

PERANCANGAN VISUAL DAKWAH ISLAMI *PUBLIC REMINDER* MELALUI KONTEN KREATIF ILUSTRASI

Abu Hamzah Ashidiqi ⁽¹⁾, Eko Darmawanto ⁽²⁾, Kukuh Dwi Wijanarko ⁽³⁾, Syamsul Maarif ⁽⁴⁾
Desain Komunikasi Visual, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara.
[Hello.abuhamzah@gmail.com](mailto>Hello.abuhamzah@gmail.com), ekodarmawanto@unisnu.ac.id, KukuhDW@unisnu.ac.id,
syamsulmaarif@unisnu.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan teknologi revolusi industri 4.0 memungkinkan masyarakat secara global menggunakan media sosial dalam berbagai aspek kehidupan. Inovasi dalam penyampaian dakwah kepada masyarakat diperlukan agar metode dakwah dapat berkembang dan mengikuti perkembangan zaman dan teknologi yang ada. Perancangan dakwah visual islami melalui konten kreatif ilustrasi akan menggunakan objek Ponpes Az Zahra Mlonggo dengan melihat subjek santri sebagai perbandingan dalam perancangan dakwah islami melalui konten kreatif ilustrasi. Analisis data kualitatif akan menggunakan metode alir dan metode perancangan akan menggunakan metode eksplosing dan glassbox. Hasil dari perancangan dakwah islami melalui konten kreatif ilustrasi merupakan sebuah pembaharuan dalam metode penyampaian dakwah pada masa milenial sekarang dengan menggunakan media kreatif yang diharapkan dapat menjadi public reminder sehingga dapat menambah ilmu, saling mengingatkan, dan merubah individu atau kelompok kepada arah kebaikan.

ABSTRAC

The technological development of allows people globally to use social life. Innovation in the delivery of needed so that the da'wah method the times and existing technology. da'wah through creative illustration Ponpes Az Zahra Mlonggo by as a comparison in the design of creative illustration content. use the flow method and the design and glassbox method. The results of through creative illustration content delivering da'wah in the present media which is expected to become can add knowledge, remind each or groups to a good direction.

Kata Kunci:
*perancangan
visual, dakwah,
konten, ilustrasi*

the industrial revolution 4.0 media in various aspects of da'wah to the community is can develop and keep up with The design of Islamic visual content will use the object of looking at the subject of santri Islamic da'wah through Qualitative data analysis will method will use the explosive the design of Islamic da'wah is a renewal in the method of millennium by using creative a public reminder so that it other, and change individuals

Kata Kunci: *visual
design, da'wah,
content, illustration*

Pendahuluan

Dakwah merupakan kegiatan yang dilakukan untuk mengajak, dan mempengaruhi seseorang individu atau golongan kelompok untuk melakukan kebaikan dan meninggalkan perbuatan kemunkaran untuk kebahagiaan dunia dan akhirat. Secara etimologi kata dakwah berasal dari bahasa arab yang berbentuk mashdar dari kata da'a yad'u yang mempunyai arti seruan, ajakan, atau panggilan. Arti kata dakwah merupakan sebuah ajakan kepada kebaikan, atau mengajak kepada keburukan. Namun dalam persepsi masyarakat islam, dakwah lebih dipahami sebagai upaya untuk mengajak kepada kebaikan atau jalan yang benar untuk melakukan sebuah kebaikan. Definisi dakwah telah dikemukakan oleh para ahli dengan menggunakan sudut pandang mereka masing-masing.

Revolusi industri 4.0 memungkinkan segala aspek informasi dan teknologi untuk tersambung ke internet. Sambungan internet tersebut dapat diakses secara bersama untuk mencari dan menyebarkan informasi. Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi seperti sekarang ini mempengaruhi masyarakat dalam penggunaan sarana dan prasarana dalam berbagai aspek kehidupan seperti bidang pendidikan, sosial, budaya ekonomi tidak terkecuali bidang dakwah. Dengan adanya media teknologisekarang ini seperti televisi, internet, radio, memungkinkan penyampaian dakwah dapat melalui media-media tersebut. Pandemi Covid-19 memungkinkan segala aspek kehidupan menggunakan media online sebagai penunjang aktivitas dalam kesehariannya, dikarenakan aturan dari pemerintah dan tim satgas covid-19 tentang aturan untuk menjaga jarak dan tidak melakukan kerumunan selama masa Pandemi. Media online untuk masa pandemi sekarang merupakan solusi dalam melaksanakan keberlangsungan kegiatan dalam berbagai bidang dan aspek kehidupan, seperti bidang pendidikan, ekonomi dan berbagai bidang lainnya. Dikarenakan masih sedikit akun-akun dakwah yang sesuai dengan ahlu sunnah waljamaah dan keadaan pandemic covid-19 pada era sekarang, maka diperlukannya generasi kreator kreatif dalam penyampaian khasanah islami yang sesuai dengan ahlu sunnah waljamaah dengan metode yang menarik dan kreatif. Penggunaan media sosial sebagai media dakwah dalam penyampaian materi dakwah atau konten visual harus memperhatikan berbagai aspek-aspek dalam penyampaian dakwah, media atau materi yang disampaikan harus relevan dan menarik

untuk dimuat menjadi sebuah konten dakwah islami. Berdasarkan permasalahan yang terpaparkan maka pentingnya dilakukan perancangan dakwah islami melalui konten kreatif ilustrasi, sehingga dapat menjadi sebuah solusi dan inovasi dalam penyampaian dakwah pada zaman revolusi industri 4.0 dan perkembangan teknologi. Penyampaian materi dakwah dalam bentuk ilmu akhlaq, fiqh, dan berbagai materi lainnya yang dapat dikemas dan dimuat dengan menggunakan objek visual ilustrasi yang menarik dan kreatif.

