

Perilaku Dakwah Komunitas Desainer Muslim di Jombang

Harris Azis, Ali Imron²

^{1, 2}Institut Agama Islam Tribakti (IAIT) Kediri

¹mamangariss@gmail.com, ²aliimroniait@gmail.com

Abstract

Muslim Designer Community Chapter Jombang, a community that is active in social activities such as Islamic studies, training, talk shows, exhibitions of visual da'wah works, and so on. The phenomenon of preaching through visuals indicates that now graphic da'wah has received wide attention and is in demand by various circles of society. Then how is the behavior of the Muslim Designer Community Chapter Jombang preaching? What is the influence of preaching activities through graphics / visual communication? This study uses a qualitative research type with a case study approach with phenomenological data analysis techniques. The results showed that the preaching behavior of Muslim Designer Community Chapter Jombang in carrying out graphic da'wah can be seen in two phases, namely because-motive and motive-for (in-orderto-motive). The reasons that were found were: learning motive (learn). and the motive for sharing (share). Meanwhile, the influence of the delivery of da'wah through graphic media by the Muslim Designer Community Chapter Jombang covers three aspects, namely cognitive, affective and behavioral aspects.

Keywords: *Dakwah, Design, Communication*

Abstrak

Muslim Designer Community Chapter Jombang, komunitas yang aktif dalam kegiatan sosial seperti kajian Islam, pelatihan, *talkshow*, pameran karya dakwah visual, dan lain sebagainya. Fenomena dakwah melalui visual menandakan bahwa kini dakwah grafis telah mendapat perhatian luas dan diminati oleh berbagai kalangan masyarakat. Lalu bagaimana perilaku dakwah *Muslim Designer Community Chapter Jombang*? Apa pengaruh aktivitas dakwah melalui grafis/komunikasi visual? Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus dengan teknik analisis data fenomenologi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku dakwah *Muslim Designer Community Chapter Jombang* dalam melaksanakan dakwah grafis dapat dilihat dalam dua fase, yakni motif-sebab (*because-motive*) dan motif-untuk (*in-orderto-motive*). Motif-sebab yang ditemukan adalah: motif pembelajaran (*learn*). dan motif berbagi (*share*). Sedangkan pengaruh dari penyampaian dakwah melalui media grafis yang dilakukan *Muslim Designer Community Chapter Jombang* melingkupi tiga aspek, yakni aspek kognitif, afektif namun tidak menyentuh aspek behavioral.

Kata Kunci: *Dakwah, Desain, Komunikasi*

Pendahuluan

Dakwah telah berkembang menjadi sebuah kegiatan yang meniscayakan pelaksananya memiliki pengetahuan (*knowledge*) dan keterampilan (*skill*), serta sikap (*attitude*) yang baik. Untuk itu, diperlukan individu atau kelompok yang secara kontinu mengkaji dan meningkatkan aktivitas dakwah dengan professional juga kontekstualisasi zaman. Hal tersebut telah ditegaskan oleh Allah swt. dalam QS. Ali Imran ayat 104.

Menilik perkembangan teknologi dan informatika, metode dakwah sejatinya juga harus mengikuti perkembangannya pula. Dari itu metode-metode dakwah konservatif seperti ceramah di atas mimbar bisa digantikan dengan metode modern. Sehingga pesan dakwah yang akan disampaikan lebih mudah diterima. Sebagai salah satu acuan metode modern dalam berdakwah bisa digunakan dengan komunikasi visual atau grafis.

Desain grafis dalam pandangan ilmu komunikasi merupakan suatu cara untuk menyampaikan pesan visual berwujud teks dan gambar dari komunikator kepada komunikan. Menurut Sumbo Tinarbuko, desain grafis atau desain komunikasi visual adalah ilmu yang mempelajari konsep komunikasi visual dengan membeberkan upaya pemecahan masalah komunikasi visual secara kreatif. Proses perwujudannya senantiasa melibatkan beragam media komunikasi visual. Pengejawantahannya divisualkan dengan mengelola elemen desain grafis, di antaranya: gambar (ilustrasi), huruf, warna, dan bentuk. Seluruh unsur desain grafis tersebut kemudian dikomposisikan sedemikian rupa guna menyampaikan pesan secara visual kepada target sasaran.¹.

