Oldstyle*, *Palatino* (*Palmspring*), dan lain-lain.



Gambar (1.7) Goudy Old Style

2) Modern

Dimulai pada abad ke – 18 ketika Giambastita Bodoni menciptakan karya-karya yang kita kenal sebagai *font Bodoni* hingga sekarang. Periode itu cukup panjang hingga abad ke – 20 dan jumlah karya-karya *typeface* sudah semakin banyak. *Font-font* yang termasuk dalam kelompok tersebut di antaranya *Bodoni*, *Bauer Bodoni*, *Didot*, *Torino*, *Auriga*, *ITCFenice*, *Linotype Modern*, *Walbaum Book*, *ITC Zapf Book*, *Bookman*, *Cheltenham*, *Malior*, dan lain-lain.

Gambar (1.8) Bodoni MT Condensed

3) *Slab serif*

Kelompok huruf *Slab Serif* ditandai dengan bentuk *serif* yang tebal, bahkan sangat tebal. Masa kemunculan jenis huruf itu bervariasi dan ikut menandai kemunculan huruf-huruf yang berfungsi lebih tepat sebagai penarik perhatian, yaitu sebagai penarik perhatian, yaitu sebagai *Header*. contoh-contoh huruf *Slab Serif* antara lain *Boton, Aachen, Calvert, Lubalin Graph, Mamphis, Rockwell, Serifa, Claredon, Stymie*, dan lain-lain.

Gambar (1.9) Clarendon

4) *Sans serif*

Sans serif adalah huruf tanpa *serif* (kait ujung). Pertama kali jenis huruf tersebut diciptakan oleh William Caslon IV (teturunan William Caslon

pencipta *font Caslon* di era *Oldstyle*) pada tahun 1816. Pada awal kemunculannya, *font* jenis itu disebut *Grotesque* karena pada zaman itu bentuk huruf tanpa *serif* itu dirasa aneh dan unik (*grotesque* artinya aneh). Hingga kini, orang Inggris masih suka menyebut huruf tanpa *serif* dengan istilah *Grotesques*. Contoh-contoh huruf *Sans Serif*, antara lain *Frankin Gothic*, *Akzident Grotesk*, *Helvetica*, *Univers*, *formula*, *Avant Garde*, *Gill Sans*, *Futura*, *Optima* (Kusrianto, 2007 : 202-204).

Gambar (1.10) Arial

b. *Legibility* dan keterbacaan

Legibility adalah tingkat kemudahan mata mengenali suatu tulisan dengan mudah. Hal ini bisa ditentukan oleh:

- 1) Kerumitan desain huruf, seperti penggunaan *serif*, *kontras stroke*, dan lain-lain.
- 2) Penggunaan warna.
- 3) Frekuensi pengamat menemui huruf tersebut dalam kehidupan sehari-hari.

Keterbacaan adalah tingkat kenyamanan sesuatu susunan huruf saat dibaca, yang dipengaruhi oleh:

- 1) Jenis huruf
 - 2) Ukuran
 - 3) Pengaturan, termasuk di dalamnya alur, spasi, perataan dan lain-lain
 - 4) Kontras warna terhadap latar belakang.
5. Produk-produk desain grafis

Permana (1994) mencatat beberapa pembagian produk-produk yang bisa dihasilkan dari pekerjaan desain grafis, yaitu:

- a. Dokumen yang bersifat persuasif seperti : Iklan, Permohonan undangan, Poster, Selebaran, Prospektus, Brosur.
- b. Dokumen yang menunjukan identitas seperti : Kartu nama, Sertifikat dan ijazah, Label dan *tag*, Alat tulis kantor.
- c. Dokumen yang memberikan informasi seperti : Brosur, Rencana pengajaran, Proposal, Jadwal, Daftar produk, Program, Lembaran kerja, Laporan.
- d. Publikasi berkala dan tidak seperti : *Newsletter*, Majalah, Laporan penelitian, Jurnal, Buletin, Tabloid, Koran dinding, Pengumuman.