Tujuan Penelitian

Merancang konten visual dakwah islami public reminder melalui konten kreatif ilustrasi sebagai upaya mengingatkan berbuat kebaikan dan alternatif media dakwah.

Visual Dakwah Islami Public Reminder Melalui Konten Kreatif Ilustrasi

Arti kata dakwah merupakan sebuah ajakan kepada kebaikan, atau mengajak kepada keburukan. Namun dalam persepsi masyarakat islam, dakwah lebih dipahami sebagai upaya untuk mengajak kepada kebaikan atau jalan yang benar untuk melakukan sebuah kebaikan. Definisi pengertian yang dapat diambil dari uraian pengertian diatas adalah dakwah merupakan kegiatan yang dilakukan untuk mempengaruhi atau mengajak perseorangan individu untuk melakukan kebaikan dan meninggalkan keburukan atau kemunkaran untuk kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat. Pengertian konten menurut kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) konten adalah informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik. Konten dalam konteks komunikasi dan media merupakan pesan (message) atau informasi (information) yang disajikan melalui media, lebih utamanya media internet.

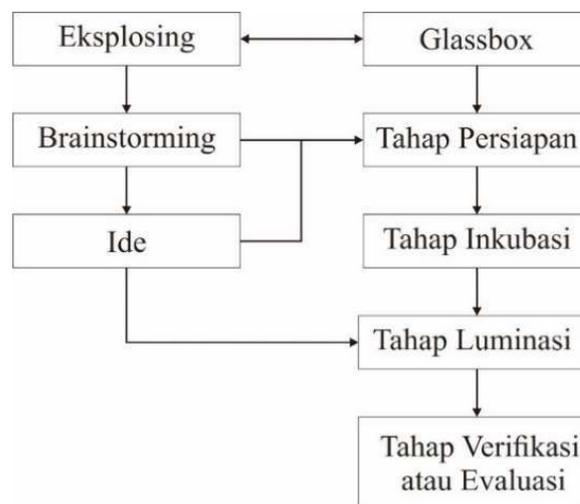
Kreatif dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia mempunyai arti kemampuan untuk mencipta, perihal berkreasi dan kekreatifan. Kreatif dibutuhkan manusia untuk membuat suatu hal yang inovatif dalam penyelesaian masalah dan kepentingan lainnya, sedangkan ilustrasi Menurut Rohidi (1984:87), adalah penggambaran suatu hal melalui elemen rupa untuk lebih menerangkan, menjelaskan, atau memperindah suatu teks sehingga pembaca dapat seolah-olah merasakan langsung sifat-sifat gerak, dan kesan cerita yang disajikan.

Dalam penyampaian dakwah, pesan yang disampaikan harus disesuaikan dan dikemas dengan segmentasi yang menjadi target penyampai pesan dakwah atau dai. Pada perancangan dakwah islami melalui konten kreatif ilustrasi ini yang disampaikan merupakan sebuah pesan pengingat kepada masyarakat publik tentang kampanye berbuat kebaikan dan mengingatkan melalui media sosial. Penggunaan media sosial sebagai media penyampaian dakwah maka konten harus memiliki pesan yang bertema dan sesuai dengan realita keadaan masyarakat yang menjadi segmen target media sosial. Konten pesan dakwah islami sebagai pesan verbal akan divisualisasikan sebagai penerjemah pesan verbal dakwah yang diharapkan mampu menjadi strategi penyampaian khasanah islami.

Media penyampaian pesan dakwah islami ini akan dilakukan publikasi melalui media sosial sebagai *new media* dalam era revolusi industri 4.0. Konten sendiri merupakan pesan atau isi kandungan yang tersedia dalam media elektronik sehingga penyampaian pesan dakwah islami ini disampaikan melalui media sosial dengan menggunakan ilustrasi sebagai objek kreatif. Penyampaian dakwah islami melalui sebuah konten kreatif ilustrasi dapat menjadi solusi inovatif dalam penyampaian khasanah islami. Hal-hal yang mengandung keburukan dalam media sosial juga dapat diimbangi dengan perancangan ini. Perancangan visual dakwah islami melalui konten kreatif ilustrasi sebagai pembaharuan metode dakwah pada revolusi industri 4.0 memerlukan perancangan dengan menggunakan metode perancangan dan analisis data ataupun kecerdasan sebagai tolak ukur dan usahamaksimal perancangan yang diharapkan mampu untuk merancang dan publikasikan konten dakwah dengan baik. Konten dalam bentuk verbal perlu divisualisasikan dengan berbagai macam ide kreatif dan menarik untuk membentuk pesan yang menarik dan baik. Perancangan konten dakwah sebagai pesan kepada publik perlu melakukan analisis tolak ukur dalam perancangannya dengan melakukan brainstorming untuk melakukan penilaian terhadap konten yang dibuat. Selain itu brainstorming diperlukan juga sebagai pembentukan ide kreatif atau konsep terhadap perancangan konten dalam bentuk pesan verbal atau konten dalam bentuk visual. Tahapan selanjutnya dalam perancangan dapat dilanjutkan dengan berbagai media dan teknik dalam visualisasi karya.

