

**ANALISIS ISI PESAN DAKWAH AKHLAK PADA DESAIN  
POSTER *ONE DAY ONE STORY* (ODOS) KOMUNITAS  
RUANG EDIT INDONESIA**



**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat meraih gelar Sarjana Sosial (S.Sos.) pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Jurusan Ushuluddin, Adab, dan Dakwah (UAD) Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Majene.

**Oleh:**

**MUHAMMAD YASSIR SAFRI**

**NIM: 30356121015**

**JURUSAN USHULUDDIN, ADAB, DAN DAKWAH**

**STAIN MAJENE**







**2025**

## PENGESAHAN SKRIPSI


Skripsi yang berjudul "Analisis Isi Pesan Dakwah Akhlak pada Desain Poster One Day One Story (ODOS) Komunitas Ruang Edit Indonesia" yang disusun oleh Muhammad Yassir Safri, NIM. 30356121015, mahasiswa program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, jurusan Ushuluddin Adab dan Dakwah STAIN Majene, telah diuji dan dipertahankan dalam sidang Munaqasyah yang diselenggarakan pada hari Selasa, tanggal 26 Agustus 2025 M, bertepatan dengan 2 Rabiul Awal 1447 H, dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos.) pada program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam dengan beberapa perbaikan.

Majene, 10 September 2025 M  
17 Rabiul Awal 1447 H

### DEWAN PENGUJI

Ketua	: Dr. Muhammad Rais, M.Si.	: (  )
Sekretaris	: Rahmat Nurdin, M.Ag.	: (  )
Munaqisy I	: Ir. Mila Jumarlis S.Pt., S.Kom., M.Kom.	: (  )
Munaqisy II	: Muh. Aswad, S.Kom.I., M.Sos.	: (  )
Pembimbing I	: Muhtar, M.I.Kom.	: (  )
Pembimbing II	: Dr. Nirwan Wahyudi AR, S.Sos., M.Sos.	: (  )

Diketahui oleh:  
Ketua Jurusan Ushuluddin Adab dan Dakwah

  
**Dr. Muhammad Rais, M.Si.**  
NIP: 197111192006041022

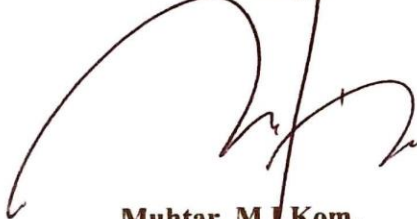
## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing penulisan skripsi saudara Muhammad Yassir Safri NIM: 30356121015, Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam pada Jurusan Ushuluddin Adab dan Dakwah STAIN Majene, setelah meneliti dan mengoreksi secara seksama Skripsi berjudul “Analisis Isi Pesan Dakwah Akhlak pada Desain Poster *One Day One Story* (ODOS) Komunitas Ruang Edit Indonesia” memandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat ilmiah dan dapat disetujui untuk diuji pada sidang munaqosyah.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk diproses lebih lanjut.

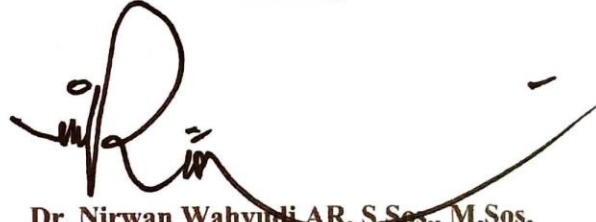
Majene, 21 Agustus 2025

Pembimbing I



**Muhtar, M.I.Kom.**  
NIP; 198706062019031007

Pembimbing II



**Dr. Nirwan Wahyudi AR, S.Sos., M.Sos.**  
NIP; 199309122019031006

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

### Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Yassir Safri  
Nim : 30356121015  
Tempat Tanggal Lahir : Kanang, 08 Mei 2002  
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Jurusan : Ushuluddin Adab dan Dakwah  
Alamat : Kanang, Desa Batetangnga, Kec. Binuang, Kab. Polewali mandar, Prov. Sulawesi Barat.  
Judul : Analisis Isi Pesan Dakwah Akhlak pada Desain Poster One Day One Story (ODOS) Komunitas Ruang Edit Indonesia

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar adalah karya sendiri. Jika dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya, batal secara hukum.

Majene, 21 Agustus 2025  
Penyusun,



Muhammad Yassir Safri  
NIM: 30356121015

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah Swt atas limpahan rahmat serta hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Analisis Isi Pesan Dakwah Akhlak pada Desain Poster *One Day One Story (ODOS) Komunitas Ruang Edit Indonesia***”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos.) di Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Majene. Selawat serta salam semoga selalu tercurah kepada baginda Nabi Besar Muhammad Saw. sebagai *uswatun hasanah* bagi kita semua dalam hidup dan kehidupan kita, baik di dunia maupun di akhirat kelak.

Mengingat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman dalam penulisan, sehingga skripsi ini tentunya tidak lepas dari kekurangan dan masih jauh dari kesempurnaan. Alhamdulillah, berkat usaha, doa, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak skripsi ini diselesaikan. Untuk itu penulis sampaikan terima kasih kepada:

1. Ketua Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Majene Prof. Dr. Hj. Wasilah Sahabuddin, S.T., M.T. Wakil Ketua I STAIN Majene, Dr. Muhammad Nasir, M.A. Wakil ketua II STAIN Majene, Dr. Basman, M.Ag. Wakil Ketua III STAIN Majene, Abdul Rahman, M.Pd., Ph.D., CPM.
2. Ketua Jurusan Ushuluddin Adab dan Dakwah Dr. Muhammad Rais, M.Si.
3. Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Dr. Nirwan Wahyudi AR, S.Sos., M.Sos.
4. Dosen pembimbing I Muhtar, M.I.Kom. dan Dosen pembimbing II Dr. Nirwan Wahyudi AR, S.Sos. M.Sos.
5. Dosen penguji I Ir. Mila Jumarlis, S.Pt., S.Kom., M.Kom. dan Dosen penguji II Muh. Aswad, S.Kom.I., M.Sos.

6. Dosen Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah memberikan bekal Ilmu selama masa perkuliahan.
7. Kepala perpustakaan STAIN Majene serta jajarannya.
8. Ibunda tercinta yang selalu berjuang melihat anaknya meraih kesuksesan serta seluruh keluarga besar atas semua dukungannya.
9. Orang tua Kost t-Bink yang selalu memberikan banyak dukungan selama masa perkuliahan.
10. Komunitas Ruang Edit Indonensia yang telah banyak memberikan pelajaran dan pengalaman baru bagi penulis dalam menekuni bidang kreatif (desain grafis).

Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis, peneliti selanjutnya, Komunitas Ruang Edit, dai, Konten Kreator Dakwah. Permohonan maaf atas kekurangan skripsi ini.

Majene 21 Agustus 2025  
Penyusun,

**Muhammad Yassir Safri**  
NIM; 30356121015

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>x</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Fokus Penelitian dan Deskripsi Fokus .....	9
C. Rumusan Masalah .....	10
D. Kajian Pustaka.....	10
E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	13
<b>BAB II TINJAUAN TEORETIS</b> .....	<b>15</b>
A. Analisis Isi ( <i>content analysis</i> ) .....	15
B. Dakwah .....	19
C. Poster.....	30
D. Kerangka Konseptual .....	38
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>40</b>
A. Jenis dan Lokasi Penelitian .....	40
B. Pendekatan Penelitian .....	41
C. Sumber Data.....	41
D. Metode Pengumpulan Data .....	42
E. Instrumen Penelitian.....	43

F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data .....	44
G. Pengujian Keabsahan Data.....	45
<b>BAB IV PESAN DAKWAH AKHLAK PADA DESAIN POSTER <i>ONE DAY ONE STORY</i> (ODOS) KOMUNITAS RUANG EDIT INDONESIA .....</b>	<b>47</b>
A. Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	47
1. Profil dan Sejarah Singkat Komunitas Ruang Edit Indonesia .....	47
2. Program <i>One Day One Story</i> (ODOS).....	49
B. Analisis Pesan Dakwah Akhlak pada Desain Poster <i>One Day One Story</i> (ODOS) Ruang Edit Indonesia.....	50
1. Poster “Minimal Kita Mengerti Makna Maaf, Tolong, dan Terima Kasih”.....	52
2. Poster “Kekuatan Terbesar Manusia” .....	60
3. Poster “Tiga Perkara Tanda Ikhlasnya Niat” .....	67
4. Poster “Perihal Musibah” .....	74
5. Poster “Berbuat Baik Kepada Sesama”.....	82
6. Poster “Sahabat”.....	89
7. Poster “Investasi Terbaik”.....	95
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>103</b>
A. Kesimpulan .....	105
B. Saran.....	105
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>107</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>112</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>115</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu .....	12
Tabel 4.1 Kategori Poster Pesan Akhlak @mubarok_arr .....	52
Tabel 4.2 Kategori Poster Pesan Akhlak @raf_sanjani_ .....	60
Tabel 4.3 Kategori Poster Pesan Akhlak @abdurrohmanmuhamad.....	67
Tabel 4.4 Kategori Poster Pesan Akhlak @milaarosita .....	74
Tabel 4.5 Kategori Poster Pesan Akhlak @raf_sanjani_ .....	82
Tabel 4.6 Kategori Poster Pesan Akhlak @awangga.ajk.....	89
Tabel 4.7 Kategori Poster Pesan Akhlak @dinn.wavh .....	95

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Poster Produk Promosi Makanan .....	32
Gambar 2.2 Poster Kegiatan OSIS .....	33
Gambar 2.3 Poster layanan Masyarakat Tentang Kesehatan .....	33
Gambar 2.4 Poster Pendidikan .....	34
Gambar 2.5 Poster Dakwah Tentang Tauhid dan Ikhlas.....	35
Gambar 4.1 Logo Ruang Edit Indonesia.....	47
Gambar 4.2 Akun Saluran WhatsApp dan <i>Channel</i> Telegram ODOS RE .....	49
Gambar 4.3 Poster Dakwah ODOS RE @mubarok_arr .....	52
Gambar 4.4 Poster Dakwah ODOS RE @raf_sanjani_ .....	60
Gambar 4.5 Poster Dakwah ODOS RE @abdurrohmanmuhamad.....	67
Gambar 4.6 Poster Dakwah ODOS RE @milaarosita .....	74
Gambar 4.7 Poster Dakwah ODOS RE @raf_sanjani_ .....	82
Gambar 4.8 Poster Dakwah ODOS RE @awangga.ajk.....	89
Gambar 4.9 Poster Dakwah ODOS RE @dinn.wavh .....	95

## ABSTRAK

Nama : **Muhammad Yassir Safri**  
Nim : 30356121015  
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Judul : Analisis Isi Pesan Dakwah Akhlak pada Desain Poster *One Day One Story* (ODOS) Komunitas Ruang Edit Indonesia

---

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pesan dakwah akhlak dalam poster *One Day One Story* (ODOS) Komunitas Ruang Edit Indonesia. Fokus kajian diarahkan pada bagaimana nilai-nilai akhlak direpresentasikan melalui teks dan visual, serta bagaimana poster tersebut berfungsi sebagai media dakwah di era digital.

Metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan analisis isi kualitatif dan perspektif ilmu dakwah. Analisis difokuskan pada makna, simbol, serta pesan moral yang termuat dalam elemen visual maupun teks pada poster ODOS. Data penelitian diperoleh melalui observasi terhadap konten poster yang dipublikasikan komunitas, serta dokumentasi berupa arsip digital seperti tangkapan layar dan file desain poster.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat dua dimensi utama pesan dakwah akhlak dalam poster ODOS, yaitu akhlak kepada Allah Swt. yang meliputi keikhlasan, kesabaran, rasa syukur, dan tawakal, serta akhlak kepada sesama manusia, seperti etika berbicara, toleransi, kesetiaan, dan kepedulian sosial. Poster ODOS mengemas pesan dakwah dalam bentuk yang humanis dengan dukungan desain visual yang menarik, sehingga efektif menyampaikan nilai-nilai akhlak kepada masyarakat, khususnya generasi muda. Kendati demikian, penggunaan unsur-unsur desain grafis poster *One Day One Story* (ODOS) yang diproduksi oleh Komunitas Ruang Edit tidak selalu selaras dengan pesan dakwah akhlak yang disampaikan, meliputi aspek pemilihan warna, gambar dan elemen visual lainnya.

Penelitian ini menegaskan bahwa dakwah berbasis media digital, khususnya melalui desain poster, dapat menjadi strategi komunikasi yang relevan dan adaptif terhadap pola konsumsi informasi generasi milenial dan Z. Temuan ini diharapkan berkontribusi pada pengembangan metode dakwah kreatif yang mengintegrasikan kekuatan visual dengan pesan moral, sehingga mampu menjangkau audiens yang lebih luas serta memperkuat internalisasi nilai-nilai akhlak dalam kehidupan sehari-hari.

**Kata Kunci:** Pesan Dakwah, Poster, Akhlak, Ruang Edit, ODOS.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### *A. Latar Belakang*

Istilah dakwah serapan dari bahasa Arab yang merupakan bentuk mashdar dari kata دعا- يدعو - دعوة, yang memiliki arti ajakan, seruan, atau panggilan. Seruan ini dapat disampaikan melalui berbagai bentuk, seperti suara, ucapan, maupun tindakan.<sup>1</sup> Sedangkan menurut istilah, telah banyak para ahli dan pakar dakwah yang mengemukakan definisi dakwah menurut sudut pandangnya masing-masing diantaranya: M. Isa Anshary, berpendapat bahwa dakwah merupakan upaya mengajak, menyeru dan memanggil manusia supaya menerima dan meyakini ajaran Islam. Sedangkan menurut Syekh Ali Mahfudh, berpendapat bahwa dakwah adalah perilaku mendorong manusia agar berbuat kebaikan untuk mendapatkan petunjuk, menyeru kepada yang makruf dan mencegah dari sifat kemungkaran, agar mendapatkan keberkahan di dunia maupun di akhirat.<sup>2</sup> Dapat dipahami bahwa dakwah merupakan suatu tindakan atau aktivitas dalam upaya mengajak, mendorong, memanggil, menyeru, serta mayakinkan manusia agar berbuat kepada suatu hal yang sifatnya kebajikan serta menjauhi segala bentuk kemungkaran.

Dakwah bertujuan untuk mengajak, membimbing, dan menyeru manusia menuju kebaikan. Dalam ajaran Islam, dakwah merupakan upaya mengarahkan umat agar mengikuti petunjuk Allah dan Rasulnya dengan penuh kesadaran serta perencanaan yang matang, baik secara individu maupun melalui organisasi, dengan sasaran perorangan atau masyarakat luas. Dakwah memiliki peran penting dalam membantu umat Islam memahami, meyakini, dan mengamalkan ajaran

---

<sup>1</sup> Zulkarnain, "Dakwah Islam Di Era Modern" 26, no. 3 (2015): 151-58. h. 154

<sup>2</sup> Zulkarnain. "Dakwah Islam di Era Modern" 26, no. 3 (2015): 151-58. h. 155

Islam dalam berbagai aspek kehidupan.<sup>3</sup> Allah Swt berfirman dalam QS. Ali Imran : 104.

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ (١٠٤)

Terjemahnya:

“Hendaklah ada di antara kamu segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang ma’ruf, dan mencegah dari yang mungkar. Mereka itulah orang-orang yang beruntung.” (QS. Ali Imran. 104)

Terjemahnya dalam Bahasa Mandar:

*“Anna sitayanna diang di antaramu mie’ sanggolongan umma’ iya mapperoa lao di apiangan, massio lao di anu macoa anna mappusara pole di adaeng, ise’iyamo di’o to sumaro”*<sup>4</sup>

Ayat tersebut memerintahkan agar ada diantara segolongan umat Islam yang mampu melakukan dakwah yakni dengan mengajak atau mempengaruhi seseorang untuk berbuat kebaikan dan meninggalkan seluruh hal yang sifatnya kemungkaran, salah satu kebajikan yang sifat mendasar seseorang adalah Akhlak, berakhlak kepada Allah dan Makhluknya.

Kata akhlak sendiri berasal dari bentuk jamak dari bahasa Arab yakni “*kholaqa*” yang artinya budi pekerti, watak, atau tabiat seseorang.<sup>5</sup> Sedangkan menurut istilah, Ibnu Miskawaih mengatakan akhlak adalah kondisi jiwa manusia yang secara tidak sadar mendorong untuk melakukan perilaku tanpa melewati pertimbangan pikiran terlebih dahulu. Sedangkan Al Ghazali berpendapat bahwa akhlak merupakan jiwa yang ada pada diri setiap manusia dan akan timbul ketika sedang melakukan suatu perbuatan tanpa melakukan pertimbangan terlebih dahulu.

<sup>3</sup> Aurel Claudia Ghaezani, “Analisis Isi Pesan Dakwah Di Akun Instagram @Hawaariyyun,” *Skripsi Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Uin Syarif Hidayatullah Jakarta*, 2023, 1–76.

<sup>4</sup> Annangguru Muh. Idham Kholid Bodi, *Korang Mala’bi* (Makassar: Balitbang Agama Makassar, 2019). h. 100

<sup>5</sup> H. Imran. dkk K. kesa, *Potensi Akhlak Dalam Pendidikan Islam*, ed. Irwan 1st ed. (Seleman Jogjakarta: KMB Indonesia, 2024).

Azwar Lubis menjelaskan akhlak dibagi menjadi dua kategori yaitu berakhlak kepada Allah dan berakhlak kepada Makhhluknya, secara horizontal maupun secara vertikal.<sup>6</sup> Allah Swt menciptakan Manusia tidak lain hanya untuk beribadah kepadanya, akhlak manusia kepada Allah pertama kali adalah berkeyakinan serta mengesakan Allah. Adapun akhlak kepada sesama dijelaskan Allah dalam QS. Luqman/31:14:

وَوَصَّيْنَا الْإِنْسَانَ بِوَالِدَيْهِ حَمَلَتْهُ أُمُّهُ وَهَنَا عَلَى وَهْنٍ وَفِصْلُ فِي عَامَيْنِ أَنْ أَشْكُرَ لِي وَلِوَالِدَيْكَ  
إِلَى الْمَصِيرِ

Terjemahnya:

“Dan Kami perintahkan kepada manusia (agar berbuat baik) kepada kedua orang tuanya. Ibunya telah mengandungnya dalam keadaan lemah yang bertambah-tambah, dan menyapihnya dalam usia dua tahun. Bersyukurlah kepada-Ku dan kepada kedua orang tuamu. Hanya kepada Aku kembali.” (QS. Luqman/31:14)

Terjemahan Bahasa Mandar:

*“Anna iyami’ massioi (mapparentai) lao di rupa tahu (manggau’ macoa) di indo amanna, indona mambattangani malamma anna tamba malam, anna mappasusui duattaung pe’asukkuro’o sese-U anna di da’dua indo amammu, sangga’ di sese-Upambalimu”*<sup>7</sup>

Akhlak merupakan buah dari iman dan ibadah yang sempurna, tercermin dalam hubungan harmonis dengan Allah dan sesama makhluk.<sup>8</sup> Menurut M. Quraish Shihab dalam bukunya yang berjudul “yang hilang dari diri kita Akhlak”, mendefinisikan akhlak lahir dari kebiasaan, kebiasaan lahir dari pembiasaan. Jadi dapat disimpulkan bahwa akhlak adalah suatu tindakan yang tanpa mereka sadari melakukannya karena sudah menjadi kebiasaan. Selain pembiasaan, membaca hal yang bermanfaat juga perlu digaris bawahi dalam meraih akhlak.<sup>9</sup> Akhlak mulia dapat dibentuk melalui ajaran dakwah, baik dalam kehidupan individu maupun

<sup>6</sup> M. Syukri Azwar Lubis, *Materi Pendidikan Agama Islam* (Kota Surabaya: Media Sahabat Cendekia, 2019).

<sup>7</sup> Kholid Bodi, *Korang Mala’bi*.

<sup>8</sup> Zulfatus Sobihah, “Pendidikan Karakter ( Akhlak ) Dalam Perspektif Islam” 04 (2020): 78–90. h. 87.

<sup>9</sup> M. Quraish Shihab, *Yang Hilang Dari Kita: AKHLAK*, ed. Siti Nur Andini (Ciputat, Tangerang Selatan: PT Lencana Hati, 2016). h. 90

sosial. Keberhasilan dakwah tercermin dari akhlak terpuji seseorang, menjadikan dakwah sebagai sarana penting dalam membentuk karakter yang sesuai dengan ajaran Islam secara spiritual dan sosial.

Namun, Salah satu tantangan yang dihadapi para Dai saat ini dalam mempertahankan nilai-nilai *akhlakul karimah* adalah derasnya arus informasi yang tidak selalu sesuai dengan ajaran agama (Islam).<sup>10</sup> Pengaruh budaya barat misalnya yang masif mempengaruhi pergeseran budaya yang akan mengakibatkan konflik internal terutama generasi muda yang lebih banyak berhadapan pada permasalahan tersebut.

Globalisasi telah membawa pengaruh besar terhadap kehidupan masyarakat di berbagai belahan dunia, globalisasi seperti tren musik, media sosial, dan gaya hidup, telah menjadi bagian tak terpisahkan dari keseharian masyarakat, pelemahan nilai-nilai keislaman yang tercermin melalui perilaku meniru dan ketergantungan terhadap budaya barat.<sup>11</sup> Hal ini sering kali membawa nilai-nilai yang tidak selalu sejalan dengan norma dan ajaran agama.

Tidak hanya itu, Penggunaan media sosial dengan masifnya globalisasi kerap disalahgunakan, terlihat dari maraknya kasus penyebaran informasi palsu, ujaran kebencian, dan perilaku negatif lainnya. Fenomena ini secara jelas bertentangan dengan ajaran Al-Qur'an dan jauh dari nilai-nilai Akhlak yang mengarahkan umat Islam untuk senantiasa bersikap jujur, menyampaikan kebenaran, dan menjauhi segala bentuk kebohongan dalam kehidupan, termasuk

---

<sup>10</sup> Nur Ramdani and Endang Rahmawati, "Strategi Komunikasi Dakwah Dalam Menghadapi Tantangan Budaya Globalisasi" 4 (2024): 477–86.

<sup>11</sup> Fawwaz Y. Salman and Mohammad S. Alkhazalleh, "Negative Impacts of Cultural Globalization on Islamic Identity: A Regional Project on Hashemite University Students," *Journal of Educational and Psychological Studies [JEPS]* 10, no. 4 (2016): 697–705, <https://doi.org/10.53543/jeps.vol10iss4pp697-705>.

dalam interaksi digital.<sup>12</sup>

Hasil penelitian Nur Islamiah di Kota Makassar menunjukkan bahwa budaya asing membawa pengaruh negatif sebagaimana dipersepsikan oleh masyarakat. Beberapa kecenderungan yang muncul antara lain: mengikuti fashion luar negeri yang cenderung tidak sesuai dengan norma agama, perilaku menyimpang seperti penyalahgunaan narkoba, konsumsi alkohol, dan aktivitas hiburan malam akibat pengaruh lingkungan sosial yang buruk.<sup>13</sup>

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa dakwah sebagai media penyampai pesan Islam menghadapi berbagai tantangan dalam menyebarkan nilai-*nilai akhlakul karimah*, dakwah dituntut menerapkan pendekatan yang tepat agar pesan dakwah dapat disampaikan secara efektif.<sup>14</sup> Dari semua fakta yang ada, tantangan bagi para pelaku dakwah (dai), semakin kompleks dalam menjalankan aktivitas dakwah di masa kini.

Menurut Faridah, dakwah menjadi salah satu solusi dalam mengurangi atau mengatasi westernisasi negatif.<sup>15</sup> Seiring dengan perkembangan informasi dan komunikasi dakwah saat ini tidak lagi dilakukan melalui ceramah-ceramah, khutbah di masjid (musala) dan ditempat lainnya, namun saat ini dakwah mampu bersaing dengan memanfaatkan teknologi komunikasi dan informasi. Pemanfaatan media sosial, konten kreatif, hingga keterlibatan dalam diskusi publik dapat menjadi strategi yang efektif untuk menjaga eksistensi dakwah di

---

<sup>12</sup> Zaky Raihan et al., “Dampak Media Sosial Terhadap Akhlak Di Era Globalisasi,” *Jurnal Budi Pekerti Agama Islam* 2, no. 2 (2024): 301–15, <https://doi.org/10.61132/jbpai.v2i2.264>.

<sup>13</sup> Nur Islamiah, “Dampak Negatif Budaya Asing Pada Gaya Hidup Remaja Kota Makassar,” *E-Jurnal Dakwah Komunikasi UIN Alaudin Makasar*, 2015, 1–97.

<sup>14</sup> Ramdani and Rahmawati, “Strategi Komunikasi Dakwah Dalam Menghadapi Tantangan Budaya Globalisasi.” h. 478.

<sup>15</sup> Faridah Faridah, Adeh Ijam, and Putri Utami, “Jurnal Kajian Komunikasi Dan Penyiaran Islam” 4, no. 1 (2022): 57–68.

tengah perubahan budaya global yang dinamis, seperti pemanfaatan visual di televisi, audio visual di radio dan visual poster (desain komunikasi visual).

Di era globalisasi, nilai-nilai antar agama dan budaya akan saling bertemu serta mengalami pergeseran yang bersifat kompetitif.<sup>16</sup> fenomena ini menjadi tantangan sekaligus peluang bagi para dai dalam menyampaikan pesan Islam secara efektif. Berdasarkan penelitian oleh Fadly Usman, penggunaan Smartphone dan aktivitas pencarian literatur dakwah Islam menjadi informasi yang sering diakses, Temuan ini mengindikasikan bahwa penyampaian materi dakwah Islam melalui *platform online* tergolong sangat efektif, terutama bagi mereka yang aktif menggunakan perangkat *smartphone*.<sup>17</sup>

Metode dakwah yang kreatif, dapat mengemas pesan dakwah yang lebih menarik seperti penggunaan visual dan audiovisual, dengan visual dan audiovisual memberikan daya ingat yang kuat bagi seseorang. Menurut brit ish yang dikutip dari Fitria menunjukkan bahwa 75% kekuatan daya ingat seseorang melalui indra penglihatan, 13% melalui indra pendengaran, 6% melalui indra peraba dna 6% melalui indra penciuman dan lidah.<sup>18</sup>

Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rahmi Wahyuni mengemukakan bahwa visualisasi media sosial semakin banyak dimanfaatkan sebagai sarana dakwah sejak tahun 2019 hingga saat ini. Para dai memanfaatkan berbagai platform seperti Facebook, Instagram, TikTok, dan YouTube untuk

---

<sup>16</sup>Istina Rakhmawati and Jawa Tengah, "TANTANGAN DAKWAH DI ERA GLOBALISASI" 8, no. 2 (2014): 391–408. h. 404.

<sup>17</sup> Fadly Usman, "Efektivitas Penggunaan Media Online Sebagai Sarana Dakwah," *Jurnal Ekonomi Dan Dakwah Islam (Al-Tsiqoh)* 1, no. 1 (2016): 1–8, <https://e-journal.uac.ac.id/index.php/altsiq/article/download/154/108>.

<sup>18</sup> Fitria, "Penggunaan Media Papan Raba Untuk Meningkatkan Kemampuan Mengenal Lambang Bilangan Pada Anak Kelompok A Di TK Alifba 1 Iskandar Muda Banda Aceh," 2019, 1–23.

menyampaikan pesan dakwah.<sup>19</sup> Penyajian konten edukatif keislaman dengan pendekatan yang menarik dan interaktif mampu memberikan pengaruh positif terhadap pemahaman serta ketertarikan bagi khalayak. Para responden mengungkapkan bahwa penggunaan elemen visual yang atraktif, bahasa yang mudah dipahami, serta keterkaitan materi dengan realitas kehidupan sehari-hari turut meningkatkan minat mereka dalam mempelajari ajaran Islam.<sup>20</sup>

Ruang Edit Indonesia merupakan komunitas editing berbasis *online*, didirikan oleh Defri Habibie pada tahun 2019. Ruang Edit memiliki 67,5 Ribu pengikut di Instagram, 9,2 ribu pengikut di Pinterest, 2.825 pengikut di Tiktok, 6000 pengikut di Saluran WhatsApp, 730 Subscriber di YouTube, serta 9,9 Pelanggan di akun Telegram hingga februari 2025. Ruang Edit juga memiliki 7 regional yang tersebar di seluruh Indonesia dan 1 regional di Timur Tengah. Ruang Edit Indonesia, memiliki beberapa aktivitas keagamaan seperti kajian, *sharing session* sampai pada kegiatan sosial seperti memperingati hari 17 Agustus RI, Mengabdikan dan beberapa kegiatan sosial lainnya.

*One Day One Story* (ODOS) merupakan program dakwah yang diinisiasi oleh komunitas Ruang Edit Indonesia, *One Day One Story* (ODOS) Aktif membagikan poster dakwah di saluran WhatsApp, cerita *Story* Instagram, *channel* telegram dan pinterest. Selain poster dakwah yang dibuat oleh tim *One Day One Story* (ODOS) video animasi juga kerap kali dibagikan sebagai media penyampaian pesan dakwah.

Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk menganalisis isi pesan dakwah pada poster *One Day One Story* (ODOS) Komunitas Ruang Edit

---

<sup>19</sup> Rahmi Wahyuni and Rahma Harahap, "Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Dakwah Pada Era Digital : Study Literature Review" 29 (2023): 162–72.

<sup>20</sup> Noratur Rahmah et al., "Efektifitas Konten Edukasi Keislaman Di Platform Media Sosial : Analisis Resepsi Khalayak Generasi Z Tantangan Dalam Penyampaian Konten Meski Banyak Konten Edukasi Keislaman Tersedia Di Media Sosial , Masih Ada Tantangan" 6 (2025).