Gambar merupakan salah satu wujud simbol atau bahasa visual yang di dalamnya terkandung struktur rupa seperti: garis, warna, dan komposisi. Upaya mendayagunakan simbol-simbol visual berangkat dari kenyataan bahwa bahasa visual memiliki karakteristik yang bersifat khas, bahkan istimewa untuk menimbulkan efek tertentu pada pengamatnya. Hal demikian adakalanya sulit dicapai bila diungkapkan dengan bahasa verbal.²

Berbagai kegiatan dalam rangka memasyarakatkan dakwah melalui desain grafis juga mulai giat diselenggarakan, baik dalam bentuk seminar, lokakarya, pelatihan, *talkshow*, perlombaan, dan semacamnya. Salah satu komunitas yang giat menyelenggarakan pelatihan dan kegiatan sejenisnya tentang dakwah melalui desain grafis adalah komunitas desainer muslim di Kabupaten Jombang, yakni *Muslim Designer Community Chapter Jombang*. Sebuah wadah pemersatu desainer muslim di Kabupaten Jombang yang berbasis media sosial. Komunitas tersebut aktif dalam kegiatan sosial seperti kajian Islam, pelatihan, *talkshow*, pameran karya dakwah visual, dan lain sebagainya. Fenomena-fenomena tersebut menandakan bahwa kini dakwah grafis telah mendapat perhatian luas dan diminati oleh berbagai kalangan masyarakat.

Aktivitas dakwah grafis turut didukung oleh media sosial yang kian menjamur. Penyebarannya menjadi jauh lebih mudah, praktis, cepat, dan menjangkau khalayak yang sangat luas. Apriadi mengemukakan bahwa salah satu dampak terbesar dari perkembangan media sosial atau media *online* yakni berpindahnya kekuasaan perusahaan-perusahaan media

¹ Sumbo Tinarbuko, *Dekare (Desain Komunikasi Visual): Penanda Masyarakat Global* (Yogyakarta: CAPS, 2015), h. 70.

² Tinarbuko, h.8.

kepada masyarakat. Distribusi informasi yang dikuasai elit media kepada massa tidak lagi menjadi model komunikasi (utama) yang digunakan, oleh karena saat ini setiap orang mampu untuk menyampaikan apa yang diamati dan opininya sendiri ke seantero dunia.³ Pendapat Apriadi tersebut juga bermakna bahwa dengan adanya perkembangan dari media lama ke media baru, setiap pendakwah berpeluang menyampaikan pesan-pesan dakwahnya ke seluruh penjuru dunia secara virtual.

Metode

Penelitian ini merupakan studi kasus dengan pendekatan fenomenologi Alfred Schutz terkait perilaku dakwah *Muslim Designer Community Chapter Jombang*. Artinya, penelitian ini berorientasi pada tujuan untuk memahami karakteristik individu maupun kelompok yang berhubungan dengan komunitas desainer muslim di Kabupaten Jombang secara fokus mendalam menggunakan konsep ilmu dakwah.⁴

Hasil dan Pembahasan

Konsep Perilaku

Dalam KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) perilaku diartikan sebagai tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan⁵. Perilaku baru terjadi apabila ada sesuatu yang diperlukan untuk menimbulkan reaksi, yang disebut rangsangan.

Perilaku adalah tindakan atau aktifitas diri manusia itu sendiri yang memiliki bentangan sangat luas antara lain: berjalan, berbicara, menangis, tertawa dan lain-lain. Dari uraian ini dapat disimpulkan bahwa perilaku manusia adalah semua kegiatan atau aktifitas manusia, baik yang diamati langsung maupun yang tidak dapat diamati oleh pihak luar. Setidaknya ada tiga faktor yang mempengaruhi perilaku individu, seperti yang dijelaskan Saptiningsih⁶. sebagai berikut:

- a) Pengetahuan
Pengetahuan adalah hasil dari tahu yang terjadi melalui proses sensoris khususnya mata dan telinga terhadap objek tertentu.
- b) Sikap
Sikap adalah respon tertutup seseorang terhadap stimulus atau objek, baik yang bersifat intern maupun ekstern sehingga manifestasinya tidak dapat langsung dilihat, tetapi hanya dapat ditafsirkan terlebih dahulu dari perilaku yang tertutup tersebut.
- c) Motivasi
Motivasi merupakan kondisi internal atau eksternal yang membangkitkan kita untuk bertindak, mendorong untuk mencapai tujuan tertentu dan membuat kita tertarik untuk kegiatan tertentu.
- d) Lingkungan
Lingkungan dibedakan menjadi dua yakni lingkungan fisik dan lingkungan non-fisik. Lingkungan fisik adalah lingkungan yang terdapat di sekitar manusia sedangkan

³ Apriadi Tamburaka, *Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa* (Cet. I; Jakarta: Rajawali Pers, 2013) h. 76

⁴ Nugrahani, M Hum, *Metode Penelitian Kualitatif*, h.48.

⁵ <http://www.kbbi.kemendikbud.go.id/>, diakses tanggal 10 Februari 2020

⁶ Ns. Monica Saptiningsih, “Faktor-faktor yang berhubungan dengan perilaku mencuci tangan pada anak sekolah dasar negeri 03 Kertajaya Padalarang”, *Skripsi S.Kep, Fakultas. Keperawatan: Universitas Andalas (2012)*, h.2

lingkungan non-fisik adalah lingkungan yang muncul akibat adanya interaksi antara manusia.