Konsep dan Perancangan

Metode eksplosing dan metode glassbox akan digunakan penulis dalam perancangan dakwah islami ini. Metode eksplosing dan metode glassbox akan dikombinasikan sehingga akan menghasilkan konten ilustrasi yang akan menjadi dakwah islami.



Gambar 1. Alur Metode Desain
(Sumber: Penulis, 2020)

Strategi Kreatif melalui konten

Dalam perancangan konten, penulis mengelompokkan materi menjadi 2 yaitu akhlaq dan amaliyah. Akhlaq sendiri merupakan pokok atau landasan dalam bersosial untuk membentuk hubungan yang baik antar manusia dengan Allah, manusia dan alam sekitar. Konten amaliyah sendiri yang dibuat penulis adalah untuk memberikan pengetahuan dan pengingat dalam beribadah bersosial dan sebagainya. Konten dalam bentuk amaliyah penulis rancang dengan pokok materi yang ringan dan sederhana, sesuai dengan umur dan keadaan yang perlu diketahui dalam keadaan sekarang ini.

Strategi Kreatif melalui Ilustrasi

Ilustrasi yang digunakan penulis dalam penyampaian pesan konten memiliki gaya *flat* desain dan lebih simple. Perancangan ilustrasi dalam penjelasan pesan yang disampaikan berfungsi juga untuk sebagai point of interest dan keunikan dalam konten. Ilustrasi akan menjadi titik perhatian utama dalam melihat desain yang dibuat sehingga akan berpengaruh terhadap pesan atau teks yang disisipkan dalam desain, sehingga penulis akan memposisikan ilustrasi dan konten dengan baik.

Pemilihan Media

No	Hambatan	Solusi	Output	
1	-	Penyampaian dakwah pada masa pandemi.		
-	Dakwah pada era milenial revolusi industri 4.0	Perancangan visual konten dakwah islami	Konten Ilustrasi Instagram	
2	-	Media yang dapat menjadi reminder untuk dilihat setiap hari masih sedikit.	Membuat kalender yang memuat konten dakwah islami.	Kalender
3	-	Banyak media yang dapat digunakan untuk keseharian sebagai reminder tetapi belum didukung dengan sebuah media pendukung promosi.	Membuat media desain stiker yang memuat konten reminder.	Stiker
4	-	Masa pandemi yang harus melakukan sosial distancing dengan penggunaan barang yang digunakan secara bersamaan		
-	Banyaknya limbah plastik	Membuat media desain tumbler yang memuat konten reminder.	Tumbler	
5	-	Penyampaian dakwah kepada publik dengan menggunakan media printing dan digunakan oleh individu masih sedikit.	membuat media desain kaos yang memuat konten public reminder.	Kaos
6	-	Banyak orang yang menggunakan	Membuat media desain	Gantungan Kunci

		kunci untuk keamanan almari, kamar, motor yang menggunakan gantungan kunci seadanya.	Gantungan kunci yang memuat konten public reminder.	
7	-	Belum ada identitas media secara visual untuk akun Instagram ngaji visual.	Membuat media desain logo untuk ciri visual akun Instagram ngaji visual.	water mark

Strategi Visual Nonverbal

Perancangan visual dakwah islami dalam perancangannya diperlukan konsep visual untuk menghasilkan perancangan yang sesuai dan dapat menyampaikan pesan dakwah islami dengan menggunakan data dan ide yang ada. Pembuatan konsep visual dapat menghindari kesalahan dalam perancangan agar penyampaian pesan atau makna yang ingin di sampaikan kepada audient. Penyampaian dakwah islami secara visual kreatif diperlukan kesesuaian antara konten yang dibuat secara tekstual dan kekaryaannya. Sehingga pesan dapat tersampaikan dengan baik dan dapat di pahami, diterima oleh audient.

A. Persiapan

Perancangan konten dilakukan terlebih dahulu oleh penulis sebelum melakukan perancangan desain. Tahap awal penulis melakukan *browsing* di internet, dari web media kreatif, media sosial dengan melihat berbagai akun dan sumber yang mempunyai isi yang menarik dan sesuai dengan perancangan yang dilakukan oleh penulis untuk mendapatkan konsep dan gagasan ide kreatif. *Brainstorming* atau bertukar pendapat dilakukan penulis untuk membuat konsep ide atau gagasan ide kreatif agar ide dapat menjadi lebih matang dan bagus untuk tahapan selanjutnya.