Indonesia. karena melihat minimnya kajian atau penelitian dalam bidang poster khususnya yang bermuatan dakwah terlebih pada program *One Day One Story* (ODOS) Komunitas Ruang Edit Indonesia. Analisis isi dilakukan guna mengklasifikasi berdasarkan hubungan sebab-akibat yang mungkin terjadi antara tanda dan respons yang ditimbulkan.

Teori *framing* Goffman, menjelaskan bagaimana suatu realitas dikonstruksi dan dipahami melalui bingkai atau perspektif tertentu. Dalam konteks desain poster, *framing* membantu memahami bagaimana pesan dakwah dalam pendidikan akhlak di konstruksi dan disampaikan agar dapat mempengaruhi persepsi audiens.

Penelitian ini penting dilakukan karena melihat tantangan zaman di era globalisasi semakin memerlukan perhatian, dalam beberapa kasus yang terjadi di skala nasional bahkan sampai ke internasional merupakan suatu isu baru yang kemudian harus mendapatkan solusi yang solutif, dengan memanfaatkan masifnya arus informasi, dapat menjadi peluang bagi para pelaku dakwah dalam menyampaikan ajaran keislaman yang lebih kreatif dan menarik. Fokus penelitian ini adalah isi pesan dakwah akhlak yang terdapat dalam poster *One Day One Story* (ODOS) yang dipublikasikan oleh Ruang Edit Indonesia melalui *platform* media sosial.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan strategi dakwah digital yang efektif dan membina, serta menjadi acuan bagi komunitas dakwah lain untuk mengemas pesan keislaman secara lebih menarik dan kontekstual di era globalisasi.

## ***B. Fokus Penelitian dan Deskripsi Fokus***

### 1. Fokus Penelitian

Penelitian ini difokuskan pada isi pesan dakwah akhlak yang terdapat dalam poster *One Day One Story* (ODOS) yang dipublikasikan oleh Ruang Edit Indonesia melalui *platform* media sosial.

### 2. Deskripsi Fokus

#### a. Analisis Isi

Analisis ini dilakukan terhadap konten verbal dan visual dalam poster ODOS menggunakan pendekatan analisis isi kualitatif. Tujuannya adalah mengidentifikasi nilai-nilai akhlak yang terkandung dalam pesan dakwah yang disampaikan.

#### b. Pesan Dakwah Akhlak

Pesan dakwah yang dimaksud dalam konteks ini adalah pesan-pesan yang mengandung nilai-nilai akhlak Islam seperti kejujuran, tanggung jawab, kesopanan, toleransi, serta penghindaran dari perilaku menyimpang.

#### c. Poster *One Day One Story* (ODOS) Ruang Edit Indonesia

ODOS merupakan salah satu program yang menyajikan konten visual dari Ruang Edit Indonesia berupa poster singkat yang mengandung kutipan atau narasi dakwah. Fokus diarahkan pada isi pesan dakwah akhlak yang terkandung dalam beberapa poster ODOS yang telah dipilih.

#### d. Ruang Edit Indonesia

Ruang Edit Indonesia merupakan komunitas kelas editing *online* yang juga aktif membagi konten dakwah melalui visual poster, objek kajian dipilih karena konsistensinya dalam memproduksi konten dakwah kreatif melalui media sosial. Penelitian ini menyoroti bagaimana Ruang Edit memanfaatkan media visual

sebagai alat untuk menyampaikan nilai-nilai moral dan pendidikan akhlak Islam kepada publik.

### ***C. Rumusan Masalah***

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka peneliti merumuskan permasalahan yakni bagaimana pesan dakwah akhlak yang terkandung pada poster *One Day One Story* (ODOS) Ruang Edit Indonesia?

### ***D. Kajian Pustaka***

Penelitian yang mempunyai kaitan dengan penelitian yang dilakukan beberapa diantaranya:

1. Moersito Al Ghifany yang berjudul “Desain Komunikasi Visual Sebagai Media Dakwah (Analisis Semiotika Roland Barthes pada Akun Instagram @OtoyCihuy)” Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri (UIN) Profesor Kyai Haji Syaifuddin Zuhri Purwokerto tahun 2024. penelitian ini menunjukkan bahwa desain komunikasi visual yang digunakan sebagai media dakwah, melalui analisis semiotika Roland Barthes pada akun Instagram @OtoyCihuy, memperlihatkan adanya pemaknaan dan pemahaman terhadap tanda-tanda visual dalam poster yang ditampilkan. Tanda-tanda tersebut mengandung pesan moral berupa ajakan untuk berbuat kebaikan dan menjauhi keburukan, yang ditujukan kepada para pembaca atau audiens.<sup>21</sup>
2. Nofita Solihatin, yang berjudul “Analisis Desain Komunikasi Visual Akun Instagram @arielsyafrin Berdasar Semiotika Ferdinand De Saussure” Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri (UIN) Profesor Kyai Haji Syaifuddin Zuhri Purwokerto 2021. Penelitian ini, mengkaji bagaimana

---

<sup>21</sup> Moersito Al Ghifany, “Desain Komunikasi Visual Sebagai Media Dakwah (Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Akun Instagram @OtoyCihuy),” 2024.

makna elemen pada desain komunikasi visual dengan berdasarkan pada teori Semiotika Ferdinand De Saussure. Dalam penelitian tersebut, menemukan bahwa tanda visual (ilustrasi, warna, garis) dan tanda verbal (teks) saling mendukung dalam menyampaikan pesan yang sesuai dengan konteksnya. Poster-poster tersebut mengajak sesama Muslim untuk menjalankan amar ma'ruf nahi munkar dengan menyertakan sumber yang jelas. Kolaborasi antara tanda verbal dan visual, didukung ilustrasi menarik, membuat pesan lebih efektif tersampaikan kepada khalayak.<sup>22</sup>

3. Qurrotul Uyun yang berjudul “Analisis Karakter Desain Komunikasi Visual pada Akun Instagram @qomikin Sebagai Media Dakwah” Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri (UIN) K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan tahun 2022. Hasil penelitian menunjukkan bahwa elemen-elemen visual dalam postingan akun Instagram @qomikin terdiri atas garis, bentuk, tipografi, ilustrasi, warna, dan tata letak (layout). Secara keseluruhan, karakter visual yang dihasilkan dari kombinasi elemen-elemen tersebut tampak sederhana namun tetap mencerminkan kesan kalem, ramah, tertata, bersahabat, dan dinamis. Karakteristik ini selaras dengan konsep dakwah visual yang mengusung nilai-nilai ajaran Islam serta prinsip-prinsip dakwah yang mengedepankan pendekatan yang bijak dan persuasif.<sup>23</sup>
4. Fadli Fisya'bani DKK. dengan judul penelitian “Analisis Semiotika Desain Komunikasi Visual pada Akun Instagram @sketsadakwahh” Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto tahun 2024. Temuan

---

<sup>22</sup> Nofita Solihatin, “Analisis Desain Komunikasi Visual Akun Instagram @arielsyafrin Berdasar Semiotika Ferdinand De Saussure,” 2021, 123, <http://repository.iainpurwokerto.ac.id/id/eprint/11978>.

<sup>23</sup> Qurrotul Uyun, “Analisis Karakter Desain Komunikasi Visual Pada Akun Instagram @qomikin Sebagai Media Dakwah,” 2022.

penelitian ini mengungkapkan bahwa simbol-simbol yang ditampilkan tidak hanya berfungsi sebagai alat penyampai pesan, tetapi juga memiliki peran sebagai media edukatif dan pengingat sosial. Simbol-simbol tersebut mendorong audiens untuk merefleksikan nilai-nilai keagamaan dan meningkatkan kesadaran spiritual, termasuk kesadaran akan kematian. Penelitian ini menyoroti pentingnya penggunaan pendekatan semiotika dalam analisis komunikasi visual digital, khususnya dalam konteks dakwah di media sosial.

<b>No.</b>	<b>Peneliti</b>	<b>Judul Penelitian</b>	<b>Perbedaan</b>	<b>Persamaan</b>
1	Moersito Al Gifany	Desain Komunikasi Visual Sebagai Media Dakwah (Analisis Semiotika Roland Barthes pada Akun Instagram @OtoyCihuy)	Penelitian terdahulu memusatkan penelitian pada makna yang terkandung dalam sebuah desain komunikasi visual serta mengidentifikasi elemen visual serta menggunakan teori Semiotika Roland Barthes	Sama-sama mengkaji desain komunikasi visual
2	Nofita Solihatin	Analisis Desain Komunikasi Visual Akun Instagram @arielsyafrin Berdasar Semiotika Ferdinand De Saussure	Penelitian ini memfokuskan penelitiannya pada aspek maknanya, penelitian tersebut mengkaji bagaimana makna ayang	Sama-sama menganalisis desain komunikasi visual

			terkandung dalam elemen desain komunikasi	
3	Qurrotul Uyun	Analisis Karakter Desain Komunikasi Visual pada Akun Instagram @qomikin Sebagai Media Dakwah	Penelitian ini memfokuskan penelitiannya pada aspek bagaimana makna visual yang terkandung pada akun instagram @qomikin	Sama-sama menganalisis desain komunikasi visual
4	Fadli Fisyabani	Analisis Semiotika Desain Komunikasi Visual pada Akun Instagram @sketsadakh	Penelitian ini memfokuskan penelitiannya pada pengidentifikasian tanda verbal dalam desain komunikasi visual pada akun instagram @sketsadakh	Sama-sama menganalisis produk desain komunikasi visual

**Tabel 1.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu**

### ***E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian***

#### **1. Tujuan penelitian**

Untuk mengetahui bagaimana bentuk pesan dakwah akhlak yang terkandung pada poster *One Day One Story* (ODOS) Komunitas Ruang Edit Indonesia.

#### **2. Kegunaan penelitian**

##### **a. Kegunaan ilmiah**

Mampu menambah/memperluas pengetahuan bagi terkait keilmuan dakwah, terutama dai yang bergerak dibidang visual pada media sosial. Selain itu,

penelitian ini juga memberikan kontribusi bagi mahasiswa sebagai referensi akademik.

b. Kegunaan Praktis

Mampu memberikan motivasi bagi para pelaku dakwah terlebih kepada tim *One Day One Story* (ODOS) agar selalu istiqomah dan lebih kreatif dalam berdakwah melalui media visual (poster). Selain itu, penelitian ini juga mampu memberikan motivasi bagi mahasiswa khususnya bagi mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam dalam berdakwah dengan memanfaatkan ruang digital.

## BAB II

### TINJAUAN TEORITIS

#### *A. Analisis Isi (content analysis)*

Analisis isi pertama telah lama digunakan sejak 4.000 tahun yang lalu pada masa Romawi Kuno. Aristoteles mengkonsepsikan retorika sebagai salah satu pemanfaatan analisis isi, yang mana pesan dibentuk dan disesuaikan dengan kondisi sekitar.<sup>24</sup> Analisis isi merupakan suatu metode ilmiah untuk mempelajari dan menarik intisari atau suatu fenomena dengan menggunakan dokumen atau teks.

Analisis isi (*content analysis*) merupakan metode penelitian yang digunakan untuk menganalisis teks secara sistematis. Teknik ini melibatkan proses mereduksi teks ke dalam unit-unit tertentu, seperti kalimat, gagasan, gambar, bab, atau halaman depan majalah. Selanjutnya, unit-unit tersebut dikategorikan menggunakan skema pengkodean untuk memperoleh pemahaman serta menarik kesimpulan tentang makna komunikasi yang terkandung dalam teks.<sup>25</sup>

Menurut R. Holsty, analisis isi merupakan metode yang digunakan untuk mengkaji dan memahami isi pesan secara sistematis. Metode ini berfungsi sebagai panduan dalam mengamati serta menganalisis pesan yang disampaikan oleh komunikator. Sementara itu, dalam pendekatan kualitatif, analisis isi dilakukan dengan menggunakan seperangkat tema sebagai pedoman dalam mengeksplorasi keseluruhan isi pesan. Pendekatan ini berfokus pada bagaimana suatu tema

---

<sup>24</sup> Erianto, *Analisis Isi: Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi Dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, 1st ed. (Rawamangun, Jakarta: TP Fajar Interpratama Mandiri, 2011). h. 11

<sup>25</sup> Linn West, Richard. dan H. Turner, *Pengantar Teori Komunikasi, Analisis Dan Aplikasi*, ed. Nina Setyaningsi (Jakarta: Salemba Humanika, 2008). h. 58

dikembangkan oleh sumber media serta lebih menitikberatkan pada pemahaman makna daripada aspek kuantitatif atau pengukuran jumlah.<sup>26</sup>

Secara umum, analisis isi dapat diterapkan dalam mengkaji berbagai bentuk komunikasi, baik dalam media cetak seperti buku, majalah, surat kabar, selebaran, maupun surat. Selain itu, metode ini juga dapat digunakan untuk menganalisis konten dalam media elektronik, seperti televisi, radio, dan internet. Lebih jauh lagi, analisis isi dapat diterapkan pada berbagai karya seni dan budaya, seperti puisi, lagu, film, teater, lukisan, serta dokumen resmi seperti peraturan, undang-undang, makalah, hingga cerita rakyat seperti legenda, mitos, dongeng, dan komik.<sup>27</sup>

Menurut Krippendorff, analisis isi adalah teknik penelitian yang digunakan untuk menghasilkan inferensi-inferensi yang dapat direplikasi dan memiliki validitas dengan mempertimbangkan konteksnya. Sebagai metode penelitian, analisis isi mampu memberikan jawaban verbal atas setiap pertanyaan penelitian.

Ia menjelaskan bahwa analisis isi terdiri dari beberapa komponen utama yang mendukung proses penelitian yakni: *unitizing* (peng-unit-an), *sampling* (pengambilan sampel), *recording/coding* (perekaman), *reducing data to manageable representations* (pengurangan/penyederhanaan data), *abductively inferring contextual phenomena* (pengambilan simpulan), dan *narrating the answer to the research questions* (penarasian).<sup>28</sup>

---

<sup>26</sup> Baroah Lailah, *Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Film Ghibah, Analisis*, 2022. h. 15

<sup>27</sup> Khusnul KHOTIMAH, "Analisis Isi Pesan Dakwah Di Akun Tiktok @risyad\_bay," *Repository.Uinjkt.Ac.Id*, 2023, [https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/73938%0Ahttps://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/73938/1/VIRA\\_YUNITA-FDK.pdf](https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/73938%0Ahttps://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/73938/1/VIRA_YUNITA-FDK.pdf).

<sup>28</sup> Rahmawati Mulyaningtyas and Valentina Ekafebriyanti, "Pemanfaatan Noveltoon Sebagai Media Pembelajaran Prosa Di SMA," *Tabasa: Jurnal Bahasa, Sastra Indonesia, Dan Pengajarannya* 2, no. 2 (2021): 87–106, <https://doi.org/10.22515/tabasa.v2i2.3938>.

Teori *Framing* Erving Goffman (1974) Teori *Framing* yang dikemukakan oleh Erving Goffman merupakan teori yang berupaya dalam menciptakan perhatian pada suatu peristiwa tertentu dengan fokus dalam konteks makna. Erving Goffman lahir pada 11 Juni 1922 di Mannville, Alberta, Kanada, kemudian hingga meninggal pada umurnya yang ke 60 tahun karena penyakit kanker yang dialaminya pada tanggal 19 November 1982 di Amerika Serikat (AS), ia merupakan seorang sosiologi yang dikenal sebagai tokoh kulkus dalam teori-teori komunikasi.

Dalam perkembangan akademisnya, Goffman terinspirasi oleh berbagai studi deskriptif yang berkembang di Chicago. Ia kemudian menggabungkan pandangan tersebut dengan pendekatan dalam antropologi sosial, sehingga melahirkan perspektif yang unik dan khas.<sup>29</sup>

Konsep tentang framing pertama kali digagas oleh Bateson (1955) yang kemudia dikembangkan konsepnya oleh Erving Goffman, Bateson mengartikan “*frame*” sebagai sebuah konsep dalam psikologi. Menurutnya, *frame* berfungsi sebagai panduan bagi seseorang dalam menafsirkan dan memahami lingkungan sekitarnya yang kompleks.<sup>30</sup>

Didalam buku yang dikarang oleh Erving Goffman yang berjudul “*Frame Analysis*” mengatakan bahwa *frame* adalah sesuatu yang dipelajari dan diterapkan dalam kehidupan sehari-hari manusia, bahkan menjadi dasar dari perilaku mereka. Dengan memahami *frame* yang berlaku dalam suatu masyarakat, individu dapat lebih mudah berinteraksi dan menyesuaikan diri dalam lingkungan sosialnya.

*Frame* memiliki beragam pengertian dari perspektif ilmuwan yang membaginya ke dalam beberapa perspektif seperti, sosiologi, psikologi dan

---

<sup>29</sup> Erving Goffman, “Erving Goffman,” no. November (1982): 1–2.

<sup>30</sup> Febry Ichwan Butsi, “MENGENAL ANALISIS FRAMING : TINJUAN SEJARAH” 1, no. 2 (2019).

perspektif komunikasi. Jika ditinjau dari perspektif komunikasi, konsep analisis *framing* digunakan untuk membedah cara atau ideologi media saat mengkonstruksi data. Artinya *frame* dapat mempengaruhi perspektif atau cara pandang seseorang terhadap informasi yang telah dikonstruksi sebelumnya.<sup>31</sup>

Teori *framing* Goffman menjelaskan bagaimana suatu realitas dikonstruksi dan dipahami melalui bingkai atau perspektif tertentu. Dalam konteks desain poster, *framing* membantu memahami bagaimana pesan dakwah dalam pendidikan akhlak dikemas dan disampaikan agar dapat mempengaruhi persepsi audiens. Dalam teori *framing* dapat dilihat dengan jelas bagaimana pesan dakwah dikonstruksi sehingga mampu menciptakan pesan yang mudah diterima oleh publik, dengan itu teori framing dapat menganalisis suatu fenomena tertentu seperti, *framing* tematik (Tema atau judul utama dalam poster), *framing* visual (pemilihan warna, ilustrasi, dan tata letak yang memperkuat pesan) dan *framing* tekstual (penggunaan kata-kata atau kutipan yang menegaskan makna tertentu). Studi oleh Putrawan mendukung bahwa Individu mengelola dan menyusun pengalaman sosialnya melalui *frame*, yang dalam konteks dakwah digital berperan sebagai penghubung antara pesan-pesan keagamaan dan representasi budaya visual yang populer.<sup>32</sup> Seluruh proses analisis dalam penelitian ini berlandaskan pada teori *framing* Erving Goffman, yang digunakan untuk menelaah bagaimana pesan dalam poster disusun dan dibingkai sedemikian rupa guna membentuk persepsi spiritual audiens.

---

<sup>31</sup> Sarah Santi, "Frame Analysis: Konstruksi Fakta Dalam Bingkai Berita," *Forum Ilmiah* 9 (2012): 221.

<sup>32</sup> Panji Putrawan Makalalag, "Strategi Framing Dakwah Sufistik Di TikTok: Menjaga Kedalaman Spiritualitas Di Era Budaya Digital," *CARAKA : Indonesia Journal of Communication* 6, no. 1 (2025): 126–37, <https://doi.org/10.25008/caraka.v6i1.210>. h. 129

## ***B. Dakwah***

### ***1. Pengertian Dakwah***

Dakwah secara bahasa berakar dari bahasa arab yakni دعوة يدعو – دعا yang artinya mengajak, memanggil, menyeru serta meminta. Sedangkan menurut istilah dakwah merupakan segala usaha yang mengarah pada perbaikan kehidupan yang lebih baik dan layak, sesuai dengan syariat agama Islam.<sup>33</sup> Dakwah bisa dimaknai sebagai upaya mengajak ataupun menyeru kepada kebaikan dengan harapan agar mereka dapat menjalankan hidup dengan syariat Islam, Proses ini tidak hanya terbatas pada penyampaian nasihat secara lisan, tetapi juga mencakup berbagai metode, seperti tulisan, media digital, serta keteladanan dalam perilaku sehari-hari. Dakwah harus dilakukan dengan penuh hikmah, kelembutan, dan pendekatan yang sesuai dengan kondisi serta karakter masyarakat, agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik dan memberikan dampak positif dalam kehidupan individu maupun kehidupan sosial.

Para ahli mengemukakan definisi dakwah yang bervariasi diantaranya ialah: M. Quraish Shihab mendefinisikan bahwa dakwah merupakan suatu bentuk seruan menuju keinsafan atau usaha mengubah pribadi dan masyarakat menjadi lebih baik. Kalau kita tarik dari pengertian diatas, fungsi dakwah bukanlah sekedar mengajak atau menuntun manusia untuk sekedar memahami ajaran Islam, akan tetapi lebih daripada itu dakwah memiliki banyak peran di berbagai aspek kehidupan manusia.<sup>34</sup> Sejalan dengan itu, Syekh Muhammad Al-Ghazali mengatakan dakwah adalah Suatu program yang menghimpun seluruh bidang

---

<sup>33</sup> Ansori Hidayat, “Dakwah Pada Masyarakat Pedesaan Dalam Bingkai Psikologi Dan Strategi Dakwah,” *Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam* 1, no. 2 (2019): 175, <https://doi.org/10.32332/jbpi.v1i2.1716>.

<sup>34</sup> Sulaiman Husdi, *Sejarah Dakwah*.

pengetahuan yang dibutuhkan oleh manusia, tujuannya agar dapat memahami arah hidupnya serta menyelidiki petunjuk ke arah yang Tuhan berikan petunjuk.<sup>35</sup>

Dikutip dari buku yang dikarang oleh Muhammad Munir dan Wahyu Ilaihi Ali Makhfudh dalam kitabnya “Hidayatul Mursyidin” mengatakan dakwah ialah mendorong manusia untuk berbuat kebajikan untuk mengikuti ajaran agama, serta mencegahnya melakukan perbuatan kemungkaran untuk memperoleh kebaikan di dunia dan di akhirat.<sup>36</sup> Sedangkan menurut M. Arifin mengatakan dakwah adalah suatu aktivitas mengajak suatu kepada kebaikan baik secara lisan, tulisan dan bahkan tingkah laku yang dilakukan secara sadar, tersusun dan termanajemen guna mempengaruhi orang lain maupun sekelompok masyarakat agar sadar dan dapat menjalankan perintah agama.<sup>37</sup>

Dari beberapa definisi yang telah dikemukakan oleh para ahli mengenai dakwah, dapat ditarik kesimpulan bahwa dakwah adalah upaya mengajak, menyeru, mengajak, memanggil manusia menuju kebaikan dan kesadaran beragama, tidak hanya sebatas memahami ajaran Islam tetapi juga membentuk pribadi dan masyarakat yang lebih baik. Dakwah mencakup berbagai bidang ilmu, bertujuan mendorong kebajikan serta mencegah kemungkaran demi kebaikan di dunia dan di akhirat. Dakwah dapat dilakukan secara lisan, tulisan, maupun tindakan dengan cara yang terstruktur dan terencana untuk mempengaruhi individu atau masyarakat agar menjalankan ajaran agama (Islam) dengan baik. Dapat dikatakan bahwa dakwah adalah suatu upaya mengajak manusia ke arah yang lebih baik serta mampu meningkatkan keimanan dan ketakwaan seseorang terhadap sang pencipta

---

<sup>35</sup> Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Rawamangun, Jakarta: Predamedia Group, 2024).

<sup>36</sup> Muhammad Munir, *Manajemen Dakwah* (Rawamangun, Jakarta: kENCANA, 2021).

<sup>37</sup> Iqrom Faldiansyah, *Dakwah Virtual Di Media Sosial Prespektif Aal-Qur'an*, ed. Abdullah Syafei (Jakarta Selatan Provinsi DKI Jakarta: Publica Indonesia Utama, 2022).

## 2. Unsur-Unsur Dakwah

Unsur dakwah adalah komponen yang wajib ada pada proses kegiatan dakwah, apabila komponen-komponen tersebut tidak terpenuhi maka tidak menutup kemungkinan kegiatan dakwah mengalami hambatan bahkan kegagalan, unsur-unsur dakwah meliputi: dai (Pelaku dakwah), *Mad'u* (menerima dakwah), *Maddah* (materi dakwah), *wasilah* (media dakwah), *thariqah* (metode dakwah), dan *atsar* (efek dakwah).

### a. Dai (pelaku dakwah)

Dai adalah orang yang melakukan dakwah bertugas menyampaikan, mengajak, dan membimbing masyarakat menuju ajaran Islam baik dengan lisan, tulisan maupun tingkah laku/perbuatan, pelaksanaannya harus dengan cara yang bijaksana dan penuh hikmah. Seorang dai berperan sebagai pendakwah yang tidak hanya menyampaikan ilmu agama, tetapi juga menjadi teladan dalam perilaku dan kehidupan sehari-hari.

Syekh Abdul Qodir Sayyid Abd Rauf mendefinisikan dai adalah seorang utusan umat yang mengemban amanat dan menyampaikan risalah kenabian dan menjadi panutan dalam menjalankan ajaran yang di dakwahnya.<sup>38</sup>

Penjelasan di atas menjelaskan bahwa dai merupakan penggerak di bidang dakwah, dai juga merupakan bagian dari komponen yang sangat penting dalam dakwah

### b. *Mad'u* (menerima dakwah)

*Mad'u* adalah individu atau kelompok yang menjadi sasaran dakwah, yaitu orang-orang yang menerima ajakan dan bimbingan menuju ajaran Islam. *Mad'u* dapat berasal dari berbagai latar belakang, tingkat pemahaman, dan kondisi sosial

---

<sup>38</sup> Faldiansyah.

yang berbeda, sehingga metode dakwah yang digunakan harus disesuaikan agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik.

Dikutip dari buku yang dikarang oleh Rahmat Ramadani, Imam Habib Abdullah Haddad mendefinisikan mad'u secara umum yang dikelompokkan dalam 8 rumpun yaitu:

- 1) Para Ulama
- 2) Ahli Zuhud dan ahli ibadah
- 3) Penguasa dan pemerintah
- 4) Kelompok ahli perniagaan, industri dan sebagainya
- 5) Fakir miskin dan orang lemah
- 6) Anak istri dan kaum hamba
- 7) Orang awam yang taat dan berbuat maksiat
- 8) Orang yang tidak beriman kepada Allah dan Rasulnya<sup>39</sup>

c. *Maddah* (materi dakwah)

*Maddah* adalah materi atau isi dakwah yang disampaikan oleh seorang dai (pelaku dakwah) kepada *mad'u* (menerima dakwah). *Maddah* mencakup ajaran Islam yang bersumber dari Al-Qur'an, Hadis, serta berbagai aspek keilmuan Islam yang berkaitan dengan akidah, ibadah, akhlak, dan muamalah. Isi dakwah ini harus disesuaikan dengan kebutuhan serta tingkat pemahaman *mad'u* agar pesan yang disampaikan dapat diterima dan dipahami dengan baik.

d. *Wasilah* (media dakwah)

*Wasilah* adalah sarana atau metode yang digunakan dalam dakwah untuk menyampaikan pesan Islam kepada *mad'u*. *Wasilah* dapat berupa berbagai media dan pendekatan, seperti lisan (ceramah, khutbah), tulisan (buku, artikel), media

---

<sup>39</sup> Rahmat Ramadhani, *Pengantar Ilmu Dakwah*, ed. Isdianingsih Nur Aini (Banguntapan Bantul, DI Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru (Anggota IKAPI), 2018).

digital (video, podcast, media sosial), serta keteladanan dalam perilaku sehari-hari. Pemilihan *wasilah* yang tepat sangat penting agar dakwah dapat diterima dengan baik dan efektif sesuai dengan kondisi serta kebutuhan masyarakat.

Dalam buku yang dikarang oleh Nur Aisyah Rusnali, dan Syamsinar A. Hasjmy mengemukakan bahwa media dakwah adalah sarana yang digunakan da'i dalam berdakwah. Maka oleh karena itu media dakwah adalah alat/sarana yang digunakan dai dalam menyampaikan dakwahnya baik berbentuk fisik maupun non fisik.<sup>40</sup>

e. *Thariqah* (metode dakwah)

*Thariqah* adalah metode atau cara yang digunakan dalam proses dakwah untuk mencapai tujuan tertentu. *Thariqah* mencakup strategi dan pendekatan yang digunakan oleh seorang dai dalam menyampaikan pesan Islam agar mudah dipahami dan diterima oleh *mad'u*. Metode ini dapat bervariasi tergantung pada situasi, kondisi, serta karakteristik sasaran dakwah, seperti melalui pendekatan persuasif, edukatif, atau partisipatif. Pemilihan *thariqah* yang tepat akan membantu efektivitas dakwah dalam membentuk kesadaran dan pemahaman agama yang lebih baik.