- e. Dokumen yang menghendaki jawaban seperti : Daftar isian riwayat hidup, Formulir, Lembar soal, Kuesioner, Lembar isian.
- f. Dokumen yang memberikan referensi seperti Kalender, *Direktori*, Buku telepon, Daftar barang, Jadwal, Buku alamat.
- g. Dokumen yang menunjukan suatu proses seperti : Kurikulum, Manual kerja, Manual latihan, Prosedur latihan, Petunjuk, Resep masakan.

B. Konsep Dakwah

1. Pengertian dakwah

Dakwah dipahami sebagai seruan, ajakan dan panggilan dalam rangka membangun masyarakat Islami berdasarkan kebenaran ajaran Islam yang hakiki. Dengan kata lain, dakwah merupakan upaya untuk menyampaikan ajaran agama yang benar kepada umat manusia dengan cara yang simpatik, adil, jujur, tabah dan terbuka, serta menghidupkan jiwa mereka dengan janji-janji Allah SWT tentang kehidupan yang membahagiakan, serta menggetarkan hati mereka dengan ancaman-ancaman Allah SWT terhadap segala perbuatan tercela, melalui nasihat - nasihat dan peringatan-peringatan (Pimay, 2006: 5-7).

Dakwah juga dapat diartikan sebagai upaya untuk mengajak dan menyeru umat manusia, baik perorangan maupun kelompok kepada agama Islam sebagai pedoman hidup yang diridloi

Allah SWT. Ajakan tersebut dapat diwujudkan dengan berbagai cara. Dapat menggunakan seruan dengan *lisanul maqal* (cara lisan) maupun *lisanul khal* (perbuatan, sebagai contoh) guna mencapai kebahagiaan hidup kini di dunia dan nanti di akhirat (Mughtarom, 1997: 14).

Dakwah dilakukan dengan menggunakan metode dan media yang sesuai dengan kondisi obyek dakwah guna mencapai tujuan dakwah, yaitu terwujudnya suatu tatanan kehidupan yang diridhoi Allah SWT yaitu kehidupan yang bahagia, baik di dunia maupun di akhirat.

Selain itu, dakwah juga mengandung proses transformasi nilai-nilai ajaran Islam yang bertumpu pada amar makruf *nahimunkar*. Transformasi disini merupakan sebuah paradigma yang mengandung dua dimensi strategis, yaitu dimensi konsepsional normatif dan aksiologi praktis, sebab dakwah bukan saja berupa pemahaman nilai keyakinan dan doktrin, akan tetapi lebih bertitik berat pada praktek keseharian.

Dakwah merupakan suatu proses dalam mengajak atau menyeru kepada kebenaran dan mencegah kemungkinan. Oleh karena itu dakwah memiliki komponen atau unsur-unsur dalam pelaksanaannya, dibawa ini merupakan unsur-unsur dakwah antara lain adalah :

a. Subjek dakwah (*Da'i*)

Subjek dakwah atau yang sering disebut *Da'i* adalah orang yang melaksanakan suatu proses kegiatan untuk menyeru kepada sesama umat manusia. Pada prinsipnya umat muslim wajib untuk melakukan *amar ma'ruf nahi munkar*.

b. Objek dakwah (*mad'u*)

Objek dakwah adalah manusia yang menjadi *audien* yang akan diajak ke dalam Islam secara *kaffah* (Muriah, 2000: 32). Sehingga dapat diartikan objek dakwah merupakan seluruh umat manusia yang menjadi sasaran *Da'i* untuk melakukan dakwahnya.

c. Materi dakwah (*maddah*)

Materi merupakan bahan yang dipergunakan *da'i* untuk disampaikan pesan kepada *mad'u*. Materi tersebut menekankan pada materi agama atau ajaran Islam yang bersumber pada Al-Qur'an dan Sunnah rasul.