B. Tahap Inkubasi

Tahapan selanjutnya adalah tahapan yang hampir sama dengan tahapan awal yang bertujuan untuk menghasilkan ide kreatif dengan mengelola alam bawah sadar agar terlahir ide gagasan yang baik. Penulis melakukan kegiatan yang menyenangkan bagi penulis sendiri seperti melihat akun media sosial berupa konten desain, bermain game, ngopi, dan lain sebagainya.

C. Tahap Luminasi

Tahap luminasi adalah tahap penulis melakukan eksekusi terhadap ide, gagasan konsep kreatif yang di dapatkan oleh penulis menjadi rough layout, comprehensif layout sehingga menghasilkan final desain. Pada tahap ini adalah tahap ini dari proses penciptaan karya visual dari verbal menjadi nonverbal yang berbentuk ilustrasi feed media sosial Instagram, dan media sekunder sebagai media pendukung. Dari sketch yang dibuat pada tahap awal akan dilakukan digitalisasi pada tahap luminasi. Tahap digitalisasi meliputi pembuatan line art, coloring, pemberian shadow, tahap terakhir adalah export desain kedalam bentuk file jpeg.

D. Tahap Verifikasi atau Evaluasi

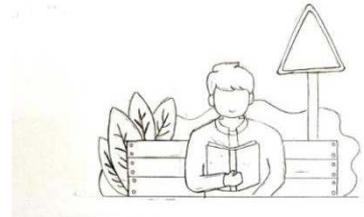
Tahap verifikasi dan evaluasi adalah tahapan akhir dari perancangan. Pada tahap ini penulis melakukan evaluasi dengan meninjau ulang hasil desain dengan memberikan finishing dan melakukan perbandingan antara latar belakang dan hasil desain. Pada tahap ini penulis mengecek kesalahan penulisan atau typo pada konten, check shadow, dan implementasi akhir dengan melihat melalui media mockup.

Ide Konsep

Konsep ilustrasi dakwah islami yang digunakan adalah ilustrasi yang dirancang merupakan ilustrasi yang memberikan makna dan arti pesan visual yang multi tafsir, dikarenakan konten yang telah dirancang merupakan konten yang simple dan mudah difahami sehingga ilustrasi yang dibuat agar dapat lebih membuat pesan yang disampaikan dengan mudah difahami dan ditafsirkan maknanya. Penggunaan unsur visual warna penulis menggunakan karakter warna karakter flat design. Konsep konten dan ilustrasi jika dikombinasikan akan menghasilkan konten yang menyampaikan pesan kebaikan sesuai dengan target audient yang telah ditetapkan.

Rough layout

Rough Layout (Layout Kasar) kegiatan membuat sketsa rancangan untuk pengandaan revisi atau perubahan yang akhirnya akan menjadi rancangan akhir atau final desain. Berikut adalah Rough layout ilustrasi dakwah islami:



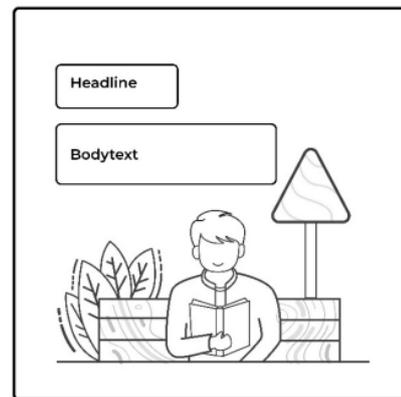
Gambar 2. Rough Layout Remincer Qiroatul Quran
(Sumber: Penulis, 2021)



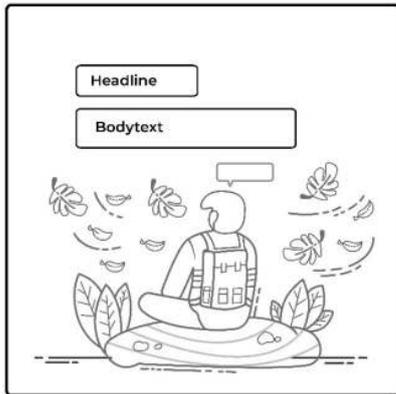
Gambar 3. Rough Layout Konten Muhasabah
(Sumber: Penulis, 2021)

Layout

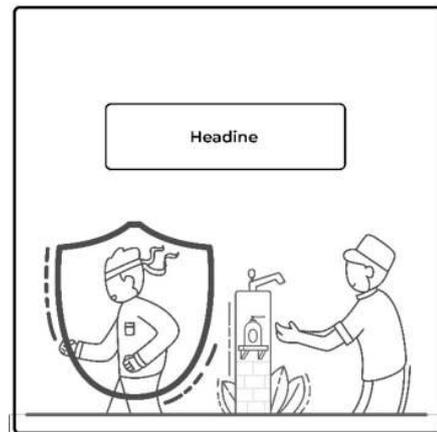
Layout merupakan tata letak dalam elemen desain yang digunakan untuk mengatur suatu bidang, elemen visual desain sehingga dapat menghasilkan kombinasi dan komposisi desain yang baik.