Allah Swt telah menuliskan di dalam Al-Qur'an surah An-Nahl 125 tentang metode metode dakwah yang telah dikaji oleh para ahli. Metode *bil hikmah* merupakan metode utama secara garis besar diarahkan pada akademisi, metode *mauidzah* hasanah adalah metode yang dipakai terhadap masyarakat pertengahan, dan metode *al-mujadalah* untuk masyarakat awam. Pemilihan

---

<sup>40</sup> A Nur Aisyah Rusnali, *Buku Ajar Ilmu Dakwah Dan Komunikasi*, 1st ed. (Bukit Cemara Tidar, Malang: Media Nusa Creative, 2023).

metode dakwah, pada praktiknya mengacu pada keinginan jamaah, kemampuan dai serta jenis kegiatan dakwah.<sup>41</sup>

Menurut Deni Zam Jami, dalam bukunya yang berjudul “Dakwah Muejinal” mengutip dari mui.or.id mengatakan bahwa terdapat 5 macam metode dakwah:

- 1) Dakwah *Fardiyah*, merupakan metode dakwah yang bergerak secara individu, dilakukan oleh seseorang kepada individu lain atau kepada kelompok kelompok tertentu.
- 2) Dakwah *'ammah*, adalah dakwah yang oleh individu dengan cara perkataan untuk masyarakat luas, modelnya seperti ceramah, Khutbah, televisi, sosial media, radio dan sebagainya.
- 3) Dakwah *bil lisan*, merupakan metode penyampaian dakwah oleh dai dengan cara lisan.
- 4) Dakwah *bil hal*, adalah metode dakwah dengan cara mengajak dan seruan kepada seseorang untuk memahami dan mengamalkan ajaran agama (Islam) dengan aksi nyata. Dakwah semacam ini menggunakan tindakan perbuatan untuk diteladani dalam kehidupan sehari-hari.
- 5) Dakwah *bil kitabah*, adalah dakwah berbentuk tulisan seperti menerbitkan buku, majalah, menulis di internet, blog surat kabar, dan sebagainya.<sup>42</sup>

f. *Atsar* (efek dakwah)

---

<sup>41</sup>Abdullah DKK, *Peta Dakwah: Dinamika Dakwah Dan Implikasinya Terhadap Keberagaman Masyarakat Muslim Sumatera Utara*, 1st ed. (Medan Sunggal: Merdeka Kreasi Group, 2021).

<sup>42</sup> Deni Zam dan Susanti Illa Jami, *Dakwah Marjinal, Konsepsi Dan Implementasi*, ed. Wahyu Kurniawadi, 1st ed. (Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah: Wawasan Ilmu, 2023).

*Atsar* adalah dampak atau pengaruh yang ditimbulkan dari kegiatan dakwah terhadap individu maupun kelompok. Efek ini dapat berupa perubahan pola pikir, sikap, dan perilaku *mad'u* dalam memahami, meyakini, serta mengamalkan ajaran Islam. *Atsar* dakwah dapat bersifat positif, seperti meningkatnya kesadaran beragama, terbentuknya akhlak yang lebih baik, serta bertambahnya pemahaman terhadap nilai-nilai Islam. Sebaliknya, jika dakwah tidak dilakukan dengan cara yang tepat, efeknya bisa kurang optimal atau bahkan menimbulkan kesalahpahaman. Oleh karena itu, efektivitas dakwah sangat bergantung pada metode, media, dan pendekatan yang digunakan oleh seorang dai.

### **3. Pesan Dakwah**

Dalam ranah ilmu komunikasi, pesan atau message dipahami sebagai rangkaian simbol, baik dalam bentuk verbal maupun nonverbal. Menurut Nurani Soyomukti, pesan merujuk pada segala bentuk informasi yang dikirimkan oleh komunikator kepada komunikan guna memenuhi tujuan komunikasi yang diinginkan. Secara esensial, pesan memiliki sifat abstrak yang merepresentasikan konsep, ideologi, atau nilai-nilai idealistik. Namun, ketika pesan tersebut disampaikan, ia mengalami konkretisasi melalui simbol-simbol atau lambang-lambang tertentu, seperti bahasa lisan dan tulisan, suara (audio), gambar (visual), ekspresi wajah, gerakan tubuh, dan media lainnya yang memungkinkan pesan dapat diterima dan dipahami oleh komunikan.<sup>43</sup>

Sedangkan pesan dakwah merupakan pesan yang disampaikan dai kepada *mad'u* yang berlandaskan Al-Qur'an dan Hadits, karena pada intinya pesan

---

<sup>43</sup> Moh Khoirul Fatih, "Pesan Dakwah Moderasi Beragama Dalam Program Muslim Travellers NET TV Tahun 2020 ( Analisis Tayangan Komunitas Muslimah Di Irlandia )," *Alamtara: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 4, no. 2 (2020): 119–20, <http://ejournal.iaitabah.ac.id/index.php/alamtaraok/article/view/588/417>. h. 120

dakwah adalah proses komunikasi yang disampaikan komunikator ke komunikan berupa ajaran Islam yang berlandas Al-Qur'an dan As-sunnah.

Pesan dakwah atau materi dakwah adalah informasi, ajaran, atau nilai-nilai Islam yang disampaikan kepada *mad'u* sebagai upaya untuk membimbing, mengajak, dan mengedukasi seseorang menuju pemahaman dan pengamalan ajaran Islam yang lebih baik. Pesan ini mencakup berbagai aspek kehidupan, seperti akidah, ibadah, akhlak, serta hubungan sosial dan kemasyarakatan.

Menurut Mustafa Bisri, yang dikutip Arfian Mubarak, pesan dakwah dapat dipahami sebagai segala bentuk pernyataan yang mengandung simbol-simbol bermakna, yang bertujuan untuk mengarahkan manusia agar menjalankan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari. Pesan ini disampaikan dengan maksud mengajak umat menuju kebahagiaan yang bersifat holistik, mencakup kesejahteraan duniawi maupun ukhrawi. Sedangkan Menurut Bachtiar, pesan dakwah merupakan penyampaian ajaran-ajaran Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadits sebagai rujukan utama. Pesan ini mencakup aspek-aspek fundamental dalam Islam seperti akidah, syariah, dan akhlak, serta didukung oleh berbagai disiplin ilmu yang berkembang dari sumber-sumber tersebut.<sup>44</sup>

#### **4. Tema Tema Pesan Dakwah**

Secara garis besar, pesan dakwah sendiri terbagi menjadi 3 yakni pesan akidah, pesan syariah dan pesan akhlak.

##### **a. Akidah**

Menurut M. Quraish Shihab, akidah diambil dari kata '*aqoda* yang berarti mengikat. Malaikat Jibril bertanya kepada Rasulullah Saw tentang Iman, lalu kemudian Nabi menjawab 6 hal yang harus diyakini wujudnya yaitu.

---

<sup>44</sup> Arfian Muhammad Mubarak, *Analisis Semiotika Pesan Dakwah Dalam Film " Tak Sekadar Jalan ,"* 2019.

- 1) Beriman kepada Allah Swt
- 2) Beriman kepada Malaikat
- 3) Beriman kepada Kitab-kitab Allah
- 4) Beriman kepada Nabi dan Rasul
- 5) Beriman kepada Hari Akhir
- 6) Beriman kepada Qoda' dan Qodar

Iman yang disebut Nabi Saw. adalah sebagian dari objek yang harus dipercayai. Dan yang harus mengikat hati seseorang yang beriman. Ikatan tersebut yang kemudian mengantar penamaannya sebagai Akidah.<sup>45</sup>

#### b. Syariah

Secara etimologis, syariah memiliki makna sebagai "jalan tempat keluarnya air untuk minum." Dalam perkembangannya, istilah ini oleh bangsa Arab dikaitkan dengan makna jalan yang lurus dan harus diikuti. Sementara itu, dalam terminologi Islam merujuk pada hukum-hukum dan aturan yang telah ditetapkan oleh Allah bagi hambanya, yang wajib dijalankan sebagai pedoman dalam kehidupan.<sup>46</sup>

Dalam konteks Islam, syariah memiliki makna yang lebih luas, yaitu mencakup seluruh hukum dan aturan yang telah ditetapkan oleh Allah Swt sebagai pedoman hidup bagi umat manusia. Firman Allah dalam QS Al-Jatsiyah/45:18:

ثُمَّ جَعَلْنَاكَ عَلَىٰ شَرِيعَةٍ مِّنَ الْأَمْرِ فَاتَّبِعْهَا وَلَا تَتَّبِعْ أَهْوَاءَ الَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ  
(١٨)

<sup>45</sup> Shihab, *Yang Hilang Dari Kita: AKHLAK*. h. 99

<sup>46</sup> Muhammad Tho'in, "Kompetensi Sumber Daya Manusia Bank Syariah Berdasarkan Prinsip-Prinsip Syariah Islam (Studi Kasus Pada BNI Syariah Surakarta)," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 2, no. 03 (2016): 158–71, <https://doi.org/10.29040/jiei.v2i03.49>.

Terjemahnya :

Kemudian, Kami jadikan engkau (Nabi Muhammad) mengikuti syariat dari urusan (agama) itu. Maka, ikutilah ia (syariat itu) dan janganlah engkau ikuti hawa nafsu orang-orang yang tidak mengetahui. (QS Al-Jatsiyah/45:18).

Terjemahan Bahasa Mandar

*“Mana iyyami’ mapparajario (Muhammad) mapecco’i mesa sarea (atoang) pole di urusan (agama) di’o. Jari peccoe’i ise’iya menjari pattulung di sambareang leang, anna Puang Allah Taala iyamo patturundunganna to me’ataka”*<sup>47</sup>

Dalam Islam, istilah *syar’i* memiliki keterkaitan erat dengan perbuatan nyata yang mencerminkan ketaatan terhadap seluruh aturan atau hukum Allah. Tujuannya adalah untuk mengatur hubungan manusia dengan Tuhan serta membangun tata kehidupan yang harmonis di antara sesama manusia. Syariah sendiri terbagi menjadi dua aspek utama, yaitu ibadah, yang mengatur hubungan manusia dengan Allah, seperti shalat, puasa zakat, haji dan amal ibadah lainnya. sementara muamalah, yang mengatur interaksi sosial serta berbagai aspek kehidupan bermasyarakat contohnya seperti perkawinan, kewarisan, pidana dan peradilan.

c. Akhlak

Akhlak merupakan bentuk jamak dari *khuluqun*, yang mengandung arti tabiat, karakter, atau budi pekerti. Secara etimologis, kata akhlak berasal dari kata *khalaqa*, yang memiliki arti menciptakan, menjadikan, atau membuat. Dalam bentuk jamak taksir, akhlak berasal dari kata *khuluqun*, yang bermakna tabiat, karakter, atau budi pekerti.<sup>48</sup> Akhlak mencerminkan perilaku seseorang dalam kehidupan sehari-hari, baik dalam hubungannya dengan Tuhan, sesama manusia, maupun lingkungan sekitarnya. Dalam Islam, akhlak memiliki peran yang sangat

---

<sup>47</sup> Kholid Bodi, *Korang Mala’bi*. h. 920

<sup>48</sup> Hidayat Ginanjar, “Pembelajaran Akidah Akhlak Dan Korelasinya Dengan Peningkatan Akhlak Al-Karimah Peserta Didik,” *QALAMUNA: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Agama* 4, no. 2 (2020): 133–40, <https://waspada-online.com/2017/09/pelajar-smp->.

penting karena menjadi cerminan dari keimanan seseorang dan merupakan salah satu aspek utama dalam ajaran agama.

Dalam buku yang dikarang oleh M. Quraish Shihab, mendefinisikan akhlak adalah sifat dasar yang terpendam pada diri manusia dan tampak ke permukaan melalui perilaku dan terlaksana tanpa keterpaksaan oleh dan lain.<sup>49</sup>

Kata *Kholaq* pada ayat 4 surah al-Qalam tersebut menurut versi penafsiran Abdullah bin Abbas R.A, diterjemahkan dengan kata *ad din* yang berarti agama. Berdasarkan bahasa aslinya (Arab), kata ini diucapkan dalam dua bentuk pengucapan, yaitu akhlak dalam bentuk jamak dan khuluqun dalam bentuk tunggal, seperti :

- 1) *Al-akhlaq al-karimah* (budi pekerti yang baik)
- 2) *Al-akhlaq al-mazmumah* (budi pekerti tercela)
- 3) *Khuluqun azhim* (budi pekerti agung)
- 4) *Kana khuluquhu al-Quran* (budi pekertinya adalah Al-Qur'an)

Secara linguistik ke dua kata di atas memiliki kedekatan akar kata dengan kata *khaliq* dan *makhluk*<sup>50</sup>

Konteksnya dalam kehidupan, akhlak mencerminkan sikap dan perilaku seseorang yang terbentuk dari nilai-nilai moral dan etika yang diyakininya. Akhlak memiliki peran penting dalam membentuk kepribadian individu serta menentukan bagaimana seseorang berinteraksi dengan sesama manusia, lingkungan, dan juga kepada sang pencipta.

M. Quraish Shihab dalam bukunya yang berjudul “Yang Hilang dari Diri Kita Akhlak” membagi nilai akhlak yang paling penting yakni: Ikhlas, Rahmat, Ilmu, Baca, Sabar, Jujur (*Ash-Shidq*), Aamanah, Setia, Kuat, Lapang Dada,

---

<sup>49</sup> Shihab, *Yang Hilang Dari Kita: AKHLAK*. h. 4

<sup>50</sup> Suhayib, *Studi Akhlak*, ed. Nurcahaya, 1st ed., vol. 11 (Yogyakarta: KALIMEDIA, 2016).

Toleransi, Kemuliaan dan Harga Diri, Disiplin, Hidup Sederhana, Malu (*Al-Haya*), Tabayyun.<sup>51</sup>

### **C. Poster**

#### **1. Pengertian Poster**

Poster merupakan sebuah karya seni atau desain grafis yang mengkombinasikan gambar dan tulisan pada media kertas berukuran besar. Biasanya, poster ditempel pada dinding atau permukaan datar lainnya dengan tujuan menarik perhatian orang yang melihatnya, akan tetapi seiring dengan perkembangan teknologi poster saat ini masif di media sosial internet. Oleh sebab itu, desain poster dibuat dengan warna-warna mencolok dan visual yang menarik. Poster sering dimanfaatkan sebagai sarana dalam berbagai bidang, seperti pendidikan, periklanan, dekorasi, serta media untuk menyampaikan pesan dakwah dan informasi lainnya.<sup>52</sup>

Arie Widhayani dalam bukunya yang berjudul “Mahir Menulis Kreatif, Iklan, Slogan dan Poster” mendefinisikan poster adalah suatu gabungan visual dari ide yang kuat dengan warna dan pesan, tujuannya untuk menarik perhatian seseorang yang melihatnya sehingga mampu melekat dalam ingatan.<sup>53</sup>

Pada intinya poster adalah media visual yang menggabungkan berbagai elemen seperti garis, gambar, dan teks dengan tujuan untuk menarik perhatian serta menyampaikan pesan secara ringkas dan jelas.<sup>54</sup> Melalui perpaduan unsur-unsur tersebut, poster berfungsi sebagai sarana efektif dalam menyampaikan pesan secara singkat, jelas, dan menarik. Biasanya, poster digunakan untuk

<sup>51</sup> Shihab, *Yang Hilang Dari Kita: AKHLAK*.

<sup>52</sup> Yunita Aris Melia, “Pesan Dakwah Dalam Poster Akun Instagram @bukumojok (Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure),” 2020, 274–82.

<sup>53</sup> Arie Widhayani, *Mahir Menulis Kreatif, Iklan, Slogan Dan Poster*, ed. Wahyu Ratnawati (Kartasura, Kabupaten Sukoharjo: Yayasan Hidayatullah Mubtadi’in (HM Publisher), 2020).

<sup>54</sup> Hani Astuti et al., “Penggunaan Poster Sebagai Media Komunikasi Kesehatan,” n.d.

berbagai keperluan, seperti promosi, edukasi, kampanye sosial, hingga penyampaian informasi penting kepada khalayak luas. Dengan desain yang kreatif dan tata letak yang menarik, poster mampu memberikan dampak visual yang kuat sehingga pesan yang disampaikan lebih mudah diterima dan diingat oleh audiens.

## **2. Ciri ciri Poster**

Poster dirancang dengan pesan yang singkat, padat, dan mudah dipahami agar dapat langsung ditangkap oleh siapa saja yang melihatnya, ciri ciri poster diantaranya:

- a. Berisi sebuah gambar dan teks dengan tema tertentu
- b. Bahasa yang dipakai singkat dan jelas
- c. Kalimat dan gambar yang digunakan bersifat persuasif
- d. Poster biasanya menggunakan warna yang mencolok untuk menarik perhatian
- e. Mengaplikasiannya bersifat fisik maupun nonfisik
- f. Penetapan gambar, elemen hingga teks harus profesional.<sup>55</sup>

## **3. Manfaat Poster**

Secara umum, poster adalah media komunikasi yang berisi pesan tertulis, baik dalam bentuk gambar maupun teks, yang dirancang untuk menarik perhatian banyak orang. Tujuan utama dari poster adalah menyampaikan informasi dengan cara yang menarik agar pesan yang disampaikan dapat dipahami dan diterima oleh khalayak dengan mudah.<sup>56</sup>

Olehnya, Poster memiliki berbagai manfaat dalam menyampaikan informasi dan mempengaruhi audiens. Salah satu manfaat utama poster adalah

---

<sup>55</sup> Mustofa Hilmi, *Buku Ajar Pengantar Desain Komunikasi Visual*, ed. Moh Nasrudin (Pekalongan, Jawa Tengah, 2022).

<sup>56</sup> Astuti et al.

sebagai media komunikasi visual yang efektif, Dengan sifatnya yang fleksibel dan mudah diaplikasikan di dunia nyata maupun maya, poster menjadi media yang praktis untuk menyebarkan informasi kepada khalayak luas secara cepat dan efektif.

#### 4. Jenis Jenis Poster

##### a. Poster Niaga

Poster yang digunakan untuk kepentingan bisnis dan perdagangan, fungsinya Sebagai media promosi produk atau jasa agar menarik minat calon pelanggan.



**Gambar 2. 1 Poster Promosi Produk Makanan**

*Sumber: broonet*

##### b. Poster Kegiatan

Poster yang dibuat untuk menginformasikan suatu acara atau kegiatan tertentu. Biasanya sebagai ajakan atau undangan untuk berpartisipasi dalam suatu acara.



**Gambar 2. 2 Poster Kegiatan OSIS**

*Sumber: Portal Uang*

### c. Poster Layanan Masyarakat

Poster yang dibuat untuk menyampaikan pesan sosial atau ajakan kepada masyarakat mengenai suatu isu tertentu, biasanya untuk Mendorong perubahan sikap atau perilaku masyarakat dalam hal yang lebih baik, seperti poster kesehatan atau kebersihan lingkungan.



**Gambar 2. 3 Poster Layanan Masyarakat Tantang Kesehatan**

*Sumber: Berita.99.co*

#### d. Poster Pendidikan

Poster yang bertujuan memberikan informasi atau edukasi mengenai suatu hal, biasanya ditemukan di lingkungan sekolah atau institusi pendidikan, fungsinya sebagai upaya peningkatan kesadaran dan pemahaman mengenai pembelajaran.



**Gambar 2. 4 Poster Pendidikan**  
*Sumber: Bisnis Style*

#### e. Poster Dakwah

Poster yang berisi pesan-pesan keagamaan untuk mengajak masyarakat menjalankan ajaran agama dengan baik, sebagai media penyebaran nilai-nilai keIslaman, memberikan motivasi spiritual, serta berakhlak baik sesuai ajaran agama.



**Gambar 2. 5 Poster Dakwah Tentang Tauhid dan Ikhlas**

*Sumber: Internet Archive*

## 5. Unsur-unsur Desain Grafis

Unsur-unsur *Graphic Design* (desain grafis) memuat beberapa elemen dasar yang memberikan peranan penting dalam mengatur suatu elemen-elemen yang dalam dalam suatu karya, sehingga mampu menciptakan karya yang menarik dalam segi estetika. Komponen penting dalam desain grafis diantaranya: gambar, teks, garis, warna, ruang, tipografi, konsistensi dan gerakan. Masing masing komponen tersebut memiliki peranan tersendiri dalam menciptakan karya yang menarik dan efektif.<sup>57</sup>

### a. Titik

Titik merupakan elemen dasar dari desain grafis yang tidak memiliki dimensi. Secara umum, titik berbentuk bulat sederhana, padat, tanpa sudut, dan tidak menunjukkan arah tertentu. Biasanya, titik disusun dalam kelompok dengan variasi jumlah, pola, serta tingkat kepadatan tertentu.

<sup>57</sup> Muhammad Hanif. DKK Sani Firdaus, *Desain Dan Audiovisual Memahami Dan Memahami Multimedia*, ed. Afik FATHUR Rohman, 1st ed. (Purwareja, Kabupaten Banjarnegara: PT. Penerbit Kriset Indonesia, 2024).

Keberadaan titik dalam sebuah komposisi sering kali tidak berdiri sendiri, melainkan disusun dalam kelompok dengan variasi jumlah, pola, serta tingkat kepadatan tertentu. Susunan titik yang berbeda dapat menciptakan efek visual yang unik, seperti ilusi tekstur, gradasi, atau bahkan membentuk gambar yang lebih kompleks. Dalam bidang seni, desain grafis, dan tipografi, titik menjadi dasar bagi berbagai teknik visual yang digunakan untuk menciptakan keindahan dan menyampaikan pesan secara efektif.

#### b. Garis

Garis terbentuk dari kumpulan titik-titik yang tersusun sejajar hingga membentuk satu kesatuan. Dalam setiap desain, garis selalu menjadi elemen yang tak terpisahkan. Garis dapat memiliki berbagai bentuk, seperti panjang atau pendek, lurus atau melengkung, tebal atau tipis, serta bisa berupa garis putus-putus atau kontinu. Setiap variasi bentuk garis mampu menciptakan kesan visual yang berbeda dan memberikan karakter tersendiri pada suatu desain.

Garis sendiri sangat beragam, garis dapat digunakan dalam menarik perhatian, menghubungkan elemen, atau membuat elemen. Selain itu, garis juga memiliki peranan penting dalam menciptakan hirarki visual dalam sebuah desain sehingga mampu terlihat menarik. Macam-macam garis meliputi: garis lurus, garis lengkung, garis putus-putus, garis *outline*.

#### c. Bentuk/Shape

Bidang atau shape terbentuk ketika garis-garis bertemu di ujungnya dan menciptakan area tertutup. Unsur ini sering digunakan dalam desain karena mampu membentuk ruang dua dimensi atau dwimatra, yang terdiri dari panjang dan lebar. Dalam desain grafis, bidang tidak hanya berfungsi untuk mendefinisikan suatu objek, tetapi juga berperan dalam memperkuat daya tarik

tata letak serta membantu menyampaikan gagasan desainer kepada audiens secara lebih efektif.

#### d. Warna

Warna adalah elemen penting dalam desain grafis yang berperan dalam memberikan makna dan menentukan tema pada suatu desain. Unsur ini terbagi menjadi dua kategori utama, yaitu warna yang dihasilkan dari cahaya (RGB) dan warna yang berasal dari campuran tinta (CMYK).

##### 1) *Red, Green dan Blue* (RGB)

Adalah model warna yang menggunakan kombinasi tiga warna utama merah, hijau, dan biru untuk membentuk berbagai warna lainnya. Model ini berbasis cahaya (*additive color model*) dan digunakan dalam perangkat digital seperti layar komputer, televisi, dan ponsel.

##### 2) *Cyan, Magenta, Yellow dan Black* (CMYK)

Adalah model warna yang terdiri dari empat warna utama, yaitu *Cyan* (C), *Magenta* (M), *Yellow* (Y), dan *Key/Black* (K). Model ini digunakan dalam proses pencetakan karena bekerja dengan prinsip *subtractive color model*, di mana warna dihasilkan dengan mengurangi cahaya yang dipantulkan oleh permukaan kertas, CMYK umum digunakan dalam percetakan buku, majalah, brosur, dan berbagai media cetak lainnya.

#### e. Tekstur

Tekstur adalah representasi visual dari permukaan suatu objek yang dapat dinilai melalui penglihatan atau sentuhan. Contohnya adalah pola atau corak pada suatu benda, yang bisa beragam seperti halus, kasar, lembut, licin, berpori, mengkilap, dan lainnya. Penggunaan tekstur dalam desain berfungsi untuk menambah dimensi dan memperkaya tampilan suatu *layout*, sehingga objek terlihat lebih nyata. Selain itu, tekstur juga dapat membangkitkan perasaan atau

emosi tertentu bagi audiens. Secara umum, tekstur terbagi menjadi dua jenis yaitu tekstur visual dan tekstur taktil.

f. Ruang

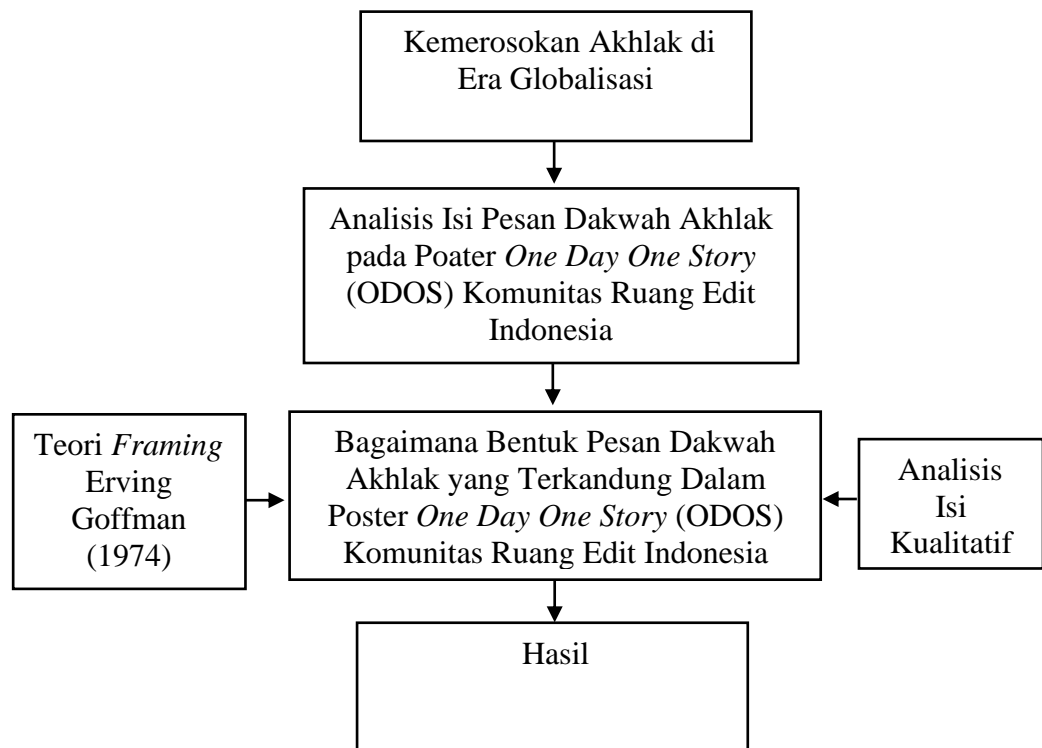
Dalam proses pembuatan desain, mungkin ada keinginan untuk menambahkan berbagai elemen agar tampilan lebih menarik dan dinamis. Namun, terlalu banyak objek yang bertumpuk justru bisa membuat audiens merasa lelah secara visual. Oleh karena itu, unsur ruang menjadi sangat penting. Ruang adalah jarak yang memisahkan berbagai elemen dalam desain grafis, seperti objek, latar belakang, dan teks. Kehadiran ruang membantu menciptakan keseimbangan, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat lebih mudah dipahami tanpa menyebabkan kebingungan.<sup>58</sup>

***D. Kerangka Konseptual***

Kerangka konseptual dalam penelitian ini disusun untuk menggambarkan keterkaitan pada fenomena sosial. Penelitian ini dilandasi oleh kondisi faktual di masyarakat, yaitu semakin meluasnya pengaruh **globalisasi** yang berimplikasi pada kemerosotan nilai-nilai akhlak, khususnya di kalangan generasi muda Muslim. Fenomena ini menjadi tantangan tersendiri bagi para pelaku dakwah dalam menyampaikan pesan-pesan moral dan spiritual yang sesuai dengan nilai-nilai Islam.

---

<sup>58</sup> Latihan Soal, Penilaian Akhir, and S M A Ipa, "Belajar Gratis Di Rumah Kapan Pun ! | Blog Ruangguru," 2020.



Kerangka konseptual ini menjelaskan bahwa globalisasi berdampak negatif sebagai variabel kontekstual, mendorong perlunya strategi dakwah yang adaptif, kreatif dan relevan, salah satunya melalui media visual. Analisis terhadap pesan dakwah akhlak dalam poster ODOS, dengan pendekatan analisis isi dan teori *framing*, diharapkan menghasilkan temuan yang mampu memperkaya *khazanah* keilmuan dakwah serta memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan dakwah digital yang membina akhlak umat.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### ***A. Jenis dan Lokasi Penelitian***

##### **1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan yakni penelitian kualitatif deskriptif, jenis penelitian ini merupakan proses pengumpulan data pada suatu latar alamiah tujuannya adalah untuk menafsirkan fenomena yang terjadi yang dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci.<sup>59</sup> Pendekatan ini tidak hanya berfokus pada angka atau statistik, tetapi lebih menekankan pada pemahaman mendalam terhadap pengalaman, persepsi, serta konteks sosial yang melingkupi fenomena yang diteliti dengan mendeskripsikan dalam bentuk kata dan bahasa sesuai pada konteks tertentu. Dan jika dilihat dari konteks penelitian ini, penelitian ini merupakan kajian lapangan dengan memperhatikan objek yang ingin diteliti.

Olehnya itu, jenis penelitian ini sering digunakan dalam studi yang berkaitan dengan perilaku manusia, budaya, komunikasi, serta aspek-aspek lain yang memerlukan pemahaman kontekstual dan subjektif.

##### **2. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian disini adalah Komunitas Ruang Edit Indonesia yang didirikan oleh Defri Habibie pada tahun 2019 silam sebagai komunitas yang mewadahi siapapun yang menyukai dan yang ingin terjun ke dunia kreatif. Ruang Edit (RE), memiliki berbagai regional yang tersebar di seluruh Indonesia seperti: Regional Jabodetabek, Regional Makassar, Regional Sumatera, Regional Kalimantan, Regional Jawa Timur, Regional Jateng & Jogja, Regional Jabar, dan Regional Turki (timur tengah). Ruang Edit merupakan komunitas yang bergerak

---

<sup>59</sup> Johan. Anggito, Albi. dan Setiawan, *Metode Penelitian Kualitatif*, ed. Ella Deffi Lestari (Sukabumi, Jawa Barat: Cv. Jejak, 2018).

dibidang kreatif yakni kelas editing *online* dengan menggunakan HP (*by Smartphone*).