d. Metode dakwah

Hal yang sangat erat kaitannya dengan metode wasilah adalah metode dakwah *thariqah* (metode) dakwah. Kalau *wasilah* adalah alat-alat yang dipakai untuk mengoperkan atau menyampaikan ajaran Islam

maka *thariqah* adalah metode yang digunakan dalam dakwah.

e. Media dakwah

Arti istilah media bila ditinjau dari asal katanya (etimologi), berasal dari bahasa Latin yaitu "*median*", yang berarti alat perantara. Sedangkan kata media merupakan jamak daripada kata median tersebut. Pengertian semantiknya media berarti segala sesuatu yang dapat dijadikan sebagai alat (perantara) untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Dengan demikian media dakwah, yaitu segala sesuatu yang dapat dipergunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan dakwah yang telah ditentukan (Syukir, 1983: 163).

2. Dasar hukum dakwah

Setiap muslim diwajibkan menyampaikan dakwah Islam kepada seluruh umat manusia, sehingga mereka dapat merasakan ketenteraman dan kedamaian. Dasar hukum kewajiban dakwah tersebut banyak disebutkan dalam Al Qur`an. (Awaludin Pimay, 2005: 30). Diantaranya adalah surat Ali Imran ayat 104 yaitu:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ
وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

Artinya: “Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma’ruf dan mencegah dari yang munkar, merekalah orang-orang yang beruntung.” (QS. Ali Imran ayat 104).

Hal ini berdasarkan firman Allah dalam Al Qur`an surat An Nahl ayat 125:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِّدْ لَهُم بِآيَاتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

Artinya: “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk”. (QS. An Nahl ayat 125)

Kata *ud`u* yang diterjemahkan dengan seruan dan ajakan adalah *fi`il amr* yang menurut kaidah *usul fiqh* setiap *fi`Li amr* adalah perintah dan setiap perintah adalah wajib dan harus dilaksanakan, selama tidak ada dalil lain yang memalingkannya dari kewajiban itu kepada sunah atau hukum lain. Jadi, melaksanakan dakwah hukumnya wajib karena tidak ada dalil – dalil lain yang memalingkannya dari kewajiban itu dan hal ini disepakati oleh para ulama (Amin, 2009: 51)

Namun terdapat perbedaan pendapat ulama tentang status kewajiban itu apakah *fardlu'ain* atau *fardlu kifayah*. Dengan demikian dakwah bisa menjadi *fardlu`ain* apabila di suatu tempat tidak ada seorang pun yang melakukan dakwah dan dakwah bisa menjadi *fardlu kifayah* apabila di suatu tempat sudah ada orang yang melakukan dakwah dan orang itu memiliki kemampuan serta keahlian dalam berdakwah. Demikian juga, ketika jumlah dai masih sedikit, sementara tingkat kemungkaran sangat tinggi dan kebodohan merajalela, maka dakwah menjadi *wajib`ain* bagi setiap individu sesuai dengan kemampuannya. (Pimay, 2005: 34).

3. Materi Dakwah

Materi (*maddah*) dakwah adalah isi pesan atau materi yang disampaikan dai kepada *mad'u*. Dalam hal ini sudah jelas bahwa yang menjadi *maddah* dakwah adalah ajaran Islam itu sendiri. Secara umum materi dakwah dapat diklasifikasikan menjadi tiga, yaitu:

a. Akidah (keimanan)

Masalah pokok yang menjadi materi dakwah adalah akidah Islamiah. Karena akidah mengikat kalbu manusia dan menguasai batinnya. Dari akidah inilah yang akan membentuk moral (*akhlaq*) manusia. Oleh karena itu yang pertama kali dijadikan materi dalam dakwah Islam adalah akidah atau keimanan. Dengan iman yang kukuh akan lahir keteguhan dan

pengorbanan yang selalu menyertai setiap langkah dakwah. (Aziz, 2004: 109)