Gambar 4 Layout Reminder Qiroatul Quran
(Sumber: Penulis, 2021)



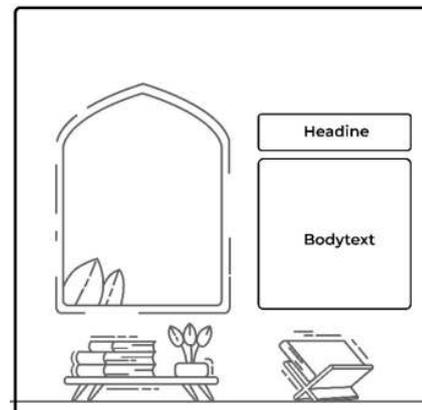
Gambar 5. LayoutKonten Muhasabah
(Sumber: Penulis, 2021)



Gambar 8. Layout Kebersihan
(Sumber: Penulis, 2021)



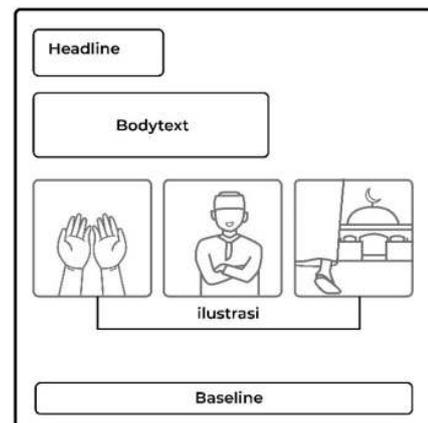
Gambar 6. Layout Konten Penggunaan Gadget
(Sumber: Penulis, 2021)



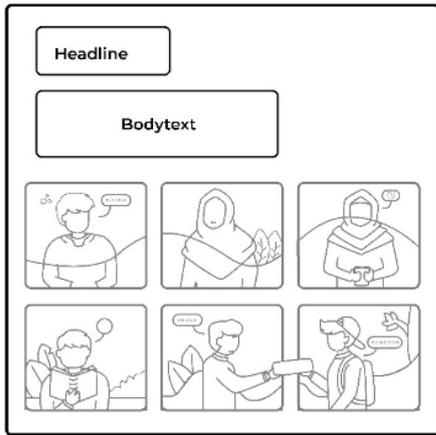
Gambar 9. Layout Konten Do'a
(Sumber: Penulis, 2021)



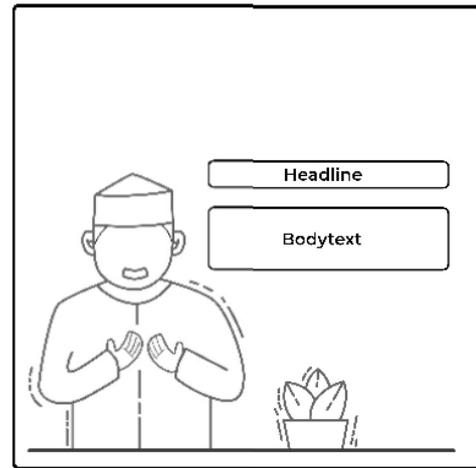
Gambar 7. Layout Konten Akhlaq
(Sumber: Penulis, 2021)



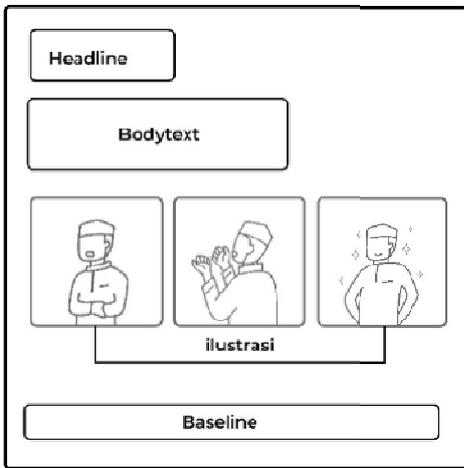
Gambar 10. Layout Konten Kesunnahan Hari
Jum'ah
(Sumber: Penulis, 2021)



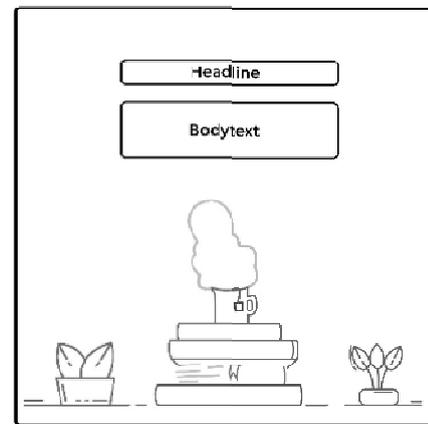
Gambar 11. Layout Konten Adab Bersosial
(Sumber: Penulis, 2021)



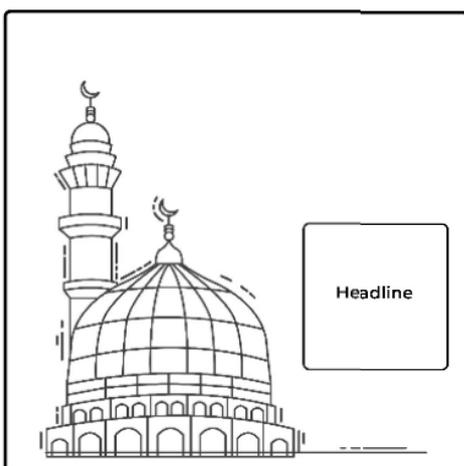
Gambar 14. Layout Konten Do'a
(Sumber: Penulis, 2021)