Dalam pelaksanaannya, anggota Komunitas Ruang Edit (RE) secara aktif membuat poster dakwah digital yang disesuaikan dengan sasaran audiens yang telah ditentukan. Salah satu kegiatan utama dalam komunitas ini adalah program *One Day One Story* (ODOS), yaitu penyampaian pesan dakwah dalam bentuk poster berisi motivasi atau pengingat keagamaan. Poster tersebut secara rutin diunggah setiap hari oleh anggota komunitas melalui fitur *Story* di WhatsApp dan Instagram pada pukul 07.00–08.00 pagi. Tim tersebut bertugas membuat desain visual yang kemudian dishare setiap pagi hari di *Story* Instagram, Pinterest dan Terbaru Saluran WhatsApp guna mempermudah seseorang dalam mengakses dan ikut *share* poster tersebut.<sup>60</sup>

### ***B. Pendekatan Penelitian***

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Analisis isi kualitatif, Pendekatan ini digunakan untuk menganalisis, memahami serta mengidentifikasi pesan dakwah yang memuat unsur akhlak. melalui metode analisis isi (*content analysis*) kualitatif.
2. Ilmu Dakwah, Penelitian ini memfokuskan kajian pada aspek komunikasi keagamaan Islam.

### ***C. Sumber Data***

Sumber data dari penelitian ini dikategorikan menjadi dua sumber data yakni sebagai berikut:

---

<sup>60</sup> Lita Liqianah et al., “Peran Komunitas Ruang Edit (RE) Dalam Pengembangan Digitalisasi Dakwah Di Media Sosial” 15, no. 1 (2024): 83–93.

### 1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah data utama yang diperoleh langsung dari observasi pada poster *One Day One Story* (ODOS).

### 2. Sumber Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini dapat berupa buku, jurnal ilmiah, artikel, penelitian sebelumnya, dan berbagai literatur yang berkaitan dengan dakwah, desain poster, serta dokumentasi lain yang bersumber dari komunitas Ruang Edit Indonesia.

## ***D. Metode Pengumpulan Data***

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan pada penelitian ini adalah:

### 1. Observasi

Observasi digunakan sebagai upaya untuk memperoleh data dari penelitian, menurut Sugiyono, Observasi merupakan hasil dari pengamatan situasi atau kondisi tertentu yang ditemukan dalam proses penelitian berlangsung. Data yang bersifat valid yang sesuai dengan pengamatan yang dilakukan selama di lapangan.<sup>61</sup> Kegiatan observasi ini menggunakan penelitian secara langsung pada beberapa poster *One Day One Story* (ODOS) Ruang Edit Indonesia terkait tentang pendidikan akhlak.

Dalam penelitian ini, peneliti berperan hanya sebagai pengamat non partisipan, yaitu seorang pengamat yang hanya melakukan observasi tanpa ikut serta dalam aktivitas yang dilakukan oleh kelompok yang diamati. Karena penelitian ini, berfokus pada mengamati tanpa terlibat langsung dalam aktivitas yang berlangsung.

---

<sup>61</sup> Dinda Husnul Hotima, *Teks Laporan Hasil Observasi Dan Teks Eksposisi* (Guepedia.com, n.d.).

## 2. Dokumentasi

Pengumpulan data adalah proses yang berperan penting dalam menentukan keberhasilan suatu penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode dokumentasi sebagai teknik pengumpulan data. Teknik ini dilakukan dengan mencari dan mengumpulkan berbagai sumber data yang dianggap relevan, seperti DVD film, buku, skripsi, jurnal, situs internet, serta berbagai referensi lainnya yang mendukung penelitian ini. Dalam penelitian ini, peneliti hanya menggunakan beberapa poster dari *One Day One Story* (ODOS) Ruang Edit Indonesia tentang pendidikan akhlak.

### ***E. Instrumen Penelitian***

Instrumen yang akan digunakan pada penelitian ini antara lain:

#### 1. *Human Instrument*

*Human Instrument* adalah pemegang kontrol dalam hal penelitian, fungsinya menetapkan fokus penelitian, memilih informan sebagai sumber data, melakukan pengumpulan data menilai kualitas data, analisis data, menafsirkan data dan membuat kesimpulan atas temuan yang didapatkan.<sup>62</sup> *Human Instrument* ini berperan penting dalam proses penelitian sebab harus peneliti sendiri yang harus terlibat dalam proses penelitian.

#### 2. Panduan Observasi

Panduan observasi merupakan alat yang digunakan oleh peneliti untuk mengarahkan perhatian mereka pada aspek-aspek tertentu selama proses observasi. Dalam penelitian kualitatif, observasi bertujuan untuk memahami perilaku, interaksi, serta lingkungan sosial partisipan dalam konteks alami mereka. Dengan adanya panduan observasi, peneliti dapat mengidentifikasi

---

<sup>62</sup> H. Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kalitatif*, 1st ed. (Media Ilmu, 2014).

elemen elemen spesifik yang perlu diamati, seperti pola komunikasi, dinamika kelompok, pemanfaatan ruang, serta perilaku tertentu yang berkaitan dengan tujuan penelitian.<sup>63</sup>

#### ***F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data***

Menurut Bogdan dan Biklen dalam kutipan Nirwan Wahyudi, analisis data kualitatif merupakan suatu proses sistematis yang melibatkan berbagai tahapan, seperti pengumpulan dan pengorganisasian data, pengelompokan data ke dalam kategori yang dapat dianalisis, sintesis informasi, identifikasi pola-pola yang muncul, serta penemuan aspek-aspek penting yang relevan. Tujuan dari proses ini adalah untuk memperoleh pemahaman yang mendalam dan menyusun temuan-temuan yang dapat disampaikan secara komprehensif kepada khalayak.<sup>64</sup>

##### **1. Reduksi Data**

Data yang telah dikumpulkan, diseleksi, difokuskan, dan disederhanakan berdasarkan relevansi dengan fokus penelitian. Tujuan dari tahap ini adalah untuk mengeliminasi data yang tidak relevan dan menajamkan fokus terhadap objek penelitian.

##### **2. Penyajian Data**

Data yang telah direduksi kemudian disusun dalam bentuk narasi deskriptif yang sistematis. Pada tahap ini, peneliti menyusun kategori atau tema pesan dakwah, seperti kejujuran, tanggung jawab, kesederhanaan, dan sebagainya.

Analisis data yang digunakan pada penelitian ini untuk menganalisa seluruh data yang dimiliki dan dikelompokkan dan diambil kesimpulannya dengan tujuan agar data dapat dimengerti. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan mendeskripsikan data. Dengan menggunakan metode analisis isi

---

<sup>63</sup> Nasaruddin.

<sup>64</sup> A R Wahyudi, Nirwan, "Dakwah Melalui Desain Grafis," 2017.

maka diharapkan mampu mengetahui kesimpulan secara tersusun dari temuan karakteristik pesan. Analisis dibagi menjadi tiga tahapan yakni:

1. Kodifikasi Data

Dalam tahapan ini dilakukan pengkodean data, menyederhanakan dan memilih data yang dibutuhkan peneliti.

2. Penyajian Data

Data yang telah dikumpulkan kemudian disesuaikan kemudian disajikan dalam suatu bentuk agar mempermudah dalam menarik kesimpulan.

3. Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi

Yaitu proses menyimpulkan hasil penelitian sekaligus memverifikasi bahwa kesimpulan tersebut didukung oleh data yang telah dikumpulkan dan dianalisis sebelumnya.

### ***G. Pengujian Keabsahan Data***

Untuk memastikan keabsahan data peneliti menggunakan teknik triangulasi, triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembandingan terhadap data tersebut.

1. Triangulasi Sumber

Peneliti membandingkan dan mengkonfirmasi informasi dari berbagai sumber data seperti isi poster *One Day One Story* (ODOS), dokumentasi dari akun resmi Ruang Edit Indonesia.

2. Triangulasi Teknik

Peneliti menggunakan lebih dari satu teknik pengumpulan data, seperti observasi isi visual dan dokumentasi, guna memperoleh data yang lebih komprehensif dan valid.

### 3. Triangulasi Waktu

Data dikumpulkan pada waktu yang berbeda untuk memastikan bahwa temuan tidak bersifat situasional atau temporer, serta konsisten dalam jangka waktu tertentu.

## BAB IV

### PESAN DAKWAH AKHLAK PADA DESAIN POSTER ONE DAY ONE STORY (ODOS) KOMUNITAS RUANG EDIT INDONESIA

#### A. *Gambaran Umum Subjek Penelitian*

##### 1. Profil dan Sejarah Singkat Komunitas Ruang Edit Indonesia



**Gambar 4.1 Logo Ruang Edit  
Indonesia**

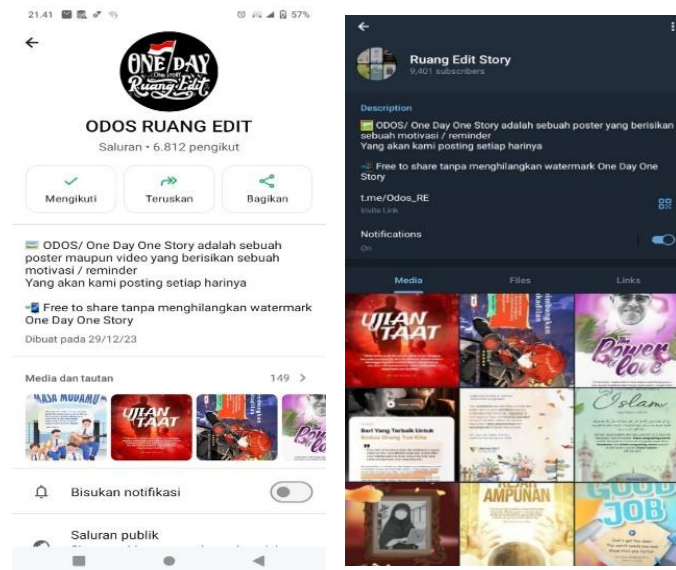
Ruang Edit Indonesia merupakan komunitas yang bergerak di berbagai bidang strategis seperti sosial, pendidikan, dan dakwah. Dalam bidang sosial, aktivitas komunitas ini dijalankan oleh berbagai regional yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia, meliputi Jabodetabek, Makassar, Jawa Timur, Jawa Tengah dan Yogyakarta, Kalimantan, Sumatera, Jawa Barat, hingga Nusa Tenggara Barat dan sekitarnya. Setiap regional aktif melaksanakan berbagai kegiatan sosial, antara lain aksi kemanusiaan, peringatan Hari Kemerdekaan 17 Agustus, hunting foto, bakti sosial, serta kegiatan kolaboratif lainnya yang bersifat edukatif dan partisipatif.

Selain berfokus pada kegiatan sosial, Ruang Edit Indonesia juga menunjukkan peran signifikan dalam bidang pendidikan, khususnya dalam ranah

keterampilan kreatif. Komunitas ini hadir sebagai wadah pembelajaran bagi anggota yang memiliki minat dalam bidang editing visual. Dengan pendekatan pembelajaran berbasis daring, komunitas ini dikenal sebagai kelas *editing online* yang sistematis. Proses pembelajaran dilakukan melalui platform Telegram yang diperuntukkan bagi anggota aktif, dengan materi yang mencakup editing poster, foto, hingga video. Dalam sistem pengajarannya, Ruang Edit membagi program pembelajaran ke dalam beberapa tingkatan atau "jilid". Hingga tahun 2025, tercatat sebanyak 15 jilid telah diselenggarakan sebagai bagian dari kurikulum komunitas.

Lebih dari itu, Ruang Edit Indonesia juga berperan aktif dalam menyebarkan pesan-pesan dakwah Islam melalui media digital yakni program *One Day One Story* (ODOS). Salah satu media utama yang digunakan adalah poster dakwah yang secara konsisten dipublikasikan melalui fitur *Instagram Story* akun resmi Ruang Edit. Selain itu, komunitas ini juga memanfaatkan channel Telegram dan grup WhatsApp sebagai saluran distribusi konten dakwah. Kedua platform tersebut telah berhasil menjangkau ribuan pengikut, menandakan adanya efektivitas dalam penyampaian pesan dakwah berbasis digital. Melalui sinergi antara nilai-nilai Islam, kreativitas visual, dan media digital, Ruang Edit Indonesia tampil sebagai model komunitas dakwah kontemporer yang adaptif terhadap perkembangan zaman..

## 2. Program One Day One Story (ODOS)



**Gambar 4.2 Akun Saluran WhatsApp dan Channel Telegram ODOS RE**

Program One Day One Story (ODOS) merupakan salah satu bentuk kegiatan dakwah berbasis digital yang dikembangkan dalam bentuk poster-poster dakwah. Poster-poster tersebut memuat pesan-pesan pengingat (reminder) serta motivasi yang dirancang untuk membangkitkan semangat dan kesadaran spiritual para pembacanya. Seluruh proses pengelolaan program ini dilakukan oleh tim ODOS (One Day One Story). Dalam pembuatan kontennya, tim ODOS melalui beberapa tahapan penting sebelum materi dakwah dipublikasikan ke media sosial. Tahapan tersebut meliputi:

1. Penentuan pesan dakwah yang akan disampaikan.
2. Perancangan dan pembuatan desain poster dakwah.
3. Koreksi dan peninjauan ulang konten poster, dan
4. Publikasi poster ke media sosial.

Rangkaian proses ini bertujuan untuk meminimalisir berbagai bentuk kesalahan, seperti kesalahan penulisan, ketidaksesuaian pesan dakwah, atau kekeliruan visual lainnya. Dengan demikian, konten yang disajikan diharapkan dapat tersampaikan secara efektif, tepat sasaran, dan sesuai dengan nilai-nilai dakwah Islam.<sup>65</sup>

### ***B. Analisis Pesan Dakwah Akhlak pada Desain Poster One Day One Story (ODOS) Ruang Edit Indonesia***

Setelah melakukan penelitian dan observasi (pengamatan) terhadap poster *One Day One Story* (ODOS) Komunitas Ruang Edit Indonesia, proses klasifikasi poster dilakukan dengan memperhatikan Tema (judul utama dalam poster), visual (pemilihan warna, ilustrasi, dan tata letak yang memperkuat pesan) dan tekstual (penggunaan kata-kata atau kutipan yang menegaskan makna tertentu).

Peneliti telah menganalisis beberapa poster yang mengandung pesan dakwah akhlak yang diunggah melalui sosial media termasuk *channel* telegram dan saluran WhatsApp Ruang Edit Indonesia dari bulan januari hingga mei 2025. Peneliti disini mengambil fokus waktu selama periode tersebut karena mempertimbangkan kemudahan dalam mengakses dan keterbaruan poster yang diunggah oleh *One Day One Story* (ODOS) Komunitas Ruang Edit Indonesia.

Dari beberapa poster yang dianalisis dengan melewati tahapan mulai dari proses reduksi data hingga penarikan kesimpulan, peneliti menemukan terdapat dua dimensi akhlak, akhlak kepada Allah yang meliputi, lapang dada, keikhlasan, kesabaran dan ilmu. Akhlak kepada sesama manusia yang meliputi, kemuliaan/etika berbicara, toleransi dan kesetiaan. Muhammad Abdurrahman dalam bukunya yang berjudul “Akhlak; Menjadi Seorang Muslim Berakhlak

---

<sup>65</sup> Liqianah et al., “Peran Komunitas Ruang Edit (RE) Dalam Pengembangan Digitalisasi Dakwah Di Media Sosial.” h. 88-89

Mulia” membagi kategori akhlak diantaranya akhlak terhadap Allah yang meliputi bersyukur, ikhlas, memohon ampun hanya kepada Allah, berserah diri dll. Akhlak terhadap sesama manusia (orang tua, tetangga, diri sendiri berbangsa dan bernegara dll). yang meliputi berbicara sopan santun, taat kepada orang tua, memuliakan, menghargai tetangga, murah hati, kepedulian, amanah, *Qona'ah* dll.<sup>66</sup>

Ruang lingkup kajian akhlak dalam perspektif Islam sangat luas, mencakup akhlak kepada Allah, kepada diri sendiri, kepada sesama manusia, kepada lingkungan, bahkan kepada makhluk hidup lainnya. Kompleksitas ini sering kali menimbulkan tantangan dalam penelitian, karena semakin banyak dimensi yang diangkat maka semakin besar pula kemungkinan penelitian menjadi deskriptif dan *general*. Olehnya itu, pembatasan fokus penelitian pada dua dimensi akhlak, yakni akhlak kepada Allah dan akhlak kepada sesama manusia, dilakukan untuk menjaga efisiensi sekaligus kedalaman analisis.

---

<sup>66</sup> Muhammad Abdurrahman, *Akhlak; Menjadi Seorang Muslim Berakhlak Mulia*, 1st ed. (Jakarta: Rajawali Pers, 2016).

1. Poster “Minimal Kita Mengerti Makna Maaf, Tolong, dan Terima Kasih”



**Gambar 4.3 Poster Dakwah ODOS RE  
@mubarok\_arr**

Desainer	@mubarok_arr
Published	ODOS Ruang Edit 7 Januari 2025
Judul	Minimal Kita Mengerti Makna Maaf, Tolong, Dan Terima Kasih
Subjudul	Yang baik, dia akan mencari kebenaran dari nasehat, yang bebal cenderunganya mencari kesalahan dari penasihat. -Ustadz.felix siauw
Visual	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Warna Dominan Hitam dan Merah.</li> <li>- Gambar Foto Seorang tokoh agama Ustadz Felix Siauw</li> <li>- Tipografi menggunakan jenis font san serif (<i>Audiowide</i> dan <i>Inter</i>)</li> <li>- Beberapa <i>shape</i> bundar dan persegi panjang di background utama poster</li> </ul>

Kategori Akhlak	Kemuliaan (Akhlak kepada sesama manusia)
Bentuk Pesan	Edukasi

**Tabel 4.1 Rincian Kategori Poster ODOS @mubarok\_arr**

Hasil analisis pada Poster *One Day One Story* (ODOS) Ruang Edit Indonesia dengan menggunakan analisis *framing* Erving Goffman dengan pendekatan tiga analisis yaitu analisis tematik (terhadap tema yang diangkat pada suatu poster), analisis tekstual (terhadap teks/isi pada poster tersebut), dan analisis visual (terhadap segala aspek visual mulai dari ilustrasi yang digunakan, gambar, Tipografi dll)

Analisis tematik adalah metode yang dapat digunakan pada penelitian yang menginginkan analisis secara mendalam atas data yang dimiliki.<sup>67</sup> untuk menentukan tema-tema penting yang muncul pada objek penelitian. Selanjutnya analisis tekstual yakni sebuah analisis yang merupakan suatu metode dalam tradisi penelitian media dan studi budaya yang digunakan untuk mengkaji teks yang mengandung berbagai tanda dengan makna tertentu.<sup>68</sup> Kemudian Analisis Visual adalah proses menjelaskan, menelaah, dan menguraikan suatu objek atau fenomena dengan mengatur pola pikir serta menggunakan kemampuan berpikir melalui aktivitas melihat, mengamati, dan merepresentasikan secara visual dalam suatu produk desain.<sup>69</sup>

#### a. Analisis Tematik

Penentuan tema dalam sebuah poster merupakan unsur paling penting dalam sebuah karya desain grafis, dapat dilihat pada poster ODOS Ruang Edit unggahan 7 Januari 2025 dengan judul poster “Minimal Kita Mengerti Makna

<sup>67</sup> Penggunaan Analisis and Konten Dan, “Penggunaan Analisis Konten Dan Analisis Tematik,” 2022. h. 92

<sup>68</sup> Rofifah Yumna, “Aktivitas Fanatisme KPOP Di Media Sisial (Analisis Tekstual Pada Akun Twiter @wingsforx1)” 2, no. 5 (2020): 106–15. h. 108

<sup>69</sup> I Ulil Latifah and Nova Kristiana, “Analisis Visual Karakter Gatotkaca Dalam Game Mobile Legnds Bang Bang” 9, no. April (2021). h. 245

Maaf, Tolong, dan Terima Kasih”, poster tersebut berbicara tentang saling memuliakan kepada sesama dalam etika berbicara dan bagaimana seharusnya kita bersikap kepada sesama, hal tersebut termasuk kedalam dakwah horizontal kepada Manusia. dengan penggunaan kata yang ringkas namun jelas menekankan pentingnya tiga ucapan yang paling mendasar dalam komunikasi sosial yaitu: maaf, tolong, dan terima kasih.

#### b. Analisis Tekstual

Dari sisi tekstual poster, menggunakan bahasa yang singkat namun lugas memberikan kemudahan dalam memahami, kalimat yang digunakan bersifat persuasif namun tidak menggurui. Artinya, pesan dakwah yang digunakan adalah edukatif. Sehingga poster tersebut berusaha menginternalisasi nilai akhlak dalam kehidupan sehari-hari. jika merujuk pada teks poster tersebut, pesan dakwah akhlak horizontal kepada Manusia tentang memuliakan orang lain lewat etika dalam berucap ditonjolkan dan ditekankan melalui judul poster “Minimal Kita Mengerti Makna Maaf, Tolong, dan Terima Kasih” yang mengajak seseorang beretika dalam berbicara dan bersikap kepada sesama. Sejalan dengan itu M. Quraish Shihab mengatakan bahwa dakwah Adalah suatu bentuk seruan menuju keinsafan atau usaha mengubah pribadi dan masyarakat menjadi lebih baik.<sup>70</sup>

#### c. Analisis Visual

Warna yang digunakan dalam poster tersebut Dominan Hitam dan Merah, penggunaan warna ini memberi kesan tegas dan serius mewakili perasaan yang kuat dalam segi makna pesan yang disampaikan.<sup>71</sup> Visual foto yang digunakan yakni Ustadz Felix Siauw ditampilkan dalam suasana informal, sedang berbicara

---

<sup>70</sup> Jamaluddin Sulaiman Husdi, *Sejarah Dakwah* (Jawa Barat: CV. Adanu Aabimata, 2024).

<sup>71</sup> Wifia Noni Santika, “Psikologi Warna Dan Pengaruhnya Terhadap Respons Emosional Individu,” n.d. h. 5

menggunakan mikrofon. Hal ini menandakan bahwa pesan tersebut disampaikan dalam konteks dakwah digital, seperti podcast atau video dakwah. Hasil dari studi Tahir menyebut meskipun konten video disajikan dalam durasi yang singkat, pesan yang disampaikan tetap dapat dipahami dengan jelas dan diterima secara optimal oleh audiens.<sup>72</sup>

Pemilihan tipografi yang tebal dengan jenis font san serif terlihat modern mendukung keterbacaan pesan, serta memberikan kesan yang tegas namun simpel. Logo watermark komunitas Ruang Edit serta penempatan kata “*Motivation*” dan “*Reminder*” juga memperkuat tema poster sebagai media dakwah yang mengusung nilai edukatif. Pesan dakwah tentang etika dalam berbicara dan sikap kita terhadap sesama didukung dan ditonjolkan melalui visual gambar dari tokoh Ustadz Felix Siauw yang dikenal sebagai pendakwah yang humanis, sopan, dan toleran.

Dalam poster *One Day One Story* (ODOS) Ruang Edit Indonesia yang di unggah pada 7 Januari 2025 terdapat dimensi akhlak horizontal kepada manusia pada judul dan subjudul poster yang berbicara tentang adab dan memuliakan diri sendiri serta orang lain.

Dakwah menggarisbawahi pentingnya hubungan horizontal, yakni menjalin interaksi yang baik dengan sesama manusia serta menjaga keharmonisan dengan alam sekitar.<sup>73</sup> Dakwah horizontal ini termasuk sikap kita kepada sesama dengan saling memuliakan/menghargai. Kemuliaan adalah milik Allah dan tidak ada yang sama dengannya, karena kemuliaan hanya milik Allah, maka hanya dia

---

<sup>72</sup> Muhammad Tahir and Halimah -, “Pesan Dakwah Dalam Channel YouTube ‘Menjadi Manusia,’” *Nubuwwah: Journal of Communication and Islamic Broadcasting* 1, no. 01 (2023): 66–74, <https://doi.org/10.21093/nubuwwah.v1i01.6153>. h. 69

<sup>73</sup> Ahmad Sofyan et al., “Basis Ontologi Dakwah Sebagai Fondasi Kesadaran Humanistik Dalam Era Post-Truth” 28, no. 1 (2025): 672–78. h. 676

yang maha kuasa memberinya manusia dimuliakannya bila mendekat kepadanya, selanjutnya karena kemuliaan itu bersumber dari Allah, maka wajar jika manusia untuk merendahkan diri kepadanya serta memenuhi segala kewajibannya, tanpa itu, maka tiada kemuliaan darinya.<sup>74</sup> M. Quraish Shihab menjelaskan di dalam bukunya “yang Hilang dari Kita: Akhlak” bahwa ketika seseorang ingin dimuliakan oleh orang lain maka yang harus dilakukan adalah menjadi manusia yang dibutuhkan banyak makhluk, artinya, jadilah manusia yang suka tolong menolong dan bermanfaat bagi sesama makhluk.

Sikap saling membantu merupakan bagian dari akhlak mulia kepada sesama (*hablum minannas*), salah satu langkah konkret adalah dengan memperkuat kolektif ajaran agama serta membangun hubungan harmonis di tengah masyarakat. dan hal itu sebaiknya dilakukan dengan penuh keikhlasan. Islam mendorong umatnya untuk memiliki kepedulian sosial serta semangat tolong-menolong.<sup>75</sup> Orang yang membiasakan diri untuk membantu sesama akan memperoleh berbagai manfaat, seperti mempererat hubungan persaudaraan dan mempermudah datangnya rezeki. Perintah ini telah ditegaskan langsung oleh Allah Swt dalam Al-Qur'an, salah satunya melalui surat Al-Maidah/5:2.

وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Terjemahnya:

Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sungguh, Allah sangat berat siksaannya. (QS. Al-Maidah/5:2)

Terjemah dalam Bahasa Mandar:

*Anna situlu-tulungo'o (mappogau) to lamba lao apiangan anna taqwa, anna da mie, situlung-tulung mappogau' dosa anna mambulallo antorang.*

<sup>74</sup> Shihab, *Yang Hilang Dari Kita: AKHLAK*. h. 189

<sup>75</sup> Mh. Afdal Hamid, M. Galib M, and Muhsin Mahfudz, “Kecerdasan Sosial Dalam Al-Qur'an (Kajian Tematik Terhadap Term تعاون),” *Jurnal Diskursus Islam* 11, no. 2 (2023): 147–70, <https://doi.org/10.24252/jdi.v11i2.41326>. h. 169

*Anna pe'atakwao mie' lao puang Allah taala, sitonganna puang Allah Taala tongang mabe'i passessa-Na.*<sup>76</sup>

Allah Swt memerintahkan secara tegas kepada umat manusia untuk saling tolong-menolong dalam hal kebaikan (*al-birr*) dan ketakwaan (*at-taqwa*), serta melarang keras untuk saling bantu dalam hal dosa (*al-ithm*) dan permusuhan (*al-'udwān*). Hakikat dari pribadi yang mulia adalah mereka yang mampu memberikan penghormatan dan memuliakan orang-orang di sekitarnya.<sup>77</sup>

Sikap meminta maaf dan mengakui kesalahan, merupakan perbuatan yang mulia, karena melalui permintaan maaf seseorang dapat merasakan ketenangan batin. Diperlukan kelapangan hati untuk bisa mengikhlaskan perlakuan tidak adil yang pernah diterima. Oleh karena itu, sebagai manusia, kita dituntut untuk mengedepankan keikhlasan. Kelak di akhirat, setiap manusia akan dimintai pertanggungjawaban atas amal perbuatannya di dunia. Jika seseorang pernah menyakiti orang lain namun tidak pernah meminta maaf, maka dosa orang yang disakiti dan tidak memaafkan bisa menjadi beban bagi pelaku tersebut.

Dalam visual poster di atas, poster tersebut mendukung pesan dakwah akhlak tentang memuliakan orang lain, mengajak audiens untuk menanamkan pentingnya nilai sopan santun serta cara kita bersikap dan menghargai sesama. Didukung foto Ustadz Felix Siau dengan wajah yang tersenyum ramah menekankan sisi humanis dari pesan yang disampaikan memberikan ruang untuk berpikir dan merefleksi. Tidak hanya itu, Ekspresi bersahabat ini juga mendukung prinsip dakwah *bil hikmah wal mau'izhah hasanah*, yakni menyampaikan pesan dengan kebijaksanaan dan kelembutan seperti yang dijelaskan Allah dalam QS. Al-Nahl 6:125:

---

<sup>76</sup> Kholid Bodi, *Korang Mala'bi*. h. 173

<sup>77</sup> Muhith, "Kemuliaan Dan Memuliakan," *EL-Hikmah* VIII (n.d.). h. 68

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجِدْلُهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ۝ ١٢٥

Terjemahnya:

Serulah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik serta debatlah mereka dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang paling tahu siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia (pula) yang paling tahu siapa yang mendapat petunjuk. (QS.Al-Nahl 6 :125).

Terjemahnya dalam Bahasa Mandar:

*Sioi (peroi rupa tau) loa di tanggalalang puang mu sewa' hikmah (pau parua) anna pe'guruang iya macoa anna saaka'i ise'iya cara macoa. Sitonganna Puang mu iyamo kaminang ma'isang di to pusa tanggalalang-Na anna Iya (Puang) kaminang ma'issang to mallolongang patiroang.*<sup>78</sup>

Ayat ini menegaskan prinsip utama dalam dakwah, yakni mengajak manusia menuju jalan Allah dengan *hikmah* (kebijaksanaan), *mau'izhah hasanah* (nasihat yang baik), dan *mujādalah* (dialog) yang dilakukan dengan cara yang lebih baik. Ayat ini menunjukkan bahwa penyampaian pesan dakwah tidak cukup hanya berfokus pada isi pesan, tetapi juga pada strategi dan metode yang tepat agar pesan tersebut dapat diterima secara efektif oleh audiens. keberhasilan dakwah tidak hanya terletak pada kebenaran materi, tetapi juga pada kemampuan membentuk bingkai komunikasi yang persuasif, dan humanis.