Akidah yaitu segala aspek ajaran Islam yang berhubungan dengan keyakinan, meliputi rukun iman, atau segala sesuatu yang harus diimani atau diyakini menurut ajaran Al Quran dan As Sunnah. (Enjang dkk, 2009: 81)

Aspek akidah ini yang akan membentuk moral (akhlak) manusia. Oleh karena itu, yang pertama kali dijadikan materi dalam dakwah Islam adalah masalah akidah atau keimanan. (Munir, dkk, 2006: 24)

b. Syariah

Syariat Allah yang ditujukan untuk umat manusia itu pada dasarnya satu, dan risalah yang ditujukan untuk para nabi bersifat kekal dan abadi. Pangkalnya dimulai sejak Nabi Adam dan cabang - cabangnya berakhir sampai manusia terakhir yaitu hingga terjadi hari kiamat. Nabi Muhammad sebagai khatam al-Ambiya wa al-Mursalin (penutup para Nabi dan Rasul), sesungguhnya risalahnya tetap terkait hingga sekarang ini dan sampai hari kiamat.

Materi dakwah yang menyajikan unsur syariat harus dapat menggambarkan atau memberi informasi yang jelas dalam bidang hukum yang bisa wajib, mubah (boleh), dianjurkan (mandub), makruh (dianjurkan supaya tidak dilakukan), dan haram (Aziz, 2004: 114).

Hukum atau Syariah sering disebut sebagai cermin peradaban dalam pengertian bahwa ketika ia tumbuh matang dan sempurna, maka peradaban mencerminkan dirinya dalam hukum-hukumnya. Pelaksanaan Syariah merupakan sumber yang melahirkan peradaban Islam, yang melestarikan dan melindunginya dalam sejarah. Syariah inilah yang akan selalu menjadi kekuatan peradaban di kalangan kaum muslim (Munir, dkk, 2006: 26).

Di samping mengandung dan mencakup kemaslahatan sosial dan moral, maka materi dakwah dalam bidang Syariah ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran yang benar, pandangan yang jernih, dan kejadian secara cermat terhadap hujjah atau dalil-dalil dalam melihat setiap persoalan pembaruan, sehingga umat tidak terperosok ke dalam kejelekan (Ilaihi, 2006: 27).

c. Akhlak

Ajaran tentang nilai etis dalam Islam disebut akhlak. Wilayah akhlak dalam Islam memiliki cangkupan luas, sama luasnya dengan perilaku dan sikap manusia. Nabi Muhammad SAW bahkan menempatkan akhlak sebagai pokok kerosulannya. Melalui akal dan kalbunya, manusia mampu memainkan perannya dalam menentukan baik dan buruknya tindakan dan sikap yang ditampilkannya. Ajaran Islam secara keseluruhan mengandung nilai akhlak yang luhur, mencakup

akhlak terhadap Tuhan, diri sendiri, sesama manusia dan alam sekitar.

Kata akhlak secara etimologi berasal dari bahasa Arab jamak dari “khuluqun” yang berarti budi pekerti, perangai dan tingkah laku atau tabiat. Secara terminologi akhlak yaitu suatu ilmu yang menjelaskan arti baik dan buruk, menerangkan apa yang seharusnya dilakukan oleh manusia kepada yang lainnya menyatakan tujuan yang harus dituju oleh manusia dalam perbuatan mereka yang menunjukan jalan untuk melakukan apa yang harus diperbuat (Aziz, 2004 : 118).

Akhlak merupakan segala aspek ajaran Islam yang berhubungan dengan tata perilaku manusia sebagai hamba Allah, anggota masyarakat dan bagian dari alam sekitarnya (Enjang, dkk, 2009: 81)

Kebahagiaan dapat dicapai melalui upaya terus-menerus dalam mengamalkan perbuatan terpuji berdasarkan kesadaran dan kemauan. Siapa yang mendambakan kebahagiaan, maka ia harus berusaha secara terus-menerus menumbuhkan sifat-sifat baik yang terdapat dalam jiwa secara profesional, dan dengan demikian sifat-sifat baik itu akan tumbuh dan berurat berakar secara aktual dalam jiwa.