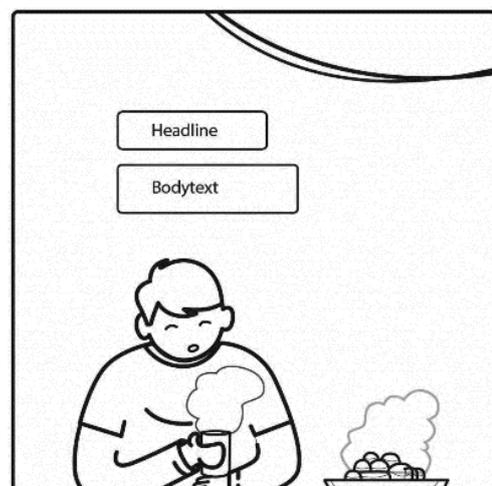
Gambar 12. Layout Konten Adab Beribadah
(Sumber: Penulis, 2021)



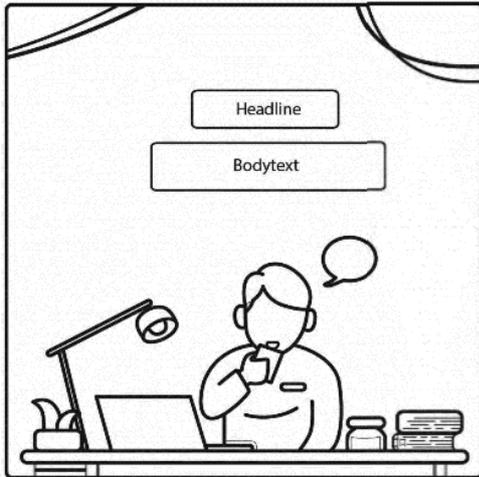
Gambar 15. Layout Konten Reminder Al
Quran
(Sumber: Penulis, 2021)



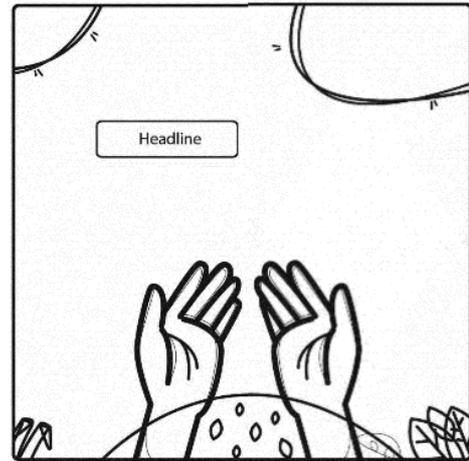
Gambar 13. Layout Konten Keutamaan
Bersholawat
(Sumber: Penulis, 2021)



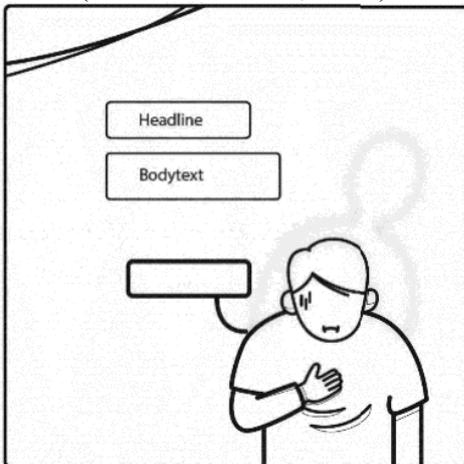
Gambar 16. Layout sunnah makan minum
(Sumber: Penulis, 2021)



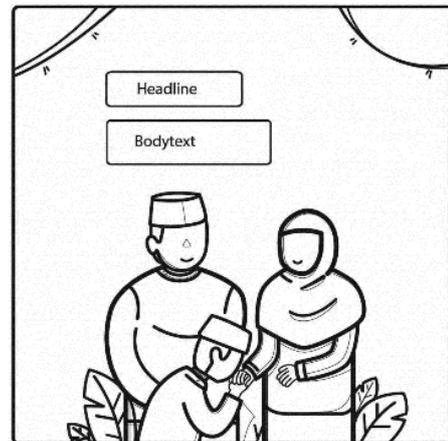
Gambar 17. Layout Konten membaca basmalah
(Sumber: Penulis, 2021)



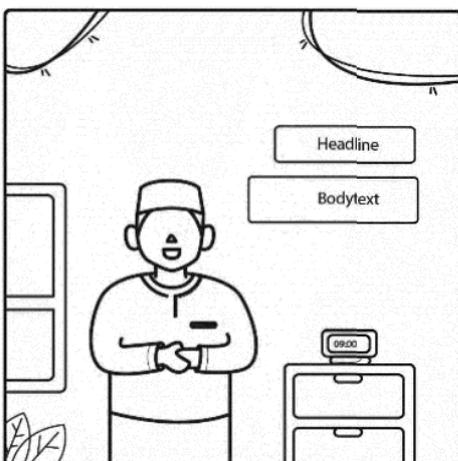
Gambar 20. Layout Konten Doa
(Sumber: Penulis, 2021)