Menurut Erving Goffman (1974) dalam bukunya *Frame Analysis*, yang dikutip Robert J. Lowe mengatakan setiap komunikasi publik bekerja melalui bingkai (*frame*) yang membantu audiens memahami, menginterpretasi, dan memberi makna terhadap realitas sosial yang disajikan.<sup>79</sup> Dengan kata lain, media seperti poster bukan hanya menyampaikan informasi, tapi membentuk cara berpikir dan memaknai pesan. Poster ODOS Ruang Edit dalam hal ini membingkai realitas sosial melalui teks dan elemen visual yang digunakan, seperti

<sup>78</sup> Kholid Bodi, *Korang Mala'bi*. h. 479

<sup>79</sup> Robert J. Lowe, *Frame Analysis Critical Theory, and English Language Teaching* (New York: Routledge, n.d.).

pada penggunaan bahasa yang lugas dan mudah dipahami dan penggunaan visual gambar foto Ustadz Felix Siauw yang akrab dengan generasi muda.

Penelitian ini sejalan dengan studi yang dilakukan oleh Basyrul yang menjelaskan bahwa dakwah di era digital menjadi lebih efektif apabila disampaikan melalui pendekatan humanis. Pendekatan ini menekankan nilai-nilai akhlak yang humanistik, serta menggunakan media digital seperti poster dan video pendek yang komunikatif dan menarik secara visual. Dakwah tidak hanya berfokus pada penyampaian dalil, tetapi lebih pada bagaimana pesan diterima secara emosional oleh audiens.<sup>80</sup> Dakwah poster seperti *One Day One Story* (ODOS) Ruang Edit telah efektif dilakukan karena menyampaikan pesan akhlak islam secara santun, visual, dan menyentuh sisi kemanusiaan sehingga mudah diterima oleh audiens. Seperti yang Allah Swt sampaikan melalui firmanNya dalam surah Al-Nahl ayat 125.

---

<sup>80</sup> Muhamad Basyrul, "Model Dakwah Berbasis Humanis Di Era Digital: Upaya Transformasi Nilai-Nilai Islam Rahmatan Lil Alamin," *Jurnal Mediakita Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 7, no. 1 (2023): 1–14, <https://doi.org/10.30762/mediakita.v7i1.952>. h. 10

## 2. Poster “Kekuatan Terbesar Manusia”



**Gambar 4.4** Poster Dakwah ODOS RE  
@raf\_sanjani\_

Desainer	@raf_sanjani_
Published	ODOS Ruang Edit 11 Januari 2025
Judul Poster	Kekuatan Terbesar Manusia
Subjudul	<p>“Kekuatan Terbesar dari seorang manusia itu adalah pikirannya sendiri. Kalo lu mau sukses ya jangan bandingin sama orang, karena sepatu kita tidak sama. Lu harus berjuang dengan cara lu sendiri.”</p> <p>“dan jangan pernah mengeluh soal <i>privilege</i> apapun emang lu ditakdirkan Allah berjuang dari minus, dan memang sudah jalannya, dan pasti ada maksudnya kenapa lu di situ”</p> <p>-dr. Tirta</p>
Visual	- Warna dominasi hijau dan putih.

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elemen ilustrasi seperti pesawat kertas, efek kertas sobek, dan surat kabar.</li> <li>- Gambar Foto dr. Tirta dengan mikrofon.</li> <li>- Tipografi menggunakan jenis font san serif (Montserrat)</li> </ul>
Kategori Akhlak	Lapang Dada (akhlak kepada Allah)
Bentuk Pesan	Motivasi

**Tabel 4.2 Rincian Kategori Poster ODOS @raf\_sanjani\_**

Dalam poster yang di unggah ODOS Ruang Edit pada 11 Januari 2025 ini, menampilkan tokoh publik dr. Tirta dengan kutipan motivasinya yang sarat akan nilai-nilai akhlak dan spiritualisme dalam kehidupan sehari-hari. Fokus pesan yang disampaikan adalah kelapangan dada, perjuangan serta sikap menerima takdir Allah dengan penuh keikhlasan, berikut hasil analisis pada poster tersebut:

a. Analisis Tematik

Judul utama pada poster ini yakni “Kekuatan Terbesar Manusia” merupakan pesan dakwah akhlak vertikal kepada Allah, dengan mengangkat tema utama tentang akhlak dalam menyikapi takdir dan tidak membandingkan diri dengan orang lain yang mencakup nilai-nilai pemanfaatan akal dan potensi diri, kemandirian dan ketekunan dalam berjuang, larangan membandingkan diri dengan orang lain, serta lapang dada terhadap takdir Allah Swt.

b. Analisis Tekstual

Poster ini memuat dua kutipan dari dr. Tirta, pesan tersebut menggunakan bahasa yang informal dan komunikatif, dengan pemakaian kata ganti orang kedua tunggal "lu" yang umum digunakan dalam komunikasi antar generasi muda. Kendati demikian, gaya penyampaian yang santai ini tidak mengurangi kedalaman makna pesan yang disampaikan.

Kutipan pertama menekankan pada pentingnya potensi akal (pikiran) sebagai kekuatan utama manusia, serta dorongan untuk tidak membandingkan diri dengan orang lain, karena setiap individu memiliki jalan hidup yang berbeda. Hal

ini sejalan dengan nilai-nilai dalam Islam yang mendorong seseorang untuk bersikap *qana'ah* (merasa cukup), dan tidak iri terhadap pencapaian orang lain.

Kutipan kedua memuat pesan larangan untuk mengeluh terhadap kondisi atau "*privilege*", serta ajakan untuk memahami bahwa setiap manusia menjalani takdir yang telah Allah tetapkan. Pengakuan terhadap takdir dan usaha untuk tetap berjuang dari kondisi apapun mencerminkan sikap tawakal dan sabar, dua pilar utama dalam akhlak spiritual seorang Muslim.

Dengan demikian, pesan dakwah dalam poster ini dapat dikategorikan sebagai bentuk dakwah motivasional yang bertujuan menumbuhkan sikap optimisme, semangat hidup, dan penerimaan terhadap kehendak Allah dengan lapang dada. Hal tersebut ditonjolkan dan didukung melalui dua kutipan dari dr Tirta tersebut yang ditulis dengan menggunakan font yang diberi efek bold pada beberapa kata sebagai penguat atau penekanan pesan yang ingin disampaikan.

### c. Analisis Visual

Dari segi visual, poster ini memiliki karakteristik desain yang modern dan informatif, beberapa elemen penting yang telah dianalisis meliputi, warna dominan hijau dan putih, warna hijau dalam islam selalu dikaitkan dengan spiritualitas dalam islam. Senada dengan itu, studi oleh Septiani Chairunnisa mengatakan bahwa warna hijau dalam Islam selalu berkaitan dengan kesucian dan ketenangan, serta dianggap sebagai warna yang disukai oleh Nabi Muhammad Saw.<sup>81</sup> kemudian penggunaan gambar tokoh dr. Tirta dalam posisi duduk sambil memegang mikrofon, menunjukkan konteks yang bersikap edukatif serta menguatkan persepsi bahwa pesan tersebut berasal dari pengalaman nyata. Penggunaan elemen visual seperti kertas sobek, potongan surat kabar dan ilustrasi

---

<sup>81</sup> Septiani Chairunnisa, "Makna Warna Dalam Hadis (Studi Ma'anil Hadis)," 2024. h. 47

pesawat kertas memberikan kesan visual yang dinamis dan kreatif. Kemudian pemilihan tipografi yang tegas dan kontras, penyorotan warna hijau pada kata-kata kunci seperti “kekuatan terbesar”, “pikiran sendiri”, “berjuang”, “jangan pernah mengeluh”, “berjuang”, dan “Allah” berfungsi untuk memperkuat fokus pembaca terhadap inti pesan yang ingin disampaikan, sehingga pada kata-kata tertentu sengaja ditonjolkan.

Dari sisi visual poster, pesan dakwah yang ditonjolkan melalui visual gambar sang tokoh yakni dr. Tirta yang dikenal lewat konten kontennya yang mengedukasi di media sosial. dr. Tirta juga kerap membagikan beberapa moment perjalanan hidupnya sampai menjadi seorang dokter melalui video-videonya seperti yang kita kenal sekarang ini. Sehingga, pesan yang disampaikan berasal dari pengalaman pribadi sang dokter yang diperkuat langsung melalui penggunaan gambar foto dr Tirta.

Dalam poster *One Day One Story* (ODOS) Ruang Edit Indonesia yang di unggah pada 11 Januari 2025 di *framing* melalui visual dan narasi yang disampaikan dengan memberikan pesan motivasi akan pentingnya bersyukur (lapang dada). Poster tersebut termasuk ke dalam dimensi akhlak vertikal kepada Allah diperlihatkan melalui judul dan subjudul serta isi poster tentang sikap tidak mudah mengeluh, lapang dada, dan tidak membandingkan diri dengan orang lain (bersyukur).

Hubungan vertikal kepada Tuhan, menegaskan arti penting ikatan spiritual antara setiap individu dengan Sang Pencipta, yang menjadi pondasi pokok dalam kehidupan seorang Muslim.<sup>82</sup> Salah satu contoh sifat akhlak vertikal kepada Allah adalah dengan Lapang dada. Lapang dada adalah kondisi jiwa seseorang psiko

---

<sup>82</sup> Sofyan et al., “Basis Ontologi Dakwah Sebagai Fondasi Kesadaran Humanistik Dalam Era Post-Truth.” h. 676

spiritual yang dilihat dari kemampuan menghayati realitas yang terjadi menyadari bahwa realitas itu milik Allah, dan kesediaan menerima kenyataan yang bisa jadi tidak menyenangkan secara fisik dan psikologis<sup>83</sup> Dalam hal ini, kelapangan dada tidak hanya terlihat dari reaksi lahiriah terhadap suatu peristiwa, tetapi lebih pada kesediaan batin untuk menerima takdir dengan ikhlas, tanpa mengeluh berlebihan atau menyalahkan keadaan.

Islam mengajarkan umatnya untuk selalu bersyukur dan berlapang dada atas ketetapan Allah, keduanya merupakan akhlak dalam jiwa. Terdapat tingkatan dalam kualitas pribadi seseorang. Individu yang sabar dan bersyukur menunjukkan karakter kelapangan dada, kasih sayang terhadap sesama, serta keteguhan dalam menghadapi ujian yang tidak menyenangkan. Sikap ini bertolak belakang dengan sifat manusia yang secara naluriah cenderung gelisah, mudah mengeluh saat tertimpa.<sup>84</sup> Seseorang dengan karakter demikian tidak mampu menunjukkan kelapangan hati saat menerima nikmat, dan tidak pula mampu bersabar saat mengalami cobaan. Dengan lapang dada, seseorang mampu bersikap adil, pemaaf, dan tidak mudah menyalahkan orang lain, sehingga mampu menciptakan hubungan sosial yang harmonis.

Dalam visual poster di atas, menekankan kata-kunci seperti “berjuang”, “Allah”, dan “pikiran” ditandai warna hijau cerah atau bold, ini adalah teknik visual *hierarchy* yang membantu audiens memfokuskan pesan utama, dengan menggunakan perbedaan ukuran font, warna dan elemen lainnya sang desainer dapat mengontrol pandangan seseorang.<sup>85</sup> Pemanfaatan visual gambar dr. Tirta

---

<sup>83</sup> Fuad Nashori, “Hubungan Antara Kualitas Dan Intensitas Dzikir Dengan Kelapangdadaan Mahasiswa,” *Millah* 5, no. 1 (2005): 121–36, <https://doi.org/10.20885/millah.vol5.iss1.art9>. h. 123

<sup>84</sup> Ibnu Taimiyah, *Al-Iman* (Pondok Gede, Bekasi: PT Darul Falah, 2012). h. 159

<sup>85</sup> Micho W Putra, *Graphic Design- Menjadi Desainer Digital: Tools, Teknik, Dan Monetisasi Karya* (Micho W Putra, 2025).

yang digambarkan sedang duduk sambil memegang mikrofon menggambarkan suasana yang bersifat edukatif, sekaligus memperkuat kesan bahwa pesan yang disampaikan memiliki landasan dari pengalaman langsung atau kejadian nyata. Elemen ilustrasi potongan surat kabar dan pesawat kertas memberikan kesan visual yang dinamis dan kreatif. Secara keseluruhan, desain visual poster ini mendukung secara efektif pesan yang ingin disampaikan, bahwa kelapangan dada dalam menerima takdir dan tidak membandingkan hidup dengan orang lain adalah bentuk kekuatan terbesar manusia. Dengan demikian pesan dakwah melalui poster digital *One Day One Story* (ODOS) Ruang Edit tidak hanya bernilai estetika tetapi juga efektif karena dengan mudah dipahami melalui penempatan visual elemen-elemen yang tersusun, seperti penempatan teks, foto dan visual lainnya. Senada dengan itu, Subria mamis mengemukakan bahwa desain komunikasi visual menyampaikan pesan secara efektif dengan memanfaatkan elemen-elemen visual yang terstruktur dalam media sebagai bagian dari proses komunikasi.<sup>86</sup>

Teori *framing* Erving Goffman yang menyoroti bagaimana media membingkai realitas agar diterima sesuai sudut pandang tertentu. Dalam perspektif komunikasi *frame* digunakan membedah cara media saat mengkonstruksi fakta.<sup>87</sup> Poster ini membingkai isu tidak syukuran dan sikap suka membandingkan diri sebagai masalah utama. Nilai moral yang ditonjolkan adalah pentingnya bersabar, tidak mengeluh, serta menerima takdir Allah dengan lapang dada.

Hasil penelitian ini senada dengan penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Fauzi Muntazori yang menunjukkan bahwa Menyajikan kembali pesan-pesan ketuhanan dan kenabian melalui karya visual merupakan salah satu strategi untuk

---

<sup>86</sup> Subria Mamis, *Desain Komunikasi Visual, Aspek Desain Komunikasi Visual* (PT Mafy Media Literasi Indonesia, 2015). h. 10

<sup>87</sup> Alex Sobur, *Analisis Teks Media* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004). h.162

menjangkau hati manusia, sehingga mereka lebih mudah menangkap dan memahami isi ajaran keislaman. Secara teoritis, penyampaian pesan melalui bentuk visual dan simbolik memiliki keunggulan dalam hal kemudahan penerimaan dan pemahaman oleh audiens.<sup>88</sup>

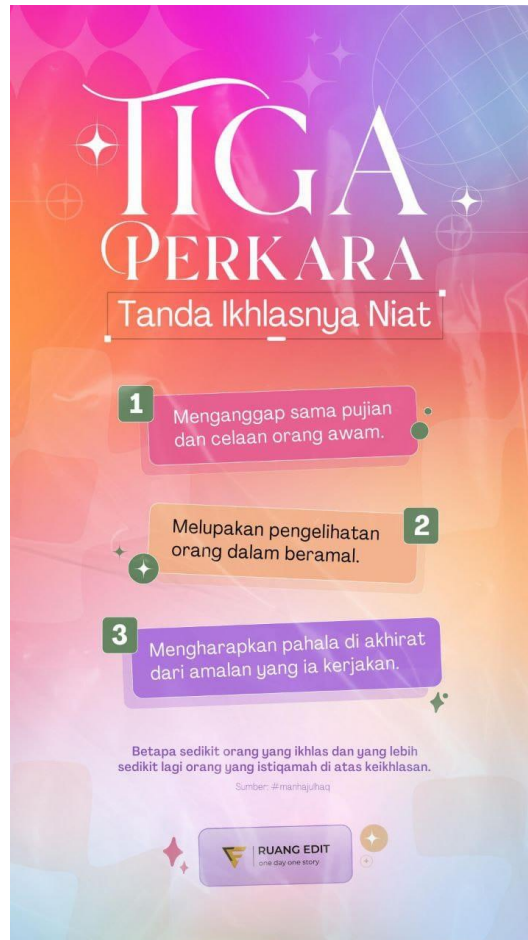
Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Syarip Hidayatullah bahwa dakwah melalui media sosial seperti YouTube, Instagram, TikTok dan jenis media massa lainnya efektif dan dapat tersampaikan dengan baik.<sup>89</sup> Hal ini menunjukkan bahwa upaya dalam mempengaruhi, mengajak atau mendorong seseorang dalam kebaikan dapat dikatakan efektif dilakukan melalui digital dalam hal ini media poster berbasis digital yang dilakukan oleh *One Day One Story* (ODOS) Ruang Edit Indonesia.

---

<sup>88</sup> Ahmad Faiz Muntazori, "Dakwah Visual: Ekspresi Keimanan Seorang Muslim Dalam Poster Digital," *Human Narratives* 1, no. 2 (2020): 88–102, <https://doi.org/10.30998/hn.v1i2.351>. h. 100

<sup>89</sup> Syarip Hidayat et al., "Efektifitas Dakwah Di Internet Untuk Gen-Z," *Jurnal Al-Bayan: Media Kajian Dan Pengembangan Ilmu Dakwah* 28, no. 1 (2022): 43–55, <https://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/bayan/article/view/13433>. h. 54

### 3. Poster “Tiga Perkara Tanda Ikhlasnya Niat”



**Gambar 4.5 Poster Dakwah ODOS RE  
@abdurrohmanmuhamad**

Desainer	@abdurrohmanmuhamad
Published	ODOS Ruang Edit 14 Januari 2025
Judul Poster	Tiga Perkara Tanda Ikhlasnya Niat
Subjudul	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menganggap sama pujian dan celaan orang awam</li> <li>2. Melupakan penglihatan orang dalam beramal</li> <li>3. Mengharapkan pahala di akhirat dari amalan yang ia kerjakan.</li> </ol> <p>Betapa sedikit orang yang ikhlas, dan yang lebih sedikit lagi orang yang istiqamah di atas keikhlasan.</p>
Visual	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tipografi menggunakan jenis font san serif dan serif</li> <li>- Terdapat shape/bentuk pada Nomor, Sub judul serta logo watermark pada poster</li> <li>- Warna gradasi pink, ungu, orange</li> </ul>

	- Ilustrasi efek plastik pada <i>background</i> utama poster - Elemen partikel bola dunia dan efek cahaya berada tepat di <i>background</i> dengan sedikit transparan.
Kategori Akhlak	Keikhlasan (akhlak kepada Allah)
Bentuk Pesan	<i>Reminder</i> (Peningkat)

**Tabel 4.3 Kategori Pesan Akhlak @abdurrohmanmuhamad**

Hasil analisis pada poster “Tiga Perkara Tanda Ikhlasnya Niat” yang diunggah ODOS Ruang Edit pada 14 Januari 2025, yang mengangkat tema tentang tanda-tanda keikhlasan dalam beramal.

a. Analisis Tematik

Poster dengan berjudul “Tiga Perkara Tanda Ikhlasnya Niat” dengan mengangkat topik mengenai tanda-tanda keikhlasan dalam beramal, yang merupakan elemen penting dalam akhlak batin seorang muslim yang termasuk dalam dakwah vertikal kepada Allah. Poster ini menyoroti tiga indikator utama dari niat yang ikhlas, yakni sikap tidak pernah terpengaruh pujian dan celaan, melupakan pandangan manusia saat beramal, serta mengharap balasan dari Allah di akhirat. Poster ini dapat ditarik kesimpulan bahwa ada beberapa sub tema yang diangkat pada poster tersebut yakni kesetaraan pandangan terhadap pujian dan celaan, menjaga niat dari riya (pamer amal), dan orientasi akhirat dalam setiap amal kebaikan.

b. Analisis Tekstual

Menampilkan judul besar “Tiga Perkara Tanda Ikhlasnya Niat” dengan tiga poin utama yakni “menganggap sama pujian dan celaan orang awam” pesan ini mengandung nilai bahwa orang yang ikhlas tidak peduli akan penilaian manusia, baik berupa pujian maupun hinaan. Hal ini menunjukkan matangnya spiritualisme terhadap sang pencipta, poin keduanya “melupakan penglihatan orang dalam beramal”, merupakan bentuk pencegahan terhadap riya, yaitu dengan melakukan amal bukan karena Allah Swt melainkan untuk dilihat manusia, amal

seperti ini dikategorikan sebagai amal yang batal atau tidak ada nilainya di sisi Allah Swt. kemudian kalimat “mengharapkan pahala di akhirat dari amalan yang ia kerjakan”, kalimat ini menunjukkan penegasan bahwa yang ikhlas tidak menanti pujian dan balasan duniawi, tetapi menempatkan akhirat sebagai tujuan utama dari seluruh perbuatannya. Di bagian bawah poster terdapat kutipan tambahan “Betapa sedikit orang yang ikhlas dan yang lebih sedikit lagi orang yang istiqomah di atas keikhlasan”, ketipan ini mempertegas bahwa ikhlas bukan hanya kondisi sesaat, tetapi membutuhkan *istiqomah* yang tinggi. Oleh karena itu, pesan dakwah ini mengajak audiens untuk introspeksi dan evaluasi diri agar selalu ikhlas dalam setiap melakukan amalan tanpa mengharapkan validasi dari orang lain.

Hal tersebut ditonjolkan melalui kalimat “Betapa sedikit orang yang ikhlas dan yang lebih sedikit lagi orang yang istiqomah di atas keikhlasan”, hal itu menunjukkan bahwa manusia harusnya ikhlas dalam melakukan suatu amalan. Teks judul dan subjudul poster merupakan narasi *reminder* sebagai penguatan kembali pada tiga poin di atas. Dengan demikian, teknik hirarki yang digunakan dalam poster tersebut membawa audiens pada pokok permasalahannya yakni tidak ikhlas dalam beramal dan kemudian ditutup dengan kalimat mengajak audiens untuk ikhlas dan istiqomah dalam beribadah (*lillahi taala*). Komposisi hirarki secara berurutan, disertai pengaturan *size* huruf yang nyaman dibaca, membantu meningkatkan keterbacaan. Keterbacaan dan kejelasan merupakan faktor krusial dalam merancang tata letak sebuah karya desain komunikasi visual.<sup>90</sup>

### c. Analisis Visual

---

<sup>90</sup> Andreas Darmawan and Leonardo Widya, *Bahan Ajar Kursus Dan Pelatihan Desain Grafis - Pengantar Desain Publikasi*, 2016. h. 32

Poster ODOS Ruang Edit “Tiga Perkara Tanda Ikhlasnya Niat” menggunakan pendekatan poster yang lembut dan elegan. Beberapa unsur visual yang digunakan adalah penggunaan warna dominan pink, ungu, orange dan biru yang lembut dan ringan memberikan kesan damai. Warna-warna pastel ini juga menciptakan nuansa yang ringan, halus, dan tidak terlalu mencolok. Hal ini didukung dengan studi yang dilakukan oleh Luthfi Albaihaqi yang mengatakan bahwa warna-warna pastel kerap dipilih dalam desain visual poster yang mengutamakan kesederhanaan dalam pemilihan warna ringan.<sup>91</sup> Tipografi dengan penggunaan gaya font serif besar dan dekoratif pada judul utama “Tiga Perkara” menambah nilai estetika sekaligus menarik perhatian pertama pembaca, dan kombinasi font sans serif pada keterangan poster. Kemudian penggunaan *layout* yang terstruktur, setiap poin disusun dalam urutan numerik dengan penekanan visual yang rapi, sehingga pembaca dapat dengan mudah memahami isi pesan secara bertahap. Aksentuasi grafis seperti bintang, efek ilustrasi cahaya, dan bola dunia transparan, menambah sentuhan futuristik dan simbolik yang memperkuat kedalaman makna. Poster ini menyampaikan pesan spiritual melalui desain yang modern dan estetis, tanpa meninggalkan esensi dari pesan dakwah itu sendiri.

Jika merujuk pada visual poster, pesan dakwah tentang keikhlasan didukung dan ditonjolkan melalui warna yang digunakan dalam desain poster, warna yang digunakan seperti dominan biru muda, pink, ungu kuning dan orange memberikan visual yang menciptakan ketenangan hati dan keikhlasan karena penggunaan yang halus dan tidak terlalu mencolok. Studi menunjukkan warna warna dingin seperti biru atau hijau cenderung menenangkan sistem saraf, mengurangi ketegangan, dan meningkatkan perasaan damai<sup>92</sup>

---

<sup>91</sup> Naufal Luthfi Albaihaqi, “Penerapan Warna Pastel Dalam Fotografi Fashion,” n.d.

<sup>92</sup> Santika, “Psikologi Warna Dan Pengaruhnya Terhadap Respons Emosional Individu.”

Dalam poster *One Day One Story* (ODOS) Ruang Edit Indonesia yang di unggah pada 14 Januari 2025 terdapat dimensi akhlak vertikal kepada Allah pada Judul dan subjudul serta isi poster yang berbicara tentang keikhlasan dalam beramal

Berbicara tentang ikhlas, ikhlas sendiri jika merujuk pada Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) yang memiliki arti hati yang bersih, jujur dan tidak mengharapkan imbalan apapun. Para pakar bahasa Arab menyatakan bahwa kata yang menggunakan kata “*Kha*”, “*Lam*”, dan “*Sad*” seperti kata ikhlas, dalam bentuk apapun mengandung makna membersihkan dan memperbaiki. M. Quraish Shihab mendefinisikan ikhlas sebagai upaya membersihkan atau mengeluarkan selain substansinya.<sup>93</sup> Ikhlas adalah inti dari agama, dan semua bentuk amal harus bebas dari niat ganda, termasuk riya’, Allah Swt menjelaskan dalam QS. Az-Zumar/39:2-3:

إِنَّا أَنْزَلْنَا إِلَيْكَ الْكِتَابَ بِالْحَقِّ فَاعْبُدِ اللَّهَ مُخْلِصًا لَهُ الدِّينَ ۚ أَلَا لِلَّهِ الدِّينُ الْخَالِصُ وَالَّذِينَ اتَّخَذُوا  
 مِنْ دُونِهِ أَوْلِيَاءَ مَا نَعْبُدُهُمْ إِلَّا لِيُقَرِّبُونَا إِلَى اللَّهِ زُلْفَىٰ إِنَّ اللَّهَ يَحْكُمُ بَيْنَهُمْ فِي مَا هُمْ فِيهِ يَخْتَلِفُونَ  
 إِنَّ اللَّهَ لَا يَهْدِي مَنْ هُوَ كُذِبَ كَفَّارًا ۝ ٣

Terjemahnya:

Sesungguhnya Kami menurunkan Kitab (Al-Qur'an) kepadamu (Nabi Muhammad) dengan hak. Maka, sembahlah Allah dengan mengikhlaskan ketaatan kepada-Nya. Ketahuilah, hanya untuk Allah agama yang bersih (dari syirik). Orang-orang yang mengambil pelindung selain Dia (berkata,) “Kami tidak menyembah mereka, kecuali (berharap) agar mereka mendekatkan kami kepada Allah dengan sedekat-dekatnya.” Sesungguhnya Allah akan memberi putusan di antara mereka tentang apa yang mereka perselisihkan. Sesungguhnya Allah tidak memberi petunjuk kepada pendusta lagi sangat ingkar. (QS. Az-Zumar/39 :2-3)

Terjemah Bahasa Mandar:

*Sitonganna iyami' mappaturungano'o katta' (koroang) sawa' (mambawa) atonganna. Jari sobbai Puang Allah Taala siola mappamapcing atunruang lao di sesa-Na. Ingarangi sangga' apunnanna Puang Allah Taala agama iya mapaccing (pole di mappa'dua). Anna to maala patturundungan salaengna Puang Allah Taala (ma'uang) "iyami*

<sup>93</sup> Shihab, *Yang Hilang Dari Kita: AKHLAK*. h. 130

*andiang massombai ise'iyya salaengna (mahhara') malaai ise'iyya mappakadeppu' iyyami' lao di Puang Allah Taala (kadeppu' tongang)". Sitonganna Puang Aallah Taala mapputusi di antara ise'iyya di anu manisalai. Sitonganna Puang Allah Taala andiangi mamabei sitoroang di to pallosong anna to kaper.<sup>94</sup>*

Ayat ini memuat seruan penting agar setiap bentuk ibadah dan amal perbuatan harus didasarkan atas niat yang tulus semata-mata karena Allah. Quraish Shihab menyebut bahwa agama yang dimurnikan (*ad-din al-khalis*) adalah suatu sistem pengabdian yang bersih dari motif selain Allah, seperti riya', pujian, atau keuntungan materi. Bahkan, amal yang tampak besar dan bermanfaat sekalipun akan kehilangan nilainya apabila dilakukan tanpa keikhlasan<sup>95</sup>

Dalam poster ODOS tersebut menggunakan hirarki tipografi dengan menggunakan dua jenis font yang berbeda dan besar kecilnya font tersebut. Contoh pada Judul "TIGA Perkara" menggunakan huruf besar jenis font serif dengan sengaja menekankan poin dari pesan utama poster, subjudul "Tanda Ikhlasnya Niat" dan penomoran 1, 2, dan 3 menyusun urutan yang sistematis dan terlihat dinamis. Kemudian dari segi warna gradasi magenta-orange menimbulkan suasana spiritual yang lembut. Menurut penelitian visual warna lembut dan penggunaan tipografi memiliki efek menenangkan dan memudahkan audiens terbuka secara emosional terhadap pesan akhlak seperti keikhlasan<sup>96</sup> hal tersebut menunjukkan bahwa poster ODOS Ruang Edit "Tiga Perkara Tanda Ikhlasnya Niat" di *framing* melalui struktur hirarki yang dibangun, dengan mendefinisikan masalah pada judul dan isinya yakni dengan memaparkan tanda-tanda keikhlasan, dan ditutup dengan narasi motivasi mengajak untuk selalu ikhlas dan istiqomah dalam beribadah.