Berdasarkan pengertian ini, maka ajaran akhlak dalam Islam pada dasarnya meliputi kualitas perbuatan manusia yang merupakan ekspresi dari kondisi kejiwaannya.

Islam mengajarkan agar manusia berbuat baik dengan ukuran yang bersumber kepada Allah SWT, sebagaimana telah diaktualisasikan oleh Rasulullah SAW. Apa yang menjadi sifat dan digariskan “baik” olehNya, dapat dipastikan “baik” secara esensial oleh akal pikiran manusia (Ilaihi, 2006: 29-30).

C. Desain Grafis Sebagai Seni Dakwah

1. Dakwah sebagai seni desain grafis

Pekerjaan desain grafis menuntut pemahaman terhadap esensi dunia visual dan seni (estetika). Sebab desain grafis menerapkan elemen-elemen dan prinsip-prinsip desain (komposisi) dalam memproduksi sebuah karya visual. Desain grafis menerapkan beberapa prinsip, yakni: Kesederhanaan, Keseimbangan, Kesatuan, Penekanan, dan Repetisi. Sedangkan elemen-elemen yang diusungnya meliputi Garis, Bentuk, Ruang, Tekstur, dan Warna. Dan pada akhirnya sang penikmat karya visual akan memberikan penilaian, seperti apa yang dikatakan Kant: Nilai Estetis dan Nilai Ekstra. Nilai estetis diperoleh melalui penggunaan elemen-elemen dan prinsip-prinsip. Sedangkan nilai ekstra muncul: gerakan (animasi), percepatan, lambaian, suasana panas, atmosfer tenang dan lain – lain (Sitepu, 2013 : 7).

Seni Islam adalah hasil kerja manusia yang memiliki unsur-unsur sesuai dengan syariat Islam. Namun terkadang orang Islam meminta bantuan terhadap orang non Islam untuk

menghasilkan karya seni Islam. Meskipun demikian karya seni tersebut masih dianggap sebagai seni Islam. Karena karya tersebut dikonsep oleh orang Islam. Keberagaman gaya seni dalam Islam dapat diterima apabila tidak bertentangan dengan syariat Islam.

Seni yang ditujukan untuk Allah adalah seni yang mengandung nilai-nilai akhlak Islam. Seni Islam adalah bagian dari kebudayaan Islam. Seni Islam dan seni bukan Islam memiliki perbedaan dari sisi niat dan nilai-nilai yang terkandung dalam karya seni tersebut.

Seni Islam mengandung konsep ketauhidan dan pengabdian kepada Allah. Dalam Islam, seni dibentuk dengan tujuan melahirkan umat yang baik dan beradab. Dengan demikian, jelas bahwa seni Islam memiliki sifat-sifat yang baik, halal, dan berakhlak (<http://eprint.walisongo.ac.id/>).

Berdakwah adalah kewajiban bagi setiap manusia, dalam melakukan dakwah tidak harus dilakukan dengan ceramah, dan berdakwah juga tidak harus dilakukan oleh para Ustad atau ustadzah karena sejatinya berdakwah adalah melakukan *amar ma'ruf nahi munkar*, yaitu mengajak dalam kebaikan dan mencegah kemungkaran. Media dakwah untuk menyampaikan pesan bisa dari apa saja salah satunya adalah media gambar ataupun media visual. Kebanyakan orang lebih menyukai gambar visual dari pada teks ataupun bacaan bahkan lisan.