Gambar 18. Layout Konten mengingat mati
(Sumber: Penulis, 2021)



Gambar 21. Layout konten adab kepada orang tua
(Sumber: Penulis, 2021)



Gambar 19. Layout Konten Sholat
(Sumber: Penulis, 2021)



Gambar 22. Desain Feed Instagram Dakwah Islami Public Reminder (Sumber : Penulis, 2021)

Media feed Instagram mempunyai penafsiran makna setiap tampilannya sesuai dengan konten yang dibuat. Berikut adalah penafsiran secara umum makna dari 18 feed konten instagram sebagai berikut :

a. Ilustrasi feed instagram ngaji visual mempunyai makna atau pesan promosi yang disampaikan kepada masyarakat secara luas terkhusus kepada segmentasi yang dituju yaitu remaja dengan mengemas pesan kebaikan pada materi akhlaq dan amaliyah.

b. Media ilustrasi yang digunakan pada akun Instagram ngajivisual terdapat beberapa ilustrasi yang dapat menjadi ilustrasi yang multitafsir dari pesan yang disampaikan dengan orang yang melihat sesuai dengan kemampuan penafsiran masing-masing.

c. Materi-materi pada akun ngaji visual merupakan materi akhlaq dan amaliyah yang diberikan sentuhan visual ilustrasi yang menjadi

strategi promosi dakwah melalui media sosial pada masa sekarang.

Secara garis besar media feed Instagram ngaji visual mempunyai ciri yang khusus dari bentuk verbal maupun non verbal. Ciri verbal pada akun Instagram ngaji visual adalah tentang pesan promosi kebaikan yang disampaikan dalam bentuk akhlaq dan amaliyah. Dua jenis materi tersebut merupakan konten dan menjadi ciri khusus materi pada akun Instagram ngaji visual sebagai *public reminder* dalam berbuat kebaikan. Ciri nonverbal yang melekat khusus pada media akun Instagram ngaji visual adalah penggunaan ilustrasi yang mempunyai style *flat design* untuk digunakan sebagai strategi promosi pesan kebaikan dari pesan yang berbentuk verbal untuk divisualisasikan menjadi non verbal yang menjadi nilai tambah daya tarik bagi masyarakat secara luas atau segmentasi yang telah ditentukan. Penereapan prinsip irama, kesatuan, keselarasan pada akun instagram di setiap tiga baris feed Instagram akan menjadi nilai dan startaegi promosi bagi pengguna media Instagram yang melakukan kegiatan stalking pada akun negaji visual.

Simbol dan makna pada ilustrasi akun Instagram ngaji visual dapat menjadi makna yang multitafsir pada beberapa ilustrasi yang dirancang. Pengambilan makna dapat melalui pesan yang disampaikan melalui pesan verbal pada caption atau feed yang dirancang dan ditambah dengan argumnetasi diri sendiri pada pemaknaan ilustrasi yang dibuat. Inti sari sari dari publikasi pesan promosi kebaikan melalui Instagram ngaji visual adalah ngaji visual dapat menjadi media yang digunakan sebagai muhasabah dan pengingat kebaikan bagi orang yang mengikuti akun tersebut, serta masyarkat umum pengguna media sosial instagram yang mempunyai algoritma instagram yang mengikuti media-media dakwah yang serupa dengan akun ngaji visual.

Pemaparan yang penulis lakukan pada kajian visual media primer perancangan visual dakwah islami *public reminder* melalui konten kreatif ilustrasi mempunyai konklusi bahwa media promosi akun ngaji visual mempunyai ciri verbal dan nonverbal tersendiri yang diharapkan penulis menjadi nilai dan strategi promosi yang baik bagi akun ngaji visual untuk menaikkan nilai impresi pada akun ngaji visual agar dapat berkembang pada waktu yang akan datang.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil Perancangan Visual Dakwah Islami *public Reminder* Melalui Konten Kreatif Ilustrasi dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Perancangan visual dakwah islami melalui konten kreatif ilustrasi merupakan sebuah inovasi dan upaya untuk penyampaian atau penguatan dalam berbuat kebaikan pada zaman sekarang melalui media sosial. Konten yang telah dirancang dalam bentuk konten tekstual dan kemudian dilakukan proses perancangan desain dengan menggunakan acuan konten sehingga dapat menginterpretasikan apa yang dimaksud oleh perancang yaitu materi tentang akhlak dan amaliyah sehingga dapat tersampaikan pesan nilai hasanah dengan perantara media visual ilustrasi dalam bentuk online maupun offline (printing) dan tersampainya kepada khalayak masyarakat atau target audience.

2. Perancangan visual ilustrasi dakwah islami dengan menggunakan media ilustrasi merupakan perancangan yang diperlukan untuk membuat inovasi dalam penyampaian kebaikan. Perancangan ilustrasi dakwah islami *public reminder* melalui konten kreatif ilustrasi dirancang dengan menggunakan konsep ilustrasi kartun flat desain dan penyampaian dengan menggunakan media sosial, sehingga diharapkan mampu menambah nilai kebaikan dan kemanfaatan dalam menggunakan media sosial, media-media lainnya dengan menambah nilai-nilai kebaikan didalamnya.