<sup>94</sup> Kholid Bodi, *Korang Mala'bi*. h. 839

<sup>95</sup> M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah, Proceedings of the National Academy of Sciences*, vol. 3. h. 184

<sup>96</sup> Akmal Musa Uparya, "Representasi Makna Poster Kajian Dakwah Di Instagram Anak Mesjid Akmal," *Proceedings of the National Academy of Sciences* 3, no. 1 (2015): 1–15, h.313.

Menurut G.J. Aditjondro dalam kutipan Alex Sobur, *framing* merupakan cara menyajikan sebuah peristiwa atau kenyataan dengan memberikan penekanan pada bagian-bagian tertentu, tanpa mengingkari fakta secara keseluruhan. Dalam proses ini, informasi disusun sedemikian rupa sehingga membentuk persepsi tertentu di benak pembaca atau audiens. Hal ini dilakukan melalui pemilihan kata-kata yang memiliki makna khusus, penggunaan gambar, karikatur, atau media visual lainnya yang mampu menggiring pemahaman sesuai sudut pandang yang diinginkan penyampai pesan.<sup>97</sup>

Penelitian ini senada dengan penelitian yang dilakukan oleh Lutfiyah yang mengatakan bahwa penggunaan media digital, terutama *smartphone*, semestinya tidak mengganggu kualitas niat ibadah. Publikasi ibadah di media sosial yang didorong oleh dorongan untuk eksis atau mencari pengakuan dapat merusak murninya niat, sehingga menjauh dari nilai akhlak ikhlas.<sup>98</sup>

---

<sup>97</sup> Sobur, *Analisis Teks Media*. h. 165

<sup>98</sup> Lutfiyah, "Smartphone Dalam Konstruksi Teori Ikhlas Beribadah di Era Revolusi Industri 4.0," *Jurnal Ilmu Aqidah Dan Studi Keagamaan* 7 (2019): 333–348. h. 346

## 4. Poster “Perihal Musibah”



**Gambar 4.6 Poster Dakwah ODOS RE @milaarosita**

Desainer	@milaarosita
Published	ODOS Ruang Edit 16 Januari 2025
Judul Poster	Perihal Musibah
Subjudul	“Musibah itu mengecil jika dirahasiakan, membesar jika dikeluh kesahkan terurai jika diadukan pada Allah, dan merumit jika diumbar pada manusia.” -Ustadz. Salim A.Fillah
Visual	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tipografi menggunakan dua jenis font san serif dan script</li> <li>- Elegan bunga magnolia, buku catatan, pulpen, dan jam.</li> <li>- Warna yang digunakan mayoritas pink.</li> <li>- Shape/bentuk yang digunakan persegi panjang membentuk</li> </ul>

	elemen visual buku
Kategori Akhlak	Kesabaran (akhlak kepada Allah)
Bentuk Pesan	Persuasif

**Tabel 4.4 Kategori Pesan Akhlak @milaarosita**

Hasil analisis pada poster “Perihal Musibah” yang diunggah pada 16 Januari 2025, termasuk dalam kategori pesan akhlak vertikal kepada Allah tentang sabar dan cara menyikapi ketika menghadapi musibah.

a. Analisis Tematik

Poster “Perihal Musibah” memiliki pesan utama tentang refleksi dan cara menyikapi musibah dengan bersabar. Poster ini menyampaikan pesan dakwah akhlak vertikal kepada Allah yang ada pada sikap batin dalam menghadapi musibah dengan mengangkat beberapa subtema diantaranya tentang kesabaran dan ketenangan dalam menyikapi musibah, larangan memperbesar masalah dengan keluhan berlebihan, anjuran untuk mengadu kepada Allah sebagai bentuk tawakal dan peringatan agar tidak memperumit keadaan dengan menyebarkan keluhan kepada manusia. Keempat poin tersebut menyiratkan pentingnya menjaga ketenangan hati, kedalaman iman, dan keikhlasan dalam menghadapi ujian serta memperkuat hubungan vertikal kepada Allah dibandingkan eksposur yang tidak perlu kepada manusia.

b. Analisis Tekstual

Isi teks pada poster di atas memakai kutipan dari Ustadz Salim A. Fillah yakni “Musibah itu mengecil jika dirahasiakan, membesar jika dikeluh kesahkan, terurai jika diadukan kepada Allah dan rumit jika diumbar kepada manusia” kalimat tersebut disusun terstruktur secara paralel menggunakan pasangan kata kerja yang berlawanan contoh seperti penggunaan kata “mengecil” = “membesar”, “terurai” = “merumit” yang disengaja ditekankan dengan font yang diberi efek bold. Hal ini menciptakan efek sugesti yang kuat kepada pembaca

untuk merefleksikan kembali bagaimana mereka menyikapi musibah dengan sabar dan menjadikan Allah Swt satu-satunya tempat mengadu yang merupakan bagian dari akhlak *mahbubah* (akhlak terpuji). Menurut Al-Ghazali dalam kutipan Soleh dkk, mengatakan bahwa akhlak *mahbubah* menjadi dasar keterikatan dan kedekatan seorang hamba dengan Allah Swt.<sup>99</sup> Sementara memperbanyak keluhan kepada manusia dianggap sebagai bentuk kelemahan iman atau bahkan sebagai bagian dari keluhan jiwa yang rusak (akhlak *madzmumah*). Pesan yang disampaikan bersifat persuasif dalam mengajak audiens untuk bersabar dan lebih bijak menyikapi musibah dalam kehidupan, hal tersebut diperkuat dan ditonjolkan melalui narasi isi kutipan Ustadz Salim A. Fillah yang ada pada poster, dengan berupaya menekankan beberapa kata dengan cara membuat efek bold dan narasi terstruktur secara paralel pada teks yang menjadi pesan utama.

### c. Analisis Visual

Poster “Perihal Musibah” menampilkan desain visual yang estetik dan harmonis, elemen-elemen visual yang digunakan antara lain, penggunaan warna yang dominan pink pastel dan putih, menciptakan nuansa yang tenang lembut, dan menenangkan. Hal tersebut didukung oleh studi yang dilakukan Zahra yang mengatakan bahwa warna pink adalah yang positif.<sup>100</sup> Makanya warna pink kerap diidentikkan dengan perempuan karena memiliki sifat yang lembut. Warna-warna ini selaras dengan pesan yang disampaikan tentang ketenangan dan introspeksi dalam menghadapi musibah. Kemudian penggunaan ilustrasi bunga mongolia dan elemen alat tulis (buku dan pena) menyiratkan pesan reflektif. Selain itu,

---

<sup>99</sup> Warissuddin Soleh, Sahrizal Vahlepi, and Ady Muh. Zainal Musthofa, “Identifikasi Akhlak Mahmudah Dalam Pendidikan Agama Islam (Kajian Kitab Hidayah Al-Salikin),” *Journal of Islamic Education and Local Culture (JIJELC)* 2, no. 1 (2024): 13–24. h. 15

<sup>100</sup> Nurmalita Zahra and Alvanov Zpalanzani Mansoor, “Warna Dan Emosi Untuk Media Desain Interaktif: Literature Review Color and Emotion for Interactive Design Media: A Literature Review,” *Jurnal Seni Rupa* 13, no. 1 (2024). h. 344

penggunaan tipografi dengan menonjolkan pesan utama yakni “Perihal Musibah” disusun dengan dua gaya font yang berbeda font script untuk kata “perihal” sedangkan font tebal dan kapital untuk kata “musibah” yang menunjukkan keseimbangan antara kelembutan dan ketegasan.

Ditinjau dari sisi visual poster, pesan dakwah akhlak tentang refleksi dan bagaimana cara kita menyikapi musibah yang dialami dengan didukung oleh visual jam yang ada di bagian sudut kiri poster dan visual alat tulis (pena dan buku catatan). Dengan demikian, audiens seolah-olah diajak merefleksikan dengan cara bersabar ketika mengalami musibah dan tidak menyikapinya secara berlebihan dan cukup Allah menjadi tempat mengadu.

Dalam poster *One Day One Story* (ODOS) Ruang Edit Indonesia unggahan 16 Januari 2025 terdapat dimensi akhlak vertikal kepada Allah pada Judul dan Subjudul serta isi poster yang berbicara tentang kesabaran dalam menghadapi musibah.

Kata sabar serapan dari bahasa arab yang terdiri dari tiga huruf “*shad*”, “*ba*”, dan “*ra*”. tiga kata tersebut berkisar pada tiga hal, pertama menahan, kedua ketinggian sesuatu dan yang ketiga sejenis batu. M. Quraish Shihab menjelaskan sabar adalah menahan kehendak nafsu dengan melakukan sesuatu atau meninggalkannya demi mencapai yang baik atau lebih baik.<sup>101</sup> Ia menambahkan, bahwa kesabaran adalah keniscayaan hidup yang ditinjau dari dua sisi, pertama, hidup adalah ujian seperti yang difirmankan Allah Swt dalam QS Al-Mulk/67:2:

الَّذِي خَلَقَ الْمَوْتَ وَالْحَيَاةَ لِيَبْلُوَكُمْ أَيُّكُمْ أَحْسَنُ عَمَلًا وَهُوَ الْعَزِيزُ الرَّحِيمُ ۚ

Terjemahnya:

yaitu yang menciptakan kematian dan kehidupan untuk menguji kamu, siapa di antara kamu yang lebih baik amalnya. Dia Maha perkasa lagi Maha Pengampun. (QS. Al-Mulk/67 :2)

Terjemahnya dalam Bahasa Mandar:

---

<sup>101</sup> Shihab, *Yang Hilang Dari Kita: AKHLAK*. h. 149

(Puang) iya mappadiang amateang anna atuoang, na ma'uiyo mie' iya kaminang macoa panggauangna. Anna Iya (Puang) Massoro Maraya Pa'ullewang na Pa'dappang.<sup>102</sup>

Artinya, sabar diperlukan dalam mempersiapkan diri dan menjalani ujian. Kemudian sisi yang kedua, konsekuensi hubungan timbal balik dengan Allah Swt yang didasari oleh kepercayaan dan keimanan.

Empat poin sub tema yang diangkat oleh poster ODOS Ruang Edit tersebut berakar kuat pada nilai-nilai akhlak Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis. Dalam Al-Quran surah Al-Baqarah ayat 155-157, Allah menegaskan bahwa musibah adalah bagian dari ujian keimanan dan hanya mereka yang sabar yang akan memperoleh keberkahan dan rahmatnya:

وَلَنَبْلُوَنَّكُمْ بِشَيْءٍ مِّنَ الْخَوْفِ وَالْجُوعِ وَنَقْصٍ مِّنَ الْأَمْوَالِ وَالْأَنْفُسِ وَالثَّمَرَاتِ وَبَشِّرِ الصَّابِرِينَ  
 ۱۵۵ الَّذِينَ إِذَا أَصَابَتْهُمُ مُصِيبَةٌ قَالُوا إِنَّا لِلَّهِ وَإِنَّا إِلَيْهِ رَاجِعُونَ ۱۵۶ أُولَٰئِكَ عَلَيْهِمْ صَلَوَاتٌ مِّن  
 رَبِّهِمْ وَرَحْمَةٌ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُهْتَدُونَ ۱۵۷

Terjemahnya:

Kami pasti akan mengujimu dengan sedikit ketakutan dan kelaparan, kekurangan harta, jiwa, dan buah-buahan. Sampaikanlah (wahai Nabi Muhammad,) kabar gembira kepada orang-orang sabar, yaitu orang-orang yang apabila ditimpa musibah, mereka mengucapkan: "Innā lillāhi wa innā ilaihi rāji'ūn". Mereka itulah yang memperoleh ampunan dan rahmat dari Tuhannya dan mereka itulah orang-orang yang mendapat petunjuk. (QS. Al-Baqarah/2:155-157)

Terjemahnya dalam Bahasa Mandar:

*Anna sitongangna Iyami' tongang na paccowao mie' pole di saicco' rekke, anna acipurang, anna akurangan pole di barang-barang, anna nyawa, anna bua-bua. Anna pakarioi to sa'bar. (Iyamo) to mua' naruaiise'iya abala', ise'iya mauang: sitonganna iyami appunnanna Puang Allah Taala anna sitonganna di sasena-I iyami'embali'.<sup>103</sup>*

Kemudian keluhan yang berlebihan kepada manusia bukan hanya memperkeruh keadaan, tetapi juga mengaburkan makna tawakal. Dalam Islam, tawakal bermakna menyerahkan hasil kepada Allah setelah melakukan ikhtiar

<sup>102</sup> Kholid Bodi, *Korang Mala'bi*. 1052

<sup>103</sup> Kholid Bodi. h. 28

terbaik. Mengadu kepada Allah adalah manifestasi dari hubungan vertikal (*hablum minallah*) yang menunjukkan ketergantungan spiritual kepada Sang Pencipta. Hal ini menunjukkan bahwa menjaga hubungan kepada Allah harus didasari dengan tawakal kepadanya dengan tawakal pula dapat diketahui kadar keimanan seseorang kepada Sang pencipta,

Dalam visual poster tersebut, penggunaan warna-warna lembut dan menenangkan, seperti biru merah pastel yang lembut memberikan rasa aman dan nyaman. Psikologi warna menyebutkan bahwa warna-warna lembut membantu menurunkan intensitas emosi dan cocok digunakan untuk pesan-pesan reflektif atau spiritual.<sup>104</sup> Elemen seperti bunga memiliki makna sebagai acuan utama pada representasi suasana hati yang sedang dialami.<sup>105</sup> Makna bunga tersebut sebagai representasi dari perasaan yang ingin disampaikan melalui visual.

Visual pada poster ini tidak hanya mendukung pesan sabar dalam menghadapi musibah, tetapi juga mengkomunikasikan nilai spiritual secara estetis dan psikologis. Dengan pendekatan warna lembut, simbol bunga dan kupu-kupu, serta tipografi reflektif, pesan pada poster ini berhasil disampaikan dalam konteks dakwah digital dengan penguatan pesan utama melalui visual dan narasi poster yakni jangan menyebar keluh kesah pada manusia, tapi kembalikan pada Allah Swt. hal tersebut didukung bahwa poster adalah suatu gabungan visual dari ide yang kuat dengan warna dan pesan, tujuannya untuk menarik perhatian seseorang yang melihatnya sehingga mampu melekat dalam ingatan.

Gamson dan Modigliani dalam kutipan Alex Sobur menyebutkan bahwa *framing* atau bingkai informasi adalah cara menyampaikan suatu cerita atau

---

<sup>104</sup> Santika, "Psikologi Warna Dan Pengaruhnya Terhadap Respons Emosional Individu." h. 5

<sup>105</sup> Arum Miftahul, "Bunga Sebagai Representasi Suasana Hati Wanita," 2020. h. 16

peristiwa dengan mengorganisasi ide-ide secara sistematis, sehingga membentuk makna tertentu terhadap suatu kejadian atau isu yang sedang dibahas dalam sebuah wacana.<sup>106</sup>

Narasi poster membingkai musibah bukan sebagai beban mutlak, tetapi sebagai ujian yang dapat dikelola tergantung cara menyikapinya “Musibah itu mengecil jika dirahasiakan, membesar jika dikeluh kesahkan, terurai jika diadukan kepada Allah, dan merumit jika diumbar pada manusia.” Tidak hanya itu, Penggunaan elemen desain seperti warna pastel, *notebook*, bunga, dan pena membentuk *frame* visual yang menyenangkan jika dipandang, sejalan dengan narasi “menyimpan musibah, mengadu kepada Allah”. Poster “Perihal Musibah” secara naratif dan visual telah berhasil membingkai musibah sebagai kesempatan untuk mendekat kepada Allah dan bukan sebagai beban. Sejalan dengan teori *framing* yang dikemukakan oleh Erving Goffman bahwa *frame* adalah sesuatu yang dipelajari dan diterapkan dalam kehidupan sehari-hari manusia, bahkan menjadi dasar dari perilaku mereka, dalam artian *frame* merupakan cara kita mengatur, memahami, dan memberi makna pada pengalaman atau peristiwa. Dengan mengacu pada teori *framing*, bentuk penyajian ini membimbing audiens untuk menafsirkan musibah dalam *frame* membangun kesadaran spiritual dan positif, bukan keluhan sosial.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Muntazori yang menunjukkan bahwa poster dakwah adalah media visual yang efektif dalam menanamkan kesadaran spiritual dan identitas religius, mewakili refleksi rasa iman melalui teks dan simbol visual. Meskipun tidak spesifik tentang generasi

---

<sup>106</sup> Sobur, *Analisis Teks Media*. h. 162

muda, penelitian memberikan landasan kuat bahwa nilai-nilai spiritual mampu disampaikan melalui poster dakwah digital.<sup>107</sup>

Selain itu, Riset Wharton School dalam kutipan Nirwan Wahyudi menunjukkan bahwa manusia hanya mampu mengingat sekitar 10% dari apa yang didengar, 20% dari apa yang dibaca, namun mencapai 80% dari informasi yang dilihat sekaligus dipraktikkan. Hal ini juga berlaku dalam presentasi penyampaian secara verbal saja hanya mampu memengaruhi sekitar 50% audiens, sedangkan jika didukung dengan visualisasi, tingkat keberhasilannya meningkat hingga 70%.<sup>108</sup>

---

<sup>107</sup> Muntazori, "Dakwah Visual: Ekspresi Keimanan Seorang Muslim Dalam Poster Digital." h. 100

<sup>108</sup> Wahyudi, Nirwan, "Dakwah Melalui Desain Grafis." h. 4

## 5. Poster “Berbuat Baik Kepada Sesama”



**Gambar 4.7** Poster Dakwah ODOS RE  
@raf\_sanjani\_

Desainer	@raf_sanjani_
Published	ODOS Ruang Edit 17 Januari 2025
Judul Poster	Berbuat Baik Kepada Sesama
Subjudul	<p>“Tidak penting apapun agama dan sukumu, kalau kamu bisa melakukan sesuatu yang baik untuk semua orang, orang tidak pernah tanya apa agamamu.”</p> <p>-Kh Abdurrahman Wahid (Gus Dur).</p>
Visual	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Foto karakter animasi lintas agama</li> <li>- Warna pastel digunakan seperti biru, coklat dan hijau.</li> <li>- Elemen ilustrasi seperti <i>smartphone</i> dalam genggaman tangan</li> </ul>

	- Tipografi menggunakan jenis font san serif pada judul dan script pada caption (subjudul).
Kategori Akhlak	Toleransi (akhlak kepada sesama manusia)
Bentuk Pesan	Ajakan

**Tabel 4.5 Kategori Pesan Akhlak @raf\_sanjani\_**

Poster “Berbuat Baik Kepada Sesama” yang diunggah pada 17 Januari 2025 menyampaikan pesan yang sangat relevan dalam konteks sosial keagamaan di Indonesia tentang toleransi.

a. Analisis Tematik

Poster “Berbuat baik Kepada Sesama” kategori dakwah akhlak horizontal kepada Manusia dengan mengangkat tema utama yakni akhlak sosial dan toleransi antarumat manusia dengan fokus pada universalitas perbuatan baik tanpa memandang perbedaan agama, prioritas etika dalam perbuatan di atas identitas, serta meningkatkan sikap inklusif dalam kehidupan bermasyarakat. Pesan ini mengangkat prinsip *ukhuwah insaniyah* (persaudaraan kemanusiaan) yang menempatkan nilai kebaikan dan kasih sayang kepada semua manusia sebagai bagian dari akhlak mulia seorang muslim.

b. Analisis Tekstual

Isi pesan dari poster diatas bersumber dari kutipan KH. Abdurrahman Wahid (Gus Dur) yang mengandung pesan yang sangat kuat tentang nilai universal dalam berbuat baik (toleransi), yaitu bahwa kebaikan sejati tidak memerlukan identitas dan pengakuan agama tertentu untuk dihargai. Justru sebaliknya, kebaikan yang konsisten secara nyata dapat menghapus sekat-sekat identitas sosial dan agama.

Dalam perspektif dakwah, kutipan ini menyampaikan nilai-nilai akhlak *Al-karimah* yang mencakup toleransi, perdamaian, dan penghargaan kepada sesama manusia. Hal ini senada dengan ajaran Islam yang menyatakan bahwa manusia

adalah makhluk sosial dan dituntut untuk menebar kebaikan dimuka bumi seperti yang dijelaskan Allah dalam Al-Qur'an surah Al-Baqarah ayat 143 dan Al-Hujurat ayat 13).

Pesan dakwah akhlak terkait toleransi didukung dan ditonjolkan melalui teks atau isi yang digunakan yakni kutipan dari KH. Abdurrahman Wahid dengan menekankan beberapa kata pada narasinya ditandai *shape* panjang kuning di belakang kata “agama atau sukumu”, “yang baik”, dan “apa agamamu”. Teknik tersebut berupaya menekankan beberapa pesan utama yang ada pada narasi poster.

### c. Analisis Visual

Poster “Berbuat Baik Kepada Sesama” menggunakan pendekatan visual yang komunikatif dan simbolik diantaranya, warna yang dominan biru muda dan pastel, menciptakan suasana yang damai cerah dan menyenangkan. Penggunaan ilustrasi tokoh-tokoh dari latar belakang agama yang berbeda yang sedang berfoto *selfie* bersama dengan wajah ceria, menandakan keharmonisan lintas iman. Desain kamera ponsel dibagian bawah poster menunjukkan konteks yang kekinian, yang dimana nilai-nilai keberagaman dan toleransi dapat disebarkan melalui media sosial. kemudian kutipan disorot dengan menggunakan *highlight* kuning pada frasa penting seperti “agama atau sukumu”, “yang baik”, dan “apa agamamu” yang memperjelas esensi pesan dan memperkuat daya ingat visual pembaca. jika dilihat dari sisi visual poster, pesan dakwah akhlak tentang toleransi kuat disampaikan dan ditonjolkan melalui visual ilustrasi gambar para penganut agama yang ada di Indonesia seperti Islam, Hindu Budha Protestan dll. dengan penggunaan ilustrasi tersebut mengajak audiens untuk menghargai sesama tanpa memandang latar belakang agamanya.

Dalam poster *One Day One Story* (ODOS) Ruang Edit Indonesia unggahan 17 Januari 2025 mengandung dimensi akhlak Horizontal kepada

Manusia pada judul dan isi poster yang berbicara tentang berbuat baik kepada sesama dengan mengedepankan sikap toleransi tanpa memandang latar belakang agamanya.

Dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia, toleransi berasal dari kata “toleran” atau dalam bahasa arabnya “*tasamuh*” yang artinya batas ukur untuk penambahan atau pengurangan yang masih diperbolehkan. Sedangkan menurut istilah toleransi yaitu sikap menghargai, membolehkan atau membiarkan pendirian pandangan yang berbeda dan atau yang bertentangan pada pendiriannya.<sup>109</sup>

Menurut M. Quraish Shihab, toleransi bisa di dimaknai sebagai sikap membiarkan, menghiraukan dan menghormati pendapat orang lain.<sup>110</sup> Dalam perspektif Quraish Shihab, toleransi dalam Islam bukan sekadar bentuk pasif berupa membiarkan perbedaan, melainkan merupakan sikap aktif yang mencerminkan kedewasaan spiritual dan kecintaan terhadap perdamaian. Dalam konteks hubungan sosial, nilai toleransi sangat erat kaitannya dengan prinsip *hablum minannas*, yakni membangun relasi yang baik dengan sesama manusia.

Islam menekankan pentingnya menjaga hubungan horizontal ini sebagai salah satu pilar utama dari akhlak mulia. Hal ini sudah Allah jelaskan didalam QS Al-Hujurat/49:13:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ  
أَتْقَاكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ ١٣

Terjemahnya:

Wahai manusia, sesungguhnya Kami telah menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan perempuan. Kemudian, Kami menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku agar kamu saling mengenal. Sesungguhnya yang paling mulia di antara kamu di sisi Allah adalah orang yang paling

<sup>109</sup> Dwi Ananta Devi, *Toleransi Beragama* (Alprin, 2020). h. 2

<sup>110</sup> Shihab, *Yang Hilang Dari Kita: AKHLAK*. h. 183

bertakwa. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Maha Teliti. (QS. Al-Hujurat/49:13)

Terjemahnya dalam Bahasa Mandar:

*E inggana rupa tahu, sitonganna iyami' mappadiango mie' pole di mesa tommuane anna mesa to baine anna mappajario mie' kalompo' bangsa-bangsa anna suku-suku mamoare'o mie' si pei-peisangngi. Sitonganna iya to kaminang mala'bi di antaramu mie' di sesana Puang Allah Taala iyamo to kaminang me'atakwa. Sitonganna puang Allah Taala Masarro Paissang na Pakkarewa.*<sup>111</sup>

Ayat tersebut menyatakan bahwa perbedaan suku dan bangsa adalah bagian dari *sunnatullah* yang mengharuskan manusia untuk saling mengenal, bukan untuk saling membenci. Nilai tersebut menegaskan bahwa toleransi bukan hanya sekadar etika sosial, melainkan bagian integral dari misi keislaman dalam membangun peradaban yang adil dan damai. Ini juga merupakan prinsip *ukhuwah insaniyah* (persaudaraan kemanusiaan) yang menempatkan nilai kebaikan, kasih sayang serta landasan utama dalam memperkuat solidaritas sosial di tengah masyarakat yang multikultural, di mana perbedaan suku, etnis, dan agama sebagai bagian dari akhlak mulia seorang muslim.<sup>112</sup>

Dalam poster “Berbuat Baik Kepada Sesama” memiliki visual yang kuat tentang keberagaman terlihat pada visual gambar ilustrasi yang digunakan, Gambar *selfie* sekelompok orang dengan pakaian khas yang merepresentasikan keragaman agama dan budaya. Kemudian penggunaan warna pastel dalam visual akan membentuk sebuah karakteristik warna pada karya visual menjadi artistik dan membawa emosi kebahagiaan.<sup>113</sup> Dengan demikian, Visual dalam poster ini bekerja sinergis membingkai pesan akhlak toleransi sebagai salah satu pilar penting dalam dakwah digital. Representasi keberagaman dalam suasana positif

<sup>111</sup> Kholid Bodi, *Korang Mala'bi*. h. 950

<sup>112</sup> Akbar Al Firdaus and Herdi Firmansyah, “Membangun Solidaritas Sosial Dalam Perspektif Al- Qur ’ an Prinsip Building Social Solidarity from the Perspective of the Qur ’ an: The Principle of Ukhuwah Islamiyah,” no. 76 (2025). h. 352

<sup>113</sup> Albaihaqi, “Penerapan Warna Pastel Dalam Fotografi Fashion.” h. 4

memperkuat nilai *hablum minannas* dalam konteks sosial dan religius masyarakat multikultural.

*Framing* adalah suatu proses komunikasi yang tidak hanya melibatkan teks atau satu pihak saja dalam interaksi komunikasi (baik komunikator maupun komunikan). Sebab, menurut Entman dalam kutipan Gilang Desti Parahita yang menyebut bahwa konsep *framing* mencakup berbagai aspek penting yang saling berkaitan dalam proses penyampaian dan penerimaan pesan. Pertama, Budaya menjadi sumber munculnya *frame*, karena merupakan kumpulan *frame* yang dapat diamati secara nyata dalam wacana dan dianut oleh kelompok sosial tertentu. Kedua, Komunikator, baik secara sadar maupun tidak, menyusun pesan berdasarkan *frame* atau skema yang memandu isi komunikasi. Ketiga, Audiens memproses pesan secara kognitif, menafsirkan, mengevaluasi, dan merespons sesuai arah yang telah dirancang. Keempat, *frame-frame* yang memandu pemikiran dan kesimpulan penerima pesan tersebut mungkin tidak merefleksikan *frame-frame* dalam teks.<sup>114</sup>

Beberapa *framing* yang dilakukan oleh ODOS Ruang Edit dalam upaya menyampaikan pesan melalui poster dapat dilihat pada Judul, isi, visual hingga gaya komunikasi yang digunakan. *Framing* Judul “Berbuat Baik kepada Sesama”, mbingkai pesan universal tentang pentingnya nilai kemanusiaan di atas perbedaan agama dan suku. *Framing* isi, pada kutipan Gus Dur mengarahkan audiens untuk menilai seseorang dari amal baik, bukan dari latar belakang agama atau etnis. *Framing* visualisasi ilustrasi sekelompok anak muda dari berbagai latar belakang (beragam atribut agama dan suku) sedang selfie dengan gembira,

---

<sup>114</sup> Oleh Gilang and Desti Parahita, “Teori Framing,” 2010, 1–24. h. 3

menjadi *visual frame* yang memperkuat pesan persaudaraan lintas agama. Kemudian gaya bahasa yang digunakan berkesan santai.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Azharghani dkk menunjukkan ekspansi kanal-kanal dakwah Islam di media sosial memberikan kontribusi yang substansial dalam menumbuhkan dan memperkuat sikap toleransi antarumat beragama di Indonesia.<sup>115</sup> Media sosial tidak hanya menjadi sarana penyebaran ajaran Islam, tetapi juga berperan sebagai ruang dialog dan edukasi yang membentuk kesadaran kolektif akan pentingnya hidup berdampingan secara harmonis dalam masyarakat yang plural. Melalui konten-konten dakwah yang disajikan secara inklusif dan humanis, pesan-pesan moderasi dan nilai-nilai akhlak seperti empati, saling menghargai, dan menerima perbedaan menjadi lebih mudah diterima, khususnya oleh generasi muda yang merupakan pengguna utama media digital.