Sebagaimana yang dilakukan oleh para desainer grafis saat ini, mereka mengajak untuk memperbaiki umat dengan menggunakan program desain grafis sebagai media kemasan dakwah untuk memudahkan *mad'u* (umat) memahami pesan-pesan Islam yang di konstruksi secara interaktif untuk memperbaiki perilaku umat menjadi baik. Mereka melakukan kegiatan dakwahnya dengan memanfaatkan segala potensi yang dimiliki untuk menyiarkan agama Islam dengan karya baru yang berbeda.

Dalam menyampaikan pesan agama perlu ada media penunjang untuk membantu Dai dalam memudahkan *mad'u* menerima informasi agama dari Dai dan Muballigh. Sebagaimana Hadis Rasulullah SAW. Khotibunnasi 'ala qadri 'ukulihim artinya: "Sampaikanlah informasi atau berbicaralah kepada manusia sesuai dengan tingkat akal, budaya, pikiran dan tingkat kecerdasannya". Dalam menyampaikan pesan dakwah harus memberikan kemasan yang menarik untuk dapat memberikan keterkaitan kepada *Mad'u*.

Proses pembuatan naskah dakwah interaktif yang berbasis digital salah satu indikator sistem informasi dakwah dalam lembaran elektronik interaktif jika elemen dalam pesan dakwah memiliki unsur-unsur yang saling terintegrasi dalam aplikasi sebagai berikut:

- a. Teks/symbol: adalah dasar dari semua aplikasi sebagai tampilan makna dilayar *style fonts* yang ditampilkan dipilih yang nyaman dipandang mata sehingga dapat menarik perhatian panca indra.

Teks adalah bagian dari desain grafis yang mempelajari bentuk-bentuk huruf yang sesuai dengan pesan yang akan disampaikan.

- b. *Image*: gambar atau vektor/*bitmap* kekuatan gambar lebih kuat memengaruhi *mad'u* dibanding dengan sebuah teks.
- c. *Movie*: gerakan, sebuah pesan akan lebih menarik jika terjadi *motion* (gerakan) dalam mendesain pesan dakwah.
- d. *Animation*: Begitupula *animation* merupakan unsur yang harus ada dalam sebuah pesan dakwah. Unsur *animation* yang bergerak dapat menjelaskan lebih akurat jika dibandingkan dengan *movie*, kelebihan animasi gambar dapat di ulang-ulang sesuai keinginan *mad'u*.
- e. *Sound*: Suara yang disertakan memiliki kekuatan tersendiri yang dapat mendramatisir pesan dakwah lebih menarik. Suara juga punya kelebihan jika gambar bersuara sehingga memiliki karakter.
- f. *User Control*: Kelengkapan fasilitas pesan dakwah yang digunakan Dai dan Muabbligh untuk mengendalikan program. Misalnya perpindahan dari halaman kehalaman lainnya (Kusdiyanto, 2007 :15).

Desain grafis dakwah yang profesional perlu mengetahui komposisi materi dakwah. Komposisi berarti pengorganisasi unsur-unsur rupa yang disusun dalam karya desain grafis dakwah untuk memanjakan mata *mad'u* jika mengakses data atau dapat dimaknai juga komposisi adalah menempatkan sesuatu objek berdasarkan

fungsinya atau karakter yang tepat sehingga dapat memudahkan panca indra manusia dalam menyerap pesan-pesan dakwah. Hal ini diperkuat oleh teori Mc Luhan bahwa media adalah merupakan perpanjangan panca indra manusia maka unsur-unsur yang perlu diperhatikan dalam kemasan dakwah adalah prinsip-prinsip komposisi pesan dakwah antara lain:

- a. Kesatuan: Satu ide yang tersusun dari unsur-unsur warna, garis, teks cita rasa, yang saling mendukung dan membentuk satu kekuatan karakter yang indah dan menarik perhatian panca indra manusia.
- b. Menentukan dominasi dalam sebuah titik fokus sehingga pesan yang disampaikan bisa tepat sasaran. Misalnya dalam sebuah karya desain grafik seni budaya Islam. Terdapat brosur tentang sejarah masuknya Islam di Maluku. Dalam tulisan itu di tampilkan tokoh pembawa Islam dengan menggunakan bahasa khas sehingga orang dengan mudah inti pesan yang disampaikan. Begitu pula dalam dunia fotografi ada titik fokus yang perlu ditampilkan dalam komposisi *image* (foto) sehingga mata dapat mendeteksinya bahwa yang dimaksudkan dalam foto ini adalah ini yang ditonjolkan atau pesan yang ingin disampaikan.
- c. Dominasi Ukuran: sebuah karya desain grafis ukuran memiliki daya tarik tersendiri. Untuk semua bidang perlu diberi sentuhan

garis sehingga semua bidang saling menunjang dan mengokohkan.

- d. Dominasi Warna: Setiap karya ada warna yang mendominasi sesuai visi dan misi dari semangat yang melatarbelakangi membuat sebuah karya. Gunakan warna yang saling mendukung tidak kontra produktif antara warna yang satu dengan warna yang lain. Setiap sentuhan garis dan warna memiliki makna filosofi yang memiliki nilai estetika.
- e. Dominan pada letak/Penempatan: Faktor penunjang sebuah karya seni desain grafis digital adalah tempat/lingkungan di mana diletakkan atau dipajang yang mudah dilihat oleh orang.
- f. Menyatukan Arah: setiap karya harus memiliki *point of view*. Sebagai daya tarik awal bagi *mad'u*.
- g. Menyatukan bentuk: Bentuk yang tidak boleh terlalu rumit sehingga responden sulit mencerna pesan yang ingin disampaikan. Dengan demikian pesan yang disampaikan harus jelas, dan memiliki satu kesatuan bentuk yang dapat memacu responden sehingga mudah dicerna.
- h. Keseimbangan atau *balance* yang dimaksudkan adalah semua bidang ruang titik fokus objek yang didesain memiliki simetris, memusat, dan menyebar. Ke-3 model keseimbangan ini memiliki karakter dan kekuatan tersendiri, sebagai seorang desainer grafis hanya perlu memperhatikan kondisi budaya dan

naluri (psikologi) responden setempat (Syarifudin, 2011 :61-64).

2. Facebook sebagai metode dakwah

Facebook adalah sebuah situs web jejaring sosial populer yang diluncurkan pada Februari 2014. Facebook didirikan oleh Zuckerberg, seorang mahasiswa Harvard kelahiran 14 Mei 1984 dan mantan murid Ardsley High School. Facebook memungkinkan para pengguna dapat menambahkan profil dengan foto, kontak ataupun informasi personal lainnya dan dapat bergabung dalam komunitas untuk melakukan koneksi dan berinteraksi dengan pengguna lainnya.

Banyaknya fitur dalam Facebook memberikan keleluasaan bagi penggunanya. Facebook bisa dimanfaatkan untuk memasang iklan, melakukan jual beli secara on-line, melihat *timeline* teman, mengirim gambar mengirim pesan dan masih banyak lagi manfaat dari Facebook. Selain itu dalam Facebook juga terdapat grup yang dibuat oleh para komunitas yang memiliki kepekaan dan kepedulian yang sama, contohnya *Muslim designer community* (MDC) yang mengirimkan gambar yang mengandung nilai Islam didalamnya.

Dakwah melalui Facebook dapat dinilai sangat efektif dan potensial dalam berbagai alasan, diantaranya adalah:

- a. Mampu menembus ruang dan waktu dalam sekejap dengan biaya dan waktu yang relatif terjangkau;

- b. Pengguna jasa internet setiap tahunnya meningkat drastis, ini berarti berpengaruh pula pada jumlah sasaran dakwah;
- c. Dakwah melalui internet menjadi salah satu pilihan masyarakat, berbagai situs mereka bebas memilih materi dakwah yang mereka sukai, dengan demikian pemaksaan kehendak tidak bisa dihindari. (<http://blogfajri.wordpress.com>).