3. Penyampaian pesan-pesan kebaikan dengan menggunakan media sosial, dapat menjadi inovasi dalam metode dakwah pada era perkembangan teknologi 4.0 dengan penyampaian pesan yang dikemas secara kreatif.

Kepustakaan

Buku

- Alan Male. (2007). *Illustration: A Theoretical & Contextual Perspective*. SA: AVA Publishing.
- Al-Bahra Bin Ladjamudin. 2013. *Analisis dan Desain Sistem Informasi*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Amin, S. M., & Zirzis, A. (2009). *Ilmu dakwah*. Amzah.

- Ardianto, Elvinaro. 2010. *Metode Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif Dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Azis, Moh Ali. 2004. *Ilmu dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Budiman, Kris. (2005). *Ikonsitas: Semiotika Sastra dan Seni Visual*. Yogyakarta: Buku Baik.
- Karl, T. Ulrich & Steven, D. Eppinger. 2001. *Perancangan dan Pengembangan Produk*. Jakarta: Buku, Salemba Teknik. Diterjemahkan Nora Azmi dan Iveline Ane Marie.
- KBBI, 2021, *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*, [Online]
- Kusrianto, A. (2007). *Pengantar desain komunikasi visual*.
- Ladjamudin, A. B. B. (2005). *Analisis dan desain sistem informasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 1, 1-6.
- Lubis, Suwardi. 2007. *System Komunikasi Indonesia*. Medan: Bartong Jaya.
- Miles, M.B & Huberman A.M. 1984, *Analisis Data Kualitatif*. Terjemahan oleh Tjetjep Rohendi Rohidi. 1992. Jakarta, Universitas Indonesia.
- Moleong, Lexy J. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Munandar, U. (1995). *Dasar-Dasar Pengembangan Kreativitas Anak Berbakat*. Jakarta: Depdikbud.
- Munawwir, A. W. (1997). *Kamus al-Munawwir*. Surabaya: Pustaka Progressif.
- Munir dan Wahyu Ilahi. 2006. *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Prenada Media. Pamulu, A. (2007). *Mengembangkan Kreativitas dan Kecerdasan Anak*. Yogyakarta: Citra Media.
- Rachmawati, Y. (2012). *Strategi Pengembangan Kreativitas Pada Anak*. Prenada Media.
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rohidi, T. R. (1984). *Lintasan peristiwa & tokoh seni rupa Indonesia baru*. IKIP Semarang Press.

Samsul Munir Amin, 2009. *Ilmu Dakwah*, Jakarta.

Saputra, Wahidin. 2011. *Pengantar Ilmu Dakwah*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Sugiyono. 2005. Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung: CV. Alfabeta. Syifaun, Nafisah. 2003. Komputer Grafis. Yogyakarta : Graha Ilmu.

Utami, M. (1992). Mengembangkan bakat dan kreativitas anak sekolah. *Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia*.

Ya'qub, Hamzah. 1981. Publistik Islam Teknik Dakwah dan Leader Ship, Bandung : CV. Diponegoro. cet Ke-2,

Jurnal

Aminudin, A. (2018). Konsep Dasar Dakwah. *Al-Munzir*, Hal 29-46.

Fiki, Septiawan. 2017. *Pembuatan konten visual kreatif harian untuk media sosial produk PT. Sinar sosro menggunakan adobe creative cloud 2017* Jurusan Teknologi Informatika dan Komputer, Studi Teknik Multimedia dan Jaringan, Politeknik Negeri Jakarta.

Habibi, Muhammad, *Optimalisasi dakwah melalui media sosial di era milenial*. Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pontianak.

Haq Chotib, Sjahidul. 2017. *Aplikasi pendidikan dakwah menggunakan media komunikasi visual komik religi*. *Jurnal Studi Islam*, Vol. 4

Ni'mah, Nilman. 2016. *Dakwah komunikasi Visual. Islamic Communication Journal*, Vol 1 : 109 - 111

Nirwan Wahyudi. AR . 2017. *Dakwah Melalui Desain Grafis (Studi Fenomenologi Aktivitas Dakwah Grafis pada Muslim Designer Community)*, Dakwah dan Komunikasi, Pascasarjana UIN Alauddin Makassar.

Pranata, Andi. 2016. *Desain grafis akun berdakwah sebagai media dakwah (studideskriptif terhadap media sosial line)*. Komunikasi dan penyiaran islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Putra, A. (2012). N., Lakoro, Rahmatsyam. 2012. Perancangan Buku Ilustrasi Musik Keroncong. *Jurnal Teknik POMITS, 1*

Toybah, Nur Rizky. 2016. "Dakwah Komunikasi Visual Melalui Instagram Akun @HADITSKU" *Jurnal Al Hiwar Jurnal Ilmu dan Tehnik Dakwah*, Vol. 04 :

Warda Firdausi Karimah . 2017. *Etika Dakwah dalam Pesan Berbentuk Desain Komunikasi Visual*. Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Malang

Zulkarnaini, 2015. *Dakwah islam di era modern*, *Jurnal Risalah* Vol. 26, No. 3.