---

<sup>115</sup> Rojabi Azharghany et al., "Problem Channel Dakwah Melalui Media Sosial Dalam Memupuk Toleransi Beragama Di Indonesia" 5, no. 2 (2024): 309–34. h. 327

## 6. Poster “Sahabat”



**Gambar 4.8 Poster Dakwah ODOS  
RE @awangga.ajk**

Desainer	@awangga.ajk
Published	ODOS Ruang Edit 8 Februari 2025
Judul Poster	Sahabat
Subjudul	Sahabat adalah mereka yang tetap ada, walaupun seluruh dunia berkata kau tak lagi berharga. -Patrick Star
Visual	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gambar ilustrasi tokoh kartun Patrick Star</li> <li>- Warna dominan biru khas bawa laut Bikini Bottom visual utama dalam poster</li> <li>- Tipografi menggunakan jenis Font <i>Hand Drawn</i> (SpongeBob Me Boy)</li> </ul>

Kategori Akhlak	Kesetiaan (akhlak kepada sesama manusia)
Bentuk Pesan	Motivasi

**Tabel 4.6 Kategori Pesan Akhlak @awangga.ajk**

Hasil analisis poster “Sahabat” unggahan 8 februari 2025 mengandung pesan dakwah akhlak horizontal kepada manusia tentang kesetiaan dalam menjalin persahabatan.

a. Analisis Tematik

Poster ini mengusung tema persahabatan sejati melalui kutipan dari tokoh kartun populer Patrick Star “Sahabat adalah mereka yang tetap ada walau seluruh dunia berkata kau tak lagi berharga” mengandung pesan dakwah akhlak horizontal kepada Manusia. Pesan ini menggambarkan loyalitas dan ketulusan dalam persahabatan, yakni bahwa sahabat sejati tidak menilai berdasarkan citra atau status seseorang, tetapi tetap hadir dalam kondisi terpuruk sekalipun.

b. Analisis Tekstual

Walaupun narasumber dari tokoh kartun, pesan yang disampaikan selaras dengan nilai-nilai akhlak mulia dalam ajaran islam dan nilai sosial universal tentang kesetiaan dalam berteman. Menghargai sesama tanpa syarat sejalan dengan prinsip *husnudzon* (berprasangka baik) dan *ukhuwah* (persaudaraan) dimana nilai seseorang bukan ditentukan oleh pandangan orang lain tetapi oleh akhlaknya. Jika dipandang dari sisi tekstualnya, pesan dakwah akhlak tentang kesetiaan didukung dan ditonjolkan melalui narasi teks dari tokoh kartun Patrick Star, poster tersebut dengan pendekatan yang mudah dikenali oleh audiens melalui font yang digunakan.

c. Analisis Visual

Sosok tokoh kartun Patrick Star digunakan karena secara visual lucu dan mudah dikenali memberikan santai dan bersahabat. Warna cerah suasana kartun bawah laut (Bikini Bottom) pada film memberikan nuansa ceria dan natural yang

lebih akrab dikenali oleh generasi muda. Tipografi menggunakan gaya *Hand Drawn* huruf bulat dan besar dengan warna kuning mencolok menarik perhatian dan mudah dibaca cocok untuk kalangan muda. Hal tersebut selaras dengan studi yang dilakukan oleh Noni Santika yang menyebut warna kuning cerah dapat digunakan untuk meningkatkan energi dan kreativitas.<sup>116</sup> Penetapan *layout* kutipan tepat di sisi kanan visual utama, sehingga tetap memberi ruang dominan bagi karakter utama untuk tampil kuat secara visual.

Jika dipandang dari sisi visual poster, pesan dakwah akhlak tentang kesetiaan terhadap persahabatan ditekankan dan ditonjolkan melalui visual tokoh kartun Patrick Star, karakter bintang laut tersebut dikenal sebagai sosok yang memiliki kesetiaan yang besar terhadap sahabatnya SpongeBob, kesetiaan tersebut diperlihatkan Patrick di beberapa episode pada film animasi *SpongeBob SquarePants*.

Dalam poster *One Day One Story* (ODOS) Ruang Edit Indonesia “Sahabat” unggahan 8 Februari 2025 mengandung dimensi akhlak Horizontal kepada Manusia pada judul dan subjudul serta isi poster yang berbicara tentang kesetiaan dalam menjalin pertemanan.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) kesetiaan diartikan sebagai keteguhan hati, ketaatan dalam persahabatan. Kesetiaan berasal dari kata “setia” yang artinya berpegang teguh pada janji, pendirian, patuh, dan taan. Seberat apapun tugas yang dikerjakan seseorang akan tetap setia melakukannya dan tetap memenuhi janjinya.<sup>117</sup> Kesetiaan (*al-wafā'*) dipahami oleh pakar-pakar bahasa sebagai memenuhi janji atau komitmen dari akar kata yang sama, lahir kata

---

<sup>116</sup> Santika, “Psikologi Warna Dan Pengaruhnya Terhadap Respons Emosional Individu.”h.2

<sup>117</sup> Novia Rahmadewi, *Kesetiaan Dengan Pasangan* (Andi, 2023).

“wafat” dalam bahasa arab.<sup>118</sup> kesetiaan, merupakan bagian dari akhlak terpuji yang mencerminkan konsistensi dalam menepati janji, loyal terhadap amanah, dan tidak berkhianat terhadap kepercayaan. Dalam konteks Islam, kesetiaan bukan hanya menyangkut hubungan antar manusia (*hablum minannas*), tetapi juga mencakup loyalitas kepada Allah Swt (*hablum minallah*).

Salah satu teladan agung tentang nilai kesetiaan dapat ditemukan dalam pribadi Abu Bakar Ash-Shiddiq r.a., sahabat paling dekat Rasulullah Saw. Sejak awal dakwah Islam ditegakkan, Abu Bakar menunjukkan loyalitas dan komitmen yang luar biasa. Ia adalah orang pertama yang membenarkan kerasulan Nabi Muhammad Saw dan tidak pernah mundur dari perjuangan, bahkan di saat-saat paling sulit sekalipun. Abu Bakar mendampingi Rasulullah Saw dalam berbagai peristiwa penting, termasuk saat hijrah ke Madinah. Kesetiaan beliau tergambar jelas ketika menemani Nabi di dalam Gua Tsur. Allah Swt bahkan mengabadikan peristiwa tersebut dalam QS. At-Taubah/9 :40:

إِلَّا تَنْصُرُوهُ فَقَدْ نَصَرَهُ اللَّهُ إِذْ أَخْرَجَهُ الَّذِينَ كَفَرُوا ثَانِيًا أَنَّنِي آتِيَنَّكُمْ إِذْ هُمْ فِي الْغَارِ إِذْ يَقُولُ لِصَاحِبِهِ لَا تَحْزَنْ إِنَّ اللَّهَ مَعَنَا فَأَنْزَلَ اللَّهُ سَكِينَتَهُ عَلَيْهِ وَأَيَّدَهُ بِجُنُودٍ لَمْ تَرَوْهَا وَجَعَلَ كَلِمَةَ الَّذِينَ كَفَرُوا السُّفْلَى ۗ وَكَلِمَةُ اللَّهِ هِيَ الْعُلْيَا ۗ وَاللَّهُ عَزِيزٌ حَكِيمٌ ٤٠

Terjemahnya:

Jika kamu tidak menolongnya (Nabi Muhammad), sungguh Allah telah menolongnya, (yaitu) ketika orang-orang kafir mengusirnya (dari Makkah), sedangkan dia salah satu dari dua orang, ketika keduanya berada dalam gua, ketika dia berkata kepada sahabatnya, “Janganlah engkau bersedih, sesungguhnya Allah bersama kita.” Maka, Allah menurunkan ketenangan kepadanya (Nabi Muhammad), memperkuatnya dengan bala tentara (malaikat) yang tidak kamu lihat, dan Dia menjadikan seruan orang-orang kafir itu seruan yang paling rendah. (Sebaliknya,) firman Allah itulah yang paling tinggi. Allah Maha Perkasa lagi Maha Bijaksana. (QS. At-taubah/9 :40).

Terjemahnya dalam Bahasa Mandar:

*Mua' andiango 'o mattulungi (Muhammad) jari sitongangna Puang Aallah Taala mattulungi (iyamo) di wattu to kaper (to mappa'dua dio di makkah) mappessunggu (pole di Makkah) sala mesanna pole dadua siola di*

<sup>118</sup> Shihab, *Yang Hilang Dari Kita: AKHLAK*. h. 168

*garoang, di wattunna ma'uang lao di solana: "Da pasara nyawa, sitonganna Puang Allah Taala massolangi". Jari Puang Allag Taala mappaturung asannangang-Na lao di (Muhammad) anna nakalului sewa' jannangan iya andiango'o mie' mala ma'itai. Anna puang Allah Taala mappajari pe'illongna (pepiroana) to kaper di'o matuna. Anna Puanna Puang Allah Taala iyamo maraya. Puang Allah Taala masarro Maraya Pa'ulleang na Maroro (Adil).<sup>119</sup>*

Ayat ini tidak hanya menggambarkan keberanian Abu Bakar, tetapi juga keteguhan hati dan loyalitas yang tak tergoyahkan. Abu Bakar tidak hanya setia secara fisik, tetapi juga secara ruhani. Kesetiaan seperti yang ditunjukkan Abu Bakar adalah bagian dari akhlak mulia (*khuluq karim*) yang menjadi substansi dalam dakwah.

Dalam visual poster "Sahabat" unggahan 8 februari 2025 tersebut menampilkan karakter kartun Patrick Star sebagai karakter utama dalam poster, karakter dari serial animasi SpongeBob SquarePants itu dikenal luas karena sifatnya yang loyal, polos, dan sangat setia kepada sahabatnya, SpongeBob. Karakter Patrick dipilih bukan tanpa alasan. Sosoknya sudah melekat dalam benak masyarakat, terutama generasi muda, sebagai simbol kesetiaan pertemanan yang tulus, bahkan dalam keterbatasan pemahaman. Hal ini sejalan dengan prinsip "*iconic representation*" dalam teori semiotika Peirce di mana gambar bisa mewakili konsep melalui asosiasi umum masyarakat.<sup>120</sup> Dari segi warna, penggunaan warna cerah dan nuansa laut (biru, hijau, ungu) menandakan suasana kegembiraan dan kenyamanan,<sup>121</sup> Komposisi poster mengikuti prinsip visual hirarki dengan baik dari karakter, mulai dari penggunaan warna, teks utama, hingga kutipan. Hal tersebut menunjukkan bahwa dakwah poster berbasis digital efektif dilakukan melalui pendekatan visual yang digunakan. Misalnya dalam penggunaan visual yang akrab dengan audiens.

<sup>119</sup> Kholid Bodi, *Korang Mala'bi*. h. 321

<sup>120</sup> Eka Risma et al., "The Study of Sign (Icon, Index, and Symbols) as Found in Sun Plaza Mall by Using Pierce's Theory" 5, no. 1 (2025): 85–95. h. 86

<sup>121</sup> Santika, "Psikologi Warna Dan Pengaruhnya Terhadap Respons Emosional Individu."

Menurut Goffman dalam kutipan Michael Lee Wood, *frame* merupakan struktur kognitif yang memungkinkan seseorang untuk menempatkan, mengidentifikasi, dan menginterpretasikan berbagai kejadian dalam kehidupan sehari-hari.<sup>122</sup> Poster yang menampilkan kutipan dari tokoh fiksi Patrick Star, yakni “Sahabat adalah mereka yang tetap ada walau seluruh dunia berkata kau tak lagi berharga”, merupakan representasi pesan akhlak yang menekankan pada nilai kesetiaan dalam persahabatan. Secara komunikatif, pesan ini membentuk *frame* yang mengajak audiens menanamkan nilai kesetiaan pada sahabat dalam diri sebagai bentuk dari akhlak kepada sesama (*hablum minannas*) dan mengangkat pentingnya peran sahabat sejati sebagai sosok yang hadir secara konsisten tanpa memandang situasi atau kondisi seseorang. Dengan demikian, bentuk narasi dan visual pada poster ini terbukti efektif sebagai alat komunikasi dakwah akhlak yang humanis, karena memperkuat pemahaman nilai melalui penyusunan makna yang terstruktur.

Hasil penelitian ini selaras dengan studi yang dilakukan oleh Wibowo yang menekankan bahwa poster merupakan salah satu bentuk komunikasi visual dakwah yang efektif menyampaikan pesan etika Islam. Nilai seperti kesetiaan dapat ditransformasikan menjadi simbol grafis yang menggugah respon emosional dan kognitif audiens Gen Z dan Milenial.<sup>123</sup>

Selain itu, penelitian ini juga senada dengan studi yang dilakukan oleh Abdul Muhid yang menunjukkan bahwa strategi dakwah digital yang adaptif terhadap gaya komunikatif generasi muda dapat memperdalam internalisasi nilai-

---

<sup>122</sup>Marshall Lee Wood, “Schemas and Frames 1,” no. January (2018), <https://doi.org/10.17605/OSF.IO/B3U48>. h. 12

<sup>123</sup> Ari Wibowo, “Dakwah Berbasis Media Dan Komunikasi Visual,” *Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam* 2, no. 2 (2021): 179, <https://doi.org/10.32332/jbpi.v2i2.2497>. h. 196

nilai seperti kesetiaan, integritas sosial, dan refleksi batin.<sup>124</sup> Hal ini relevan untuk menjelaskan bagaimana poster ODOS Ruang Edit dapat menjadi alat dakwah yang tidak hanya informatif tetapi juga persuasif dan spiritual.

#### 7. Poster “Investasi Terbaik”



**Gambar 4.9 Poster Dakwah ODOS RE @dinn.wavh**

Desainer	@dinn.wavh
Published	ODOS Ruang Edit 14 April 2025
Judul Poster	Investasi Terbaik
Subjudul	“Baca buku adalah cara terbaik untuk masuk ke dalam pemikiran orang lain.”

<sup>124</sup> Abdul Muhid, “Efektifitas Pesan Dakwah Di Media Sosial Terhadap Religiusitas Masyarakat Muslim Analisis Literature Review” 20, no. 1 (2021): 17–28.

	Membaca buku adalah <i>return on investment</i> tertinggi. Penulis bisa meluangkan bertahun-tahun untuk menulis buku, sedangkan kita hanya duduk tiga hari, melahap semua isi kepala dia. Jadi, membaca buku adalah investasi terbaik saat ini - <i>Sumber Podcast Raditya Dika</i>
Elemen Visual yang Digunakan	- Ilustrasi background buku catatan, emoticon, medali, dan bintang - Tipografi menggunakan jenis Font campuran script dan san serif (Tempting dan Poppins) - Gambar Foto Raditya Dika - Warna biru dan putih yang dominan. Karikatur dan ikon sebagai aksan pelengkap.
Kategori Akhlak	Ilmu (akhlak kepada Allah)
Bentuk Pesan	Motivasi

**Tabel 4.7 Kategori Pesan Akhlak @dinn.wavh**

Hasil analisis pada poster “Investasi Terbaik” unggahan 14 april 2025 mengandung dakwah vertikal kepada Allah tentang anjuran dalam menuntut ilmu melalui membaca.

a. Analisis Tematik

Poster “Investasi Terbaik” mengangkat tema utama pesan dakwah akhlak tentang menuntut ilmu melalui membaca mengandung pesan akhlak vertikal kepada Allah, pesan yang ingin disampaikan yakni membaca buku sebagai bentuk investasi diri khususnya dari segi pengembangan pola pikir, poster ini menekankan bahwa membaca adalah aktivitas yang memberikan *return on investment* tertinggi. Kutipan dari Raditya Dika menjadi pintu masuk pesan motivasional ini, yang meskipun berasal dari figur populer di dunia hiburan, namun konteksnya mendukung nilai edukatif dan pembentukan karakter yang kuat.

b. Analisis Tekstual

Teks utama dalam poster berbunyi “baca buku adalah cara terbaik untuk masuk kedalam pemikiran orang lain” dilanjutkan dengan narasi pendukung “membaca buku adalah *return on investment* tertinggi penulis bisa mengeluarkan bertahun-tahun untuk menulis buku, sedangkan kita hanya duduk tiga hari melahap semua isi kepala dia. Jadi, membaca buku adalah investasi terbaik saat ini”. Teks ini mengandung bahasa yang ringan, komunikatif, dan persuasif yang sangat cocok untuk segmen anak muda. Istilah *return on investment* biasanya digunakan dalam dunia bisnis, namun dalam konteks ini diadaptasi secara kreatif untuk menjelaskan nilai praktis dari membaca buku.

Gaya bahasa yang digunakan tidak formal namun tetap mendukung substansi, menyesuaikan dengan karakter Raditya Dika sebagai narasumber yang populer dan *retable* dikalangan generasi muda. Dalam konteks dakwah visual yang dilakukan oleh tim *One Day one Story* (ODOS) Ruang Edit Indonesia poster ini membawa misi edukasi yakni menyadarkan bahwa pentingnya literasi sebagai bentuk investasi jangka panjang yang relevan dengan semangat islam dalam memuliakan ilmu dan aktivitas membaca sebagaimana dalam wahyu pertama Al-Qur’an Surah Al-Alaq ayat 1 tentang perintah membaca.

Pesan dakwah tentang menuntut ilmu ditekankan dan ditonjolkan melalui kutipan Raditya Dika yang menekankan dan mengajak audiens untuk menuntut ilmu melalui membaca sebagai investasi terbaik di masa depan, didukung dengan teks yang diberi efek bold seperti pada kalimat “*return on investment*” dan “Jadi, membaca buku adalah investasi terbaik saat ini” kalimat tersebut diberikan penekanan agar pesan utama mampu lebih mudah dimengerti oleh audiens. Dengan itu, poster “Investasi Terbaik” mengajak untuk membaca sebagai investasi jangka panjang.

### c. Analisis Visual

Poster ini dirancang dengan gaya yang casual, *fun* namun profesional. Elemen visual yang digunakan seperti emoji, coretan tangan, dan ilustrasi karakter lucu menambah kesan santai dan akrab sehingga pesan yang disampaikan lebih mudah untuk diterima secara emosional. Background buku catatan spiral melambangkan dunia literasi dan catatan pelajar memperkuat konteks edukasi. Gaya desain semi *doodle* memberi sentuhan kekinian namun tetap fokus pada substansi teks. Kemudian penggunaan foto Raditya Dika dengan gaya sedang berpikir memberi identitas sumber kutipan dan meningkatkan kredibilitas poster. Secara komposisi, desain ini berhasil menyatukan visual, teks dan simbolik secara harmonis membuat pesan utamanya tampak menonjol dan mudah diingat, Seperti yang telah dijelaskan bahwa penempatan unsur grafis memberikan peranan penting dalam mengatur suatu elemen-elemen yang dalam dalam suatu karya desain, sehingga mampu menciptakan karya yang menarik.

Dari sisi visual poster, pesan dakwah akhlak tentang menuntut ilmu melalui membaca adalah diperkuat melalui visual foto Raditya Dika. Raditya Dika merupakan penulis, komedian, dan produser film. Ia telah menulis beberapa buku salah satunya seperti “Cinta Brontosaurus”, “Kambing Jantan” dan masih banyak lagi. Hal ini menunjukkan bahwa selain komedian ia juga gemar menulis dan membaca buku sebagai upaya menuntut ilmu untuk investasi jangka panjang.

Dalam poster *One Day One Story* (ODOS) Ruang Edit Indonesia unggahan 14 April 2025 terdapat dimensi akhlak vertikal kepada Allah pada judul dan subjudul serta isi poster yang berbicara tentang semangat dan motivasi menuntut ilmu dalam mencari rida Allah Swt.

Kata ilmu terserap dari bahasa Arab yang terdiri dari tiga huruf “*ain*”, “*lam*”, dan “*mim*”. Dalam bahasa Arab, semua bentuk kata yang terdiri dari ketiga

huruf itu mengandung makna kesejajasan.<sup>125</sup> M. Quraish Shihab menjelaskan jika merujuk pada Al-Qur'an keistimewaan manusia yang dengannya malaikat diperintahkan sujud kepadanya dan atas dasarnya ia dipercaya untuk membangun. Tanpa ilmu, manusia bukanlah makhluk yang wajar mendapatkan tempat yang terhormat.

Ilmu pengetahuan merupakan alat atau pemahaman mengenai alam semesta yang disampaikan dalam bahasa yang dapat dipahami manusia, sebagai upaya untuk mengenali dan mengingat berbagai hal yang ada di dalamnya dengan kata lain, ilmu dapat diartikan sebagai hasil dari aktivitas membaca dan memahami berbagai objek serta peristiwa yang terjadi di sekitar kita<sup>126</sup>. kemuliaan manusia di hadapan malaikat sebagaimana yang dikisahkan dalam Al-Qur'an surah Al-Baqarah ayat 31-32, berkaitan langsung dengan ilmu. Allah Swt mengajarkan kepada Adam nama-nama benda sebagai simbol penguasaan terhadap ilmu, dan atas dasar itu malaikat diperintahkan untuk sujud menghormatinya:

وَعَلَّمَ آدَمَ الْأَسْمَاءَ كُلَّهَا ثُمَّ عَرَضَهُمْ عَلَى الْمَلَائِكَةِ فَقَالَ أَنْبِئُونِي بِأَسْمَاءِ هَؤُلَاءِ إِنْ كُنْتُمْ صَادِقِينَ ۝ ٣١ قَالُوا سُبْحَانَكَ لَا عِلْمَ لَنَا إِلَّا مَا عَلَّمْتَنَا إِنَّكَ أَنْتَ الْعَلِيمُ الْحَكِيمُ ۝ ٣٢

Terjemahnya:

Dia mengajarkan kepada Adam nama-nama (benda) seluruhnya, kemudian Dia memperlihatkan kepada para malaikat, seraya berfirman, "Sebutkan kepadaku nama-nama (benda) ini jika kamu benar!" Mereka menjawab, "Maha Suci Engkau. Tidak ada pengetahuan bagi kami, selain yang telah Engkau ajarkan kepada kami. Sesungguhnya Engkaulah Yang Maha Mengetahui lagi Maha Bijaksana." (QS. Al-Baqarah/2: 31-32)

Terjemahnya dalam Bahasa Mandar:

*Anna iya (Puang) Mappagurui Adam sanga-sanga (seu-seuwa) iyanasangna, mane mappesangan lao di para Malaika', mane puang ma'uang: "pauanga' Mai sangana (seu-seuwa di'o) mua' diango'o mie' to tongang (parua)!". (malaika') ma'uang: "tongang Mapaccingo*

<sup>125</sup> Shihab, *Yang Hilang Dari Kita: AKHLAK*. h. 140

<sup>126</sup> Ivan Eldes Dafrita, "Ilmu Dan Hakekat Ilmu Pengetahuan Dalam Nilai Agama," n.d., 159-79. h. 160

*(Puang) andiang-diang pa'issangi salengna iya pura mupissanggi mai di iyami' sitongangna I'omo (Puang) Masorro Paissang na Adil.*<sup>127</sup>

Dari ayat ini dapat dipahami bahwa ilmu merupakan dasar dari fungsi kekhalifahan manusia di muka bumi. Tanpa ilmu, manusia tidak memiliki kelebihan substansial yang membedakannya dari makhluk lain. Ilmu menjadi dasar kepercayaan Allah kepada manusia untuk mengelola dan membangun peradaban.

Menurut Al-Zarnuji yang dikutip Rika dkk menyebut bahwa seorang pelajar seharusnya meniatkan belajarnya demi mendapatkan rida Allah, meraih kebahagiaan akhirat, menghilangkan kebodohan dari dirinya dan orang lain, mengembangkan ajaran Islam, serta menjaga kelangsungan Islam melalui ilmu pengetahuan.<sup>128</sup> Niat utama seseorang dalam menuntut ilmu adalah untuk meraih keridhaan Allah serta mencapai kebahagiaan di dunia dan akhirat. Selain itu, menuntut ilmu juga bertujuan untuk mengatasi kebodohan, baik dalam diri sendiri maupun orang lain, serta untuk mengembangkan dan menjaga kelestarian ajaran Islam sebagai bentuk rasa syukur atas nikmat Allah Swt.

Akhlak seorang terhadap Allah cerminan dari niat yang tulus dalam menuntut ilmu serta sikap tawakal yang senantiasa mengingatkannya. Menuntut ilmu adalah perbuatan yang sangat mulia, sehingga sudah sewajarnya jika amalan tersebut disertai dengan tujuan yang tinggi dan ikhlas.<sup>129</sup> Individu perlu menyadari bahwa dalam mencari ilmu, niat yang benar adalah semata-mata karena Allah Swt.

---

<sup>127</sup> Kholid Bodi, *Korang Mala'bi*. h. 8

<sup>128</sup> Pendidikan Akhlak et al., "Pendidikan Akhlak Dalam Kitab Ta'lim Al - Muta'allim Dan Implikasinya Terhadap Pembelajaran Pendidikan Agama Islam Di Sekolah" 1, no. 1 (n.d.): 23-36. h. 30

<sup>129</sup> Akhlak et al. h. 29

Poster “Investasi Terbaik” mendukung pesan yang ingin disampaikan salah satunya melalui visual seperti stiker, karakter emoji dan elemen dekoratif lainnya menggambarkan suasana yang menyenangkan dalam belajar. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fadli dkk yang menyebut bahwa penggunaan emoticon maupun stiker dapat memberikan dukungan dalam mengekspresikan perasaan yang ingin disampaikan.<sup>130</sup> Kemudian didukung dengan ilustrasi buku catatan dan kutipan dari Raditya Dika yang memberikan kesan personal dan berintelektual.

Tidak hanya itu, mencantumkan sumber atau lisensi pada sebuah poster merupakan konsistensi pesan yang disampaikan dan metode yang digunakan dalam penyajiannya. Hal tersebut mencerminkan nilai akhlak berupa amanah dan penghargaan terhadap hak orang lain. Ruang Edit melalui poster ODOS dalam hal ini berupaya mencantumkan lisensi dari visual yang digunakan, contoh pada poster “Investasi Terbaik” penggunaan foto diambil dari sumber podcast Narasumber dan elemen ilustrasi lainnya diambil dari aplikasi canva. Poster ini secara visual dan naratif berhasil mengkomunikasikan akhlak vertikal kepada Allah melalui semangat menuntut ilmu. Dengan pendekatan kreatif, edukatif, dan kontekstual, serta konsistensi pesan yang disampaikan dengan metode yang digunakan, Dengan demikian, pesan dakwah ini efektif menjangkau generasi muda yang lebih aktif di dunia maya (digital).

Gamson & Modigliani dalam kutipan Alex Sobur menyatakan bahwa media *frame* adalah paket-paket interpretasi yang menyusun elemen narasi menjadi satu kesatuan makna<sup>131</sup> Dalam konteks ini, *frame* tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membentuk cara pandang audiens terhadap

---

<sup>130</sup> Imam Fadli et al., “Karakteristik Stiker Sebagai Unsur Bahasa Visual Dalam Berkomunikasi Pada Grup WhatsApp,” 2014, 1–9. h. 8

<sup>131</sup> Sobur, *Analisis Teks Media*. h. 162

realitas sosial tertentu melalui bahasa, simbol, dan ilustrasi visual yang dipilih secara selektif. Poster ODOS Ruang Edit dalam hal ini berupaya membingkai pesan yang disampaikan melalui poster agar mudah diterima oleh audiens. Dapat dilihat pada judul poster, *framing* digunakan dengan membingkai kegiatan membaca sebagai investasi terbaik, sejalan dengan ajaran Islam yang menekankan pentingnya ilmu (nilai akhlak vertikal kepada Allah). Tidak hanya itu, Kutipan dari tokoh publik Raditya Dika menjadi alat *framing* yang menyederhanakan dan mengkonkretkan konsep menuntut ilmu kedalam bahasa yang mudah dimengerti anak muda. Dari segi visual juga dapat dilihat bagaimana desainer menggunakan ilustrasi, *icon* hingga warna memberikan kesan ringan yang berkesan akrab dengan generasi muda.

Penelitian ini senada dengan penelitian yang dilakukan oleh Deanoza yang menunjukkan bahwa dakwah digital memiliki efektivitas yang tinggi dalam membangun kesadaran religius yang berkelanjutan di kalangan remaja. Melalui pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi dakwah, pesan-pesan keislaman dapat disampaikan secara lebih adaptif, interaktif, dan kontekstual dengan karakteristik generasi Z.<sup>132</sup> Hasil penelitian ini mengungkap bahwa konten dakwah yang disampaikan secara digital tidak hanya membentuk pemahaman keagamaan, tetapi juga memotivasi remaja untuk menuntut ilmu sebagai bentuk ibadah dan upaya mendekatkan diri kepada Allah Swt.

Selaras dengan itu, penelitian yang dilakukan oleh Alfikri menunjukkan bahwa anak muda Muslim di bawah naungan FSRMM cenderung memilih media visual terutama dalam bentuk poster digital untuk menyampaikan pesan-pesan akhlak. Poster dakwah yang diproduksi memuat pesan-pesan moral seperti

---

<sup>132</sup> Muhammad Alfito Deanoza H et al., "Peran Dakwah Digital Dalam Menanamkan Kesadaran Beragama Bagi Remaja Generasi Z" 2 (2025). h. 10

kesetiaan dalam *ukhuwah*, akhlak mulia, serta semangat menuntut ilmu, yang semuanya merupakan nilai-nilai inti dalam ajaran Islam.<sup>133</sup>

Penelitian ini menunjukkan bahwa poster dakwah digital bukan sekadar media penyampai informasi, tetapi juga menjadi sarana edukasi yang menginternalisasi nilai-nilai akhlak seperti komitmen, loyalitas, tanggung jawab, dan cinta ilmu. Dakwah dalam bentuk visual terbukti lebih mampu menarik perhatian generasi muda dibandingkan dengan metode konvensional, karena gaya bahasa yang kontekstual, pendekatan kreatif, dan keterlibatan langsung dengan kehidupan keseharian remaja.

Tidak hanya itu, fakta historis mencatat pada pagelaran piala dunia tahun 2022 di Qatar diketahui lebih dari seribu orang memeluk agama Islam usai ajang kompetisi sepak bola tersebut, dalam kutipan berita inilah.com menyebut dalam kurun waktu satu pekan sejak dimulainya kampanye Qatar untuk memperkenalkan syiar Islam pada gelaran Piala Dunia yang resmi dibuka Ahad, 21 November 2022, tercatat sebanyak 558 orang telah memeluk Islam. Qatar juga mempromosikan Islam melalui berbagai spanduk yang berisi Hadits Rasulullah Saw.<sup>134</sup>

Salin itu, Rasulullah Saw sendiri telah dulu menerapkan metode yang sama dalam dakwahnya, setelah perjanjian Hudaibiyah disepakati, tercatat dalam sejarah bahwa Nabi Saw semakin intensif menyeru para raja di negeri-negeri lain untuk menerima Islam. Beliau mengirimkan surat kepada para penguasa dunia dan pemimpin Arab, berisi ajakan untuk memeluk agama Allah melalui cara yang

---

<sup>133</sup> Al Fikri and Imron Rosidi, "Aktivitas Dakwah Di Kalangan Anak Muda Muslim Pekanbaru," *Idarotuna* 3, no. 2 (2021): 99, <https://doi.org/10.24014/idarotuna.v3i2.12622>. h. 114

<sup>134</sup> Ibnu Naufal, "Piala Dunia 2022 Dimulai, Muallaf Di Qatar Bertambah 558 Orang," inilah.com, 2022, <https://www.inilah.com/piala-dunia-2022-dimulai-mualaf-di-qatar-bertambah-558-orang>.

penuh kebijaksanaan dan nasihat yang baik.<sup>135</sup> Dengan demikian, dakwah Rasulullah Saw pada periode pasca Hudaibiyah dapat dikatakan bahwa Rasulullah Saw pada masanya telah menerapkan strategi dakwah berbasis media visual.

---

<sup>135</sup> Dalinur M Nur, "Metode Dakwah Rasulullah SAW Kepada Golongan Non Muslim Di Madinah," *Wardah* 18, no. 1 (2017): 80, <https://doi.org/10.19109/wardah.v18i1.1434>. h. 89

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### ***A. Kesimpulan***

Berdasarkan hasil analisis terhadap enam poster *One Day One Story* (ODOS) Komunitas Ruang Edit Indonesia, dapat disimpulkan bahwa pesan dakwah akhlak yang disampaikan terbagi menjadi dua dimensi utama, yaitu yaitu akhlak vertikal kepada Allah (keikhlasan, kesabaran, syukur/lapang dada dan ilmu) dan akhlak horizontal kepada sesama manusia (etika berbicara, toleransi, kesetiaan, kepedulian sosial).

Kekuatan dakwah ODOS terletak pada perpaduan pesan yang humanis dengan desain visual yang menarik, memanfaatkan warna, tipografi, dan ilustrasi untuk memperkuat makna. Media poster digital ini efektif dalam menyampaikan nilai-nilai akhlak kepada masyarakat, khususnya generasi muda di era digital.

Media poster ODOS juga menunjukkan bahwa penyampaian pesan dakwah akhlak tidak harus selalu dilakukan melalui lisan atau teks panjang, tetapi dapat diinternalisasi melalui bentuk yang lebih sederhana dan mudah dipahami, tanpa kehilangan substansi nilai-nilai Islam. Dengan ini, ODOS telah membangun ruang dakwah digital yang mengajak audiens khususnya generasi muda untuk merefleksikan nilai-nilai akhlak dalam kehidupan sehari-hari.

#### ***B. Saran***

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat saran bagi Komunitas Ruang Edit Indonesia khususnya tim (*One Day One Story*) ODOS, disarankan untuk terus istiqomah mempertahankan dan mengembangkan kreativitas dakwah visual (poster) ODOS agar menjangkau lebih luas kalangan

muda dengan isu-isu akhlak yang kontekstual serta aktual, termasuk isu moralitas di media sosial dan nilai-nilai moderasi beragama. Kemudian bagi para dai dan praktisi komunikasi visual, media visual seperti poster digital dapat menjadi alternatif strategis dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah yang inspiratif dan edukatif. Kemudian bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat menjadi rujukan awal untuk mengembangkan kajian dakwah digital yang lebih luas seperti efektivitas komunikasi dakwah lintas platform (Instagram, TikTok, YouTube, dll).

### DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Dkk. *Peta Dakwah: Dinamika Dakwah Dan Implikasinya Terhadap Keberagaman Masyarakat Muslim Sumatera Utara*. 1st ed. Medan Sunggal: Merdeka Kreasi Group, 2021.
- Abdurrahman, Muhammad. *Akhlak; Menjadi Seorang Muslim Berakhlak Mulia*. 1st ed. Jakarta: Rajawali Pers, 2016.
- Aisyah Rusnali, A Nur. *Buku Ajar Ilmu Dakwah Dan Komunikasi*. 1st ed. Bukit Cemara Tidar, Malang: Media Nusa Creative, 2023.
- Akhlak, Pendidikan, Dalam Kitab, T A Lim, A L Muta, and Allim Dan. "Pendidikan Akhlak Dalam Kitab Ta'lim Al - Muta'allim Dan Implikasinya Terhadap Pembelajaran Pendidikan Agama Islam Di Sekolah" 1, no. 1 (n.d.): 23–36.
- Albailhaqi, Naufal Luthfi. "Penerapan Warna Pastel Dalam Fotografi Fashion," n.d.
- Analisis, Penggunaan, and Konten Dan. "Penggunaan Analisis Konten Dan Analisis Tematik," 2022.
- Ananta Devi, Dwi. *Toleransi Beragama*. Alprin, 2020.
- Anggito, Albi. dan Setiawan, Johan. *Metode Penelitian Kualitatif*. Edited by Ella Deffi Lestari. Sukabumi, Jawa Barat: Cv. Jejak, 2018.
- Astuti, Hani, Fikom Universitas, Esa Unggul, Fikom Universitas, and Bhayangkara Jaya. "Penggunaan Poster Sebagai Media Komunikasi Kesehatan," n.d.
- Azharghany, Rojabi, Lusi Kurnia Agustin, Echa Edelweiss, Putri Andina, and Universitas Nurul Jadid. "Problem Channel Dakwah Melalui Media Sosial Dalam Memupuk Toleransi Beragama Di Indonesia" 5, no. 2 (2024): 309–34.
- Aziz, Ali. *Ilmu Dakwah*. Rawamangun, Jakarta: Predamedia Group, 2024.
- Azwar Lubis, MA. Dr. M. Syukri. *Materi Pendidikan Agama Islam*. Kota Surabaya: Media Sahabat Cendekia, 2019.
- Basyrul, Muhamad. "Model Dakwah Berbasis Humanis Di Era Digital: Upaya Transformasi Nilai-Nilai Islam Rahmatan Lil Alamin." *Jurnal Mediakita Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 7, no. 1 (2023): 1–14. <https://doi.org/0.30762/mediakita.v7i1.952>.
- Chairunnisa, Septiani. "Makna Warna Dalam Hadis (Studi Ma'anil Hadis)," 2024.
- Dafrita, Ivan Eldes. "Ilmu Dan Hakekat Ilmu Pengetahuan Dalam Nilai Agama," n.d., 159–79.
- Darmawan, Andreas, and Leonardo Widya. *Bahan Ajar Kursus Dan Pelatihan Desain Grafis - Pengantar Desain Publikasi*, 2016.
- Fadli, Imam, M Muhlis Lugis, Desain Komunikasi Visual, and Universitas Negeri Makassar. "Karakteristik Stiker Sebagai Unsur Bahasa Visual Dalam Berkomunikasi Pada Grup WhatsApp," 2014, 1–9.
- Faldiansyah, Iqrom. *Dakwah Virtual Di Media Sosial Perspektif Aal-Qur'an*. Edited by M.Ag. Dr. Abdullah Syafei. Jakarta Selatan Provinsi DKI Jakarta: Publica Indonesia Utama, 2022.
- Faridah, Faridah, Adeh Ijam, and Putri Utami. "Jurnal Kajian Komunikasi Dan Penyiaran Islam" 4, no. 1 (2022): 57–68.
- Fatih, Moh Khoirul. "Pesan Dakwah Moderasi Beragama Dalam Program Muslim Travellers NET TV Tahun 2020 ( Analisis Tayangan Komunitas Muslimah Di Irlandia )." *Alamtara: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 4, no. 2 (2020): 119–20. <http://ejournal.iaitaboh.ac.id/index.php/alamtaraok/article/view/588/417>.
- Fikri, Al, and Imron Rosidi. "Aktivitas Dakwah Di Kalangan Anak Muda Muslim

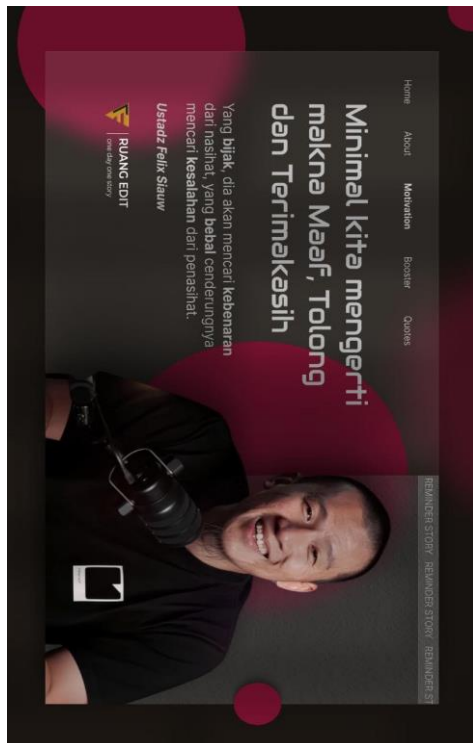
- Pekanbaru.” *Idarotuna* 3, no. 2 (2021): 99. <https://doi.org/0.24014/idarotuna.v3i2.12622>.
- Firdaus, Akbar Al, and Herdi Firmansyah. “Membangun Solidaritas Sosial Dalam Perspektif Al- Qur ’ an Prinsip Building Social Solidarity from the Perspective of the Qur ’ an : The Principle of Ukhuwah Islamiyah,” no. 76 (2025).
- Fitria. “Penggunaan Media Papan Raba Untuk Meningkatkan Kemampuan Mengenal Lambang Bilangan Pada Anak Kelompok A Di TK Alifba 1 Iskandar Muda Banda Aceh,” 2019, 1–23.
- Ghaezani, Aurel Claudia. “Analisis Isi Pesan Dakwah Di Akun Instagram @Hawaariyyun.” *Skripsi Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Uin Syarif Hidayatullah Jakarta*, 2023, 1–76.
- Ghifany, Moersito Al. “Desain Komunikasi Visual Sebagai Media Dakwah (Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Akun Instagram @OtoyCihuy),” 2024.
- Gilang, Oleh, and Desti Parahita. “Teori Framing,” 2010, 1–24.
- Ginanjari, Hidayat. “Pembelajaran Akidah Akhlak Dan Korelasinya Dengan Peningkatan Akhlak Al-Karimah Peserta Didik.” *QALAMUNA: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Agama* 4, no. 2 (2020): 133–40. <https://waspada-online.com/2017/09/pelajar-smp->
- H, Muhammad Alfito Deanoza, Nindya Alya Ramiza U, Nasywa Annisi Lillah, and Abdul Fadhil. “Peran Dakwah Digital Dalam Menanamkan Kesadaran Beragama Bagi Remaja Generasi Z” 2 (2025).
- Hamid, Mh. Afdal, M. Galib M, and Muhsin Mahfudz. “Kecerdasan Sosial Dalam Al-Qur’an (Kajian Tematik Terhadap Term تعاون).” *Jurnal Diskursus Islam* 11, no. 2 (2023): 147–70. <https://doi.org/0.24252/jdi.v11i2.41326>.
- Hidayat, Syarip, Reyhan Qatrunada Usulu, Muhammad Farhan, Hanif Effendi, Lanina Astrid, Chrysant Vrij, and Ai Solihat. “Efektifitas Dakwah Di Internet Untuk Gen-Z.” *Jurnal Al-Bayan: Media Kajian Dan Pengembangan Ilmu Dakwah* 28, no. 1 (2022): 43–55. <https://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/bayan/article/view/3433>.
- Hilmi, Mustofa. *Buku Ajar Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Edited by Moh Nasrudin. Pekalongan, Jawa Tengah, 2022.
- Ichwan Butsi, Febry. “MENGENAL ANALISIS FRAMING : TINJUAN SEJARAH” 1, no. 2 (2019).
- Islamiah, Nur. “Dampak Negatif Budaya Asing Pada Gaya Hidup Remaja Kota Makassar.” *E-Jurnal Dakwah Komunikasi UIN Alaudin Makasar*, 2015, 1–97.
- J. Lowe, Robert. *Frame Analysis Critical Theory, and English Language Teaching*. New York: Routledge, n.d.
- Jami, Deni Zam dan Susanti Illa. *Dakwah Marjinal, Konsepsi Dan Implementasi*. Edited by Wahyu Kurniawadi. 1st ed. Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah: Wawasan Ilmu, 2023.
- K. kesa, M.Pd. Dr. H. Imran. dkk. *Potensi Akhlak Dalam Pendidikan Islam*. Edited by Irwan M.pd. 1st ed. Seleman Jogjakarta: KMB Indonesia, 2024.
- Kholid Bodi, Annangguru Muh. Idham. *Korang Mala’bi*. Makassar: Balitbang Agama Makassar, 2019.
- KHOTIMAH, Khusnul. “Analisis Isi Pesan Dakwah Di Akun Tiktok @risiyad\_bay.” *Repository.Uinjkt.Ac.Id*, 2023. [https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/23456789/73938%0Ahttps://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/23456789/73938/VIRA\\_YUNITA-FDK.pdf](https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/23456789/73938%0Ahttps://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/23456789/73938/VIRA_YUNITA-FDK.pdf).
- Latifah, I Ulil, and Nova Kristiana. “Analisis Visual Karakter Gatotkaca Dalam

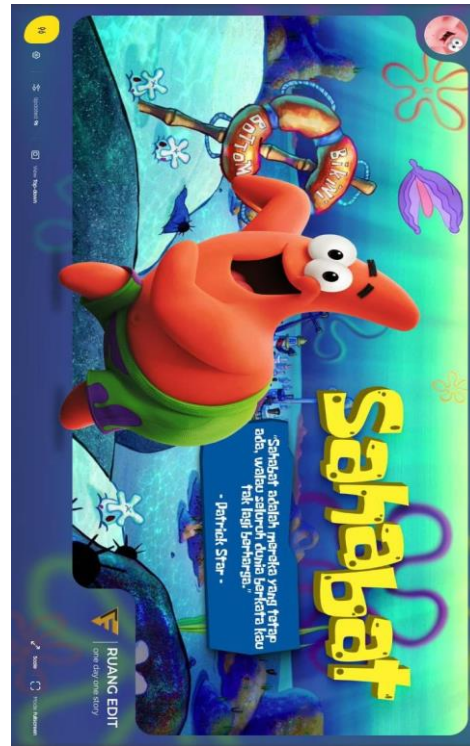
- Game Mobile Legends Bang Bang” 9, no. April (2021).
- Lee Wood, Marshall. “Schemas and Frames 1,” no. January (2018). <https://doi.org/10.17605/OSF.IO/B3U48>.
- Liqianah, Lita, Kurrotu Aini, Abd Basit, and Abdu Zikrillah. “Peran Komunitas Ruang Edit (RE) Dalam Pengembangan Digitalisasi Dakwah Di Media Sosial” 15, no. 1 (2024): 83–93.
- Lutfiyah. “Smartphone Dalam Konstruksi Teori Ikhlas Beribadah Di Era Revolusi Industri 4.0.” *Jurnal Ilmu Aqidah Dan Studi Keagamaan* 7 (2019): 333–48.
- Makalalag, Panji Putrawan. “Strategi Framing Dakwah Sufistik Di TikTok: Menjaga Kedalaman Spiritualitas Di Era Budaya Digital.” *CARAKA : Indonesia Journal of Communication* 6, no. 1 (2025): 126–37. <https://doi.org/10.25008/caraka.v6i1.210>.
- Mamis, Subria. *Desain Komunikasi Visual. Aspek Desain Komunikasi Visual*. PT Mafy Media Literasi Indonesia, 2015.
- Masrukhin, H. *Metodologi Penelitian Kalitatif*. 1st ed. Media Ilmu, 2014.
- Miftahul, Arum. “Bunga Sebagai Representasi Suasana Hati Wanita,” 2020.
- Mubarak, Arfian Muhammad. *Analisis Semiotika Pesan Dakwah Dalam Film “Tak Sekadar Jalan,”* 2019.
- Muhid, Abdul. “Efektifitas Pesan Dakwah Di Media Sosial Terhadap Religiusitas Masyarakat Muslim Analisis Literature Review” 20, no. 1 (2021): 17–28.
- Muhith. “Kemuliaan Dan Memuliakan.” *EL-Hikmah* VIII (n.d.).
- Mulyaningtyas, Rahmawati, and Valentina Ekafebriyanti. “Pemanfaatan Noveltoon Sebagai Media Pembelajaran Prosa Di SMA.” *Tabasa: Jurnal Bahasa, Sastra Indonesia, Dan Pengajarannya* 2, no. 2 (2021): 87–106. <https://doi.org/10.22515/tabasa.v2i2.3938>.
- Munir, Muhammad. *Manajemen Dakwah*. Rawamangun, Jakarta: KENCANA, 2021.
- Muntazori, Ahmad Faiz. “Dakwah Visual: Ekspresi Keimanan Seorang Muslim Dalam Poster Digital.” *Human Narratives* 1, no. 2 (2020): 88–102. <https://doi.org/10.30998/hn.v1i2.351>.
- Nashori, Fuad. “Hubungan Antara Kualitas Dan Intensitas Dzikir Dengan Kelapangdadaan Mahasiswa.” *Millah* 5, no. 1 (2005): 121–36. <https://doi.org/10.20885/millah.vol5.iss1.art9>.
- Naufal, Ibnu. “Piala Dunia 2022 Dimulai, Mualaf Di Qatar Bertambah 558 Orang.” *inilah.com*, 2022. <https://www.inilah.com/piala-dunia-2022-dimulai-mualaf-di-qatar-bertambah-558-orang>.
- Nur, Dalinur M. “Metode Dakwah Rasulullah SAW Kepada Golongan Non Muslim Di Madinah.” *Wardah* 18, no. 1 (2017): 80. <https://doi.org/10.19109/wardah.v18i1.1434>.
- Rahmadewi, Novia. *Kesetiaan Dengan Pasangan*. Andi, 2023.
- Rahmah, Noratur, Sayyid Afif, Muhammad Saleh, Nurkhofifah Nurkhofifah, Neiva Zaida, Hasanah Saragih, Haidar Sidqan Alkhalid, and Iain Lhokseumawe. “Efektifitas Konten Edukasi Keislaman Di Platform Media Sosial: Analisis Resepsi Khalayak Generasi Z Tantangan Dalam Penyampaian Konten Meski Banyak Konten Edukasi Keislaman Tersedia Di Media Sosial, Masih Ada Tantangan” 6 (2025).
- Ramadhani, Rahmat. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Edited by Isdianingsih Nur Aini. Banguntapan Bantul, DI Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru (Anggota IKAPI), 2018.
- Risma, Eka, Febiola Sinaga, Sondang Manik, and Tiara Kristina Pasaribu. “The Study of Sign (Icon, Index, and Symbols) as Found in Sun Plaza Mall by Using Pierce’s Theory” 5, no. 1 (2025): 85–95.
- Salman, Fawwaz Y., and Mohammad S. Alkhalid. “Negative Impacts of

- Cultural Globalization on Islamic Identity: A Regional Project on Hashemite University Students.” *Journal of Educational and Psychological Studies [JEPS]* 10, no. 4 (2016): 697–705. <https://doi.org/0.53543/jeps.vol10iss4pp697-705>.
- Santi, Sarah. “Frame Analysis: Konstruksi Fakta Dalam Bingkai Berita.” *Forum Ilmiah* 9 (2012): 221.
- Santika, Wifia Noni. “Psikologi Warna Dan Pengaruhnya Terhadap Respons Emosional Individu,” n.d.
- Shihab, M. Quraish. *Tafsir Al-Misbah. Proceedings of the National Academy of Sciences*. Vol. 3, 2015. <http://dx.doi.org/0.1016/j.bpj.2015.06.056%0Ahttps://academic.oup.com/bioinformatics/article-abstract/34/3/2201/4852827%0Ainternal-pdf://semisupervised-3254828305/semisupervised.ppt%0Ahttp://dx.doi.org/0.1016/j.str.2013.02.005%0Ahttp://dx.doi.org/0.10>.
- . *Yang Hilang Dari Kita: AKHLAK*. Edited by Siti Nur Andini. Ciputat, Tangerang Selatan: PT Lencana Hati, 2016.
- Sobur, Alex. *Analisis Teks Media*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004.
- Sofyan, Ahmad, Padma Fadhlila, Nilta Muhiatul Hidayah, and Ali Hasan Siswanto. “Basis Ontologi Dakwah Sebagai Fondasi Kesadaran Humanistik Dalam Era Post-Truth” 28, no. 1 (2025): 672–78.
- Soleh, Warissuddin, Sahrizal Vahlepi, and Ady Muh. Zainal Musthofa. “Identifikasi Akhlak Mahmudah Dalam Pendidikan Agama Islam (Kajian Kitab Hidayah Al-Salikin).” *Journal of Islamic Education and Local Culture (JIJELC)* 2, no. 1 (2024): 13–24.
- Suhayib. *Studi Akhlak*. Edited by Nurcahaya. 1st ed. Vol. 11. Yogyakarta: KALIMEDIA, 2016. [http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/23456789091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/0.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484\\_SISTEM\\_PEMBETUNGAN\\_TERPUSAT\\_STRATEGI\\_M\\_ELESTARI](http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/23456789091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/0.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_M_ELESTARI).
- Sulaiman Husdi, Jamaluddin. *Sejarah Dakwah*. Jawa Barat: CV. Adanu Aabimata, 2024.
- Tahir, Muhammad, and Halimah -. “Pesan Dakwah Dalam Channel YouTube ‘Menjadi Manusia.’” *Nubuwwah: Journal of Communication and Islamic Broadcasting* 1, no. 01 (2023): 66–74. <https://doi.org/0.21093/nubuwwah.v1i01.6153>.
- Taimiyah, Ibnu. *Al-Iman*. Pondok Gede, Bekasi: PT Darul Falah, 2012.
- Tho’in, Muhammad. “Kompetensi Sumber Daya Manusia Bank Syariah Berdasarkan Prinsip-Prinsip Syariah Islam (Studi Kasus Pada BNI Syariah Surakarta).” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 2, no. 03 (2016): 158–71. <https://doi.org/0.29040/jiei.v2i03.49>.
- Uparya, Akmal Musa. “Representasi Makna Poster Kajian Dakwah Di Instagram Anak Mesjid Akmal.” *Proceedings of the National Academy of Sciences* 3, no. 1 (2015): 1–15. <http://dx.doi.org/0.1016/j.bpj.2015.06.056%0Ahttps://academic.oup.com/bioinformatics/article-abstract/34/3/2201/4852827%0Ainternal-pdf://semisupervised-3254828305/semisupervised.ppt%0Ahttp://dx.doi.org/0.1016/j.str.2013.02.005%0Ahttp://dx.doi.org/0.10>.
- Usman, Fadly. “Efektivitas Penggunaan Media Online Sebagai Sarana Dakwah.” *Jurnal Ekonomi Dan Dakwah Islam (Al-Tsiqoh)* 1, no. 1 (2016): 1–8. <https://e-journal.uac.ac.id/index.php/altsiq/article/download/54/08>.
- Uyun, Qurrotul. “Analisis Karakter Desain Komunikasi Visual Pada Akun

- Instagram @qomikin Sebagai Media Dakwah,” 2022.
- W Putra, Micho. *Graphic Design- Menjadi Desainer Digital: Tools, Teknik, Dan Monetisasi Karya*. Micho W Putra, 2025.
- Wahyudi, Nirwan, A R. “Dakwah Melalui Desain Grafis,” 2017.
- Wibowo, Ari. “Dakwah Berbasis Media Dan Komunikasi Visual.” *Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam* 2, no. 2 (2021): 179. <https://doi.org/0.32332/jbpi.v2i2.2497>.
- Yumna, Rofifah. “Aktivitas Fanatisme KPOP Di Media Sisial (Analisis Tekstual Pada Akun Twiter @wingsforx1)” 2, no. 5 (2020): 106–15.
- Yunita Aris Melia. “Pesan Dakwah Dalam Poster Akun Instagram @bukumojok (Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure),” 2020, 274–82.
- Zahra, Nurmalita, and Alvanov Zpalanzani Mansoor. “Warna Dan Emosi Untuk Media Desain Interaktif: Literature Review Color and Emotion for Interactive Design Media: A Literature Review.” *Jurnal Seni Rupa* 13, no. 1 (2024): 340–45. [https://www.researchgate.net/publication/382645369\\_WARNA\\_DAN\\_EMOSI\\_UNTUK\\_MEDIA\\_DESAIN\\_INTERAKTIF\\_LITERATURE\\_REVIEW/fulltext/66a795e04433ad480e8455a6/WARNA-DAN-EMOSI-UNTUK-MEDIA-DESAIN-INTERAKTIF-LITERATURE-REVIEW.pdf](https://www.researchgate.net/publication/382645369_WARNA_DAN_EMOSI_UNTUK_MEDIA_DESAIN_INTERAKTIF_LITERATURE_REVIEW/fulltext/66a795e04433ad480e8455a6/WARNA-DAN-EMOSI-UNTUK-MEDIA-DESAIN-INTERAKTIF-LITERATURE-REVIEW.pdf).
- Zaky Raihan, Dinda Putri Hasanah, Wardah Yuni Kartika, Lidyazanti Lidyazanti, and Wismanto Wismanto. “Dampak Media Sosial Terhadap Akhlak Di Era Globalisasi.” *Jurnal Budi Pekerti Agama Islam* 2, no. 2 (2024): 301–15. <https://doi.org/0.61132/jbpai.v2i2.264>.
- Zulkarnain. “Dakwah Islam Di Era Modern” 26, no. 3 (2015): 151–58.

LAMPIRAN





## PANDUAN OBSERVASI

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan instrumen observasi yang dirancang secara sistematis dengan tujuan untuk mempermudah proses pengumpulan data. Penyusunan panduan observasi dilakukan agar penelitian dapat berjalan lebih terarah, terstruktur dan konsisten. Dengan adanya pedoman observasi, penulis penulis lebih mudah dalam mengidentifikasi, mencatat serta menganalisis pesan-pesan dakwah akhlak yang terkandung dalam desain poster *One Day One Story* (ODOS) Komunitas Ruang Edit Indonesia. Pedoman observasi mengenai “Analisis Isi Pesan Dakwah Akhlak pada Desain Poster *One Day One Story* (ODOS) Komunitas Ruang Edit Indonesia” sebagai berikut:

1. Mengamati identitas poster seperti judul/tema poster, tanggal publikasi, desainer dan lain sebagainya.
2. Mengamati aspek visual poster seperti jenis warna yang dominan dan makna yang ditampilkan, jenis tipografi, elemen gambar visual (ilustrasi, foto, tekstur dll).
3. Mengamati isi pesan dakwah seperti tema akhlak apa yang disampaikan, gaya bahasa dan rujukan sumber.
4. Kategori pesan akhlak seperti akhlak kepada Allah, akhlak kepada alam dan akhlak kepada manusia.
5. Mengamati efektivitas penyampaian pesan seperti daya tarik visual, kesesuaian visual dengan isi pesan, dan relevansinya dalam kehidupan sehari-hari.

### DAFTAR RIWAYAT HIDUP



**Muhammad Yassir Safri**, lahir pada tanggal 8 Mei 2002 di Kanang, Desa Batetangnga, Kecamatan Binuang, Kabupaten Polewali Mandar, Provinsi Sulawesi Barat merupakan anak pertama dari tiga bersaudara dan anak dari pasangan Safri (Alm) dan Rahmatiah. Jenjang pendidikan penulis dimulai di Raudhatul Athfal (RA) DDI Al-Ihsan Kanang tahun 2008, Madrasah Ibtidaiyah (MI) DDI Al-Ihsan Kanang tahun 2014, Madrasah Tsanawiyah (Mts) Syekh Hasan Yamani tahun 2017, Madrasah Aliyah (MA) Syekh Hasan Yamani tahun 2020, dan melanjutkan pendidikan di Perguruan Tinggi tepatnya di Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Majene Jurusan Ushuluddin Adab dan Dakwah Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Semasa menjadi mahasiswa di STAIN Majene, penulis aktif berorganisasi diantaranya menjadi Wakil Ketua Umum Forum Dakwah Islam KPI STAIN Majene tahun 2023, Ketua Umum UKM Pers Lima Sidik STAIN Majene pada tahun 2023, Ketua Umum Senat Mahasiswa (SEMA) STAIN Majene pada tahun 2024, dan menjadi kader Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII) komisariat STAIN Majene tahun 2023.

Penulis bersyukur bisa berkuliah di Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Majene dan berharap dapat kembali melanjutkan pendidikan pada jenjang selanjutnya, serta ilmu yang didapatkan dalam bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam dapat diamalkan dan memberikan manfaat bagi keluarga, bangsa, dan agama.