Konsep Dakwah

Secara etimologi, dakwah berasal dari kata kerja *da'a* (دعا) *yad'u* (يدع) *da'watan* (دعوان), yang berarti mengajak, menyeru, memanggil, mengundang.⁷ Dakwah dengan pengertian tersebut dijumpai dalam QS. Yunus ayat 25.

Secara terminologi, dakwah diartikan dengan berbagai macam pengertian. Muhammad Natsir, seperti yang dikutip Rosyad Shaleh. Mendefinisikan dakwah sebagai “Usaha menyerukan dan menyampaikan pada perorangan manusia dan seluruh konsepsi Islam tentang pandangan dan tujuan hidup manusia di dunia ini, yang meliputi amar ma'ruf nahi munkar, dengan berbagai macam media dan cara yang diperbolehkan akhlak dan membimbing pengalamannya dalam perikehidupan perseorangan, perikehidupan bermasyarakat dan perikehidupan bernegara.”⁸

Syaikh Ali Mahfudh dalam kitab *Hidayatul Mursyidin* mendefinisikan dakwah dengan “Mendorong manusia untuk berbuat kebaikan dan mengikuti petunjuk (agama), menyeru mereka kepada kebaikan dan mencegah mereka dari perbuatan munkar agar mereka memperoleh kebahagiaan dunia akhirat.”⁹

Abu Bakar Zakaria berpendapat bahwa dakwah Islam merupakan “Usaha para ulama dan orang yang memiliki pengetahuan tentang agama (Islam) dengan memberi pengajaran kepada masyarakat akan hal-hal yang dapat menyadarkan mereka terhadap urusan agama dan keduniaannya sesuai dengan kemampuan yang dimiliki”.¹⁰

Surat an Nahl ayat 125 menjadi dasar kegiatan dakwah Islam, menjelaskan perintah untuk menyerukan ajaran agama (Islam). Ayat tersebut selain menjadi dasar hukum pelaksanaan dakwah juga memuat tatacara berdakwah dengan metode yang sesuai dengan ajaran Islam. Selain An Nahl ayat 125, pada surat Ali Imron ayat 110 Allah menunjukkan bahwa umat Muhammad SAW adalah umat yang terbaik dibandingkan dengan umat-umat sebelumnya. Ada tiga hal yang menjadikan umat Muhammad saw adalah yang terbaik :

- 1) Bermakruf (menyeru kepada kebaikan)
- 2) Bernahyi munkar (mencegah terjadinya hal-hal buruk)
- 3) Beriman kepada Allah

Berdasarkan ayat-ayat tersebut seluruh ulama sepakat mengenai hukum dakwah, yakni wajib. Hanya perbedaan pendapat terjadi pada hukum kefarduannya, apakah dibebankan kepada masing-masing individu (*fardhu 'ain*) atau sebatas kewajiban kolektif yang dibebankan hanya kepada sebagian individu (*Fardhu kifayah*). Kedua pendapat memiliki argumentasi masing-masing. Namun terlepas dari wajib 'ain atau *kifayah*, kewajiban dakwah bisa gugur seandainya individu tidak mampu melaksanakannya seperti gugurnya kewajiban haji.¹¹

Menilik dakwah adalah kewajiban bagi seluruh umat Islam, unsur-unsur yang terkandung di dalam kegiatan dakwah tentu tidak bisa dilepaskan. Diantaranya harus ada *da'i* (pelaku dakwah), *mad'u* (mitra dakwah), *maddah* (materi dakwah), *wasilah* (media

⁷ Ahmad Warson Munawwir, *Kamus Al-Munawwir Arab-Indonesia Terlengkap*, Edisi Ke-2, (Surabaya : Pustaka Progresif, 1997) h.406.

⁸ Rosyad Shaleh. *Manajemen Dakwah Islam*. (Jakarta : Bulan Bintang, 1977) h.8.

⁹ Syaikh Ali Mahfud. *Hidayatul Mursyidin*. (Beirut : Darul Ptishom, Cet. VII. 1979) h.

¹⁰ Moh Erfan Soebahar, Abdul Ghoni, “Reformulasi Metode Dakwah bi al-Lub'ah sebagai Trauma Healing pada Anak Korban Bencana Alam”, *Jurnal Ilmu Dakwah*, Vol. 39, no. 2 (2019), h.130.

¹¹ Mohammad Hasan, *Metodologi & Pengembangan Ilmu Dakwah*, (Surabaya : Pena Salsabila, 2013), h.32

dakwah), *thariqah* (metode dakwah) dan *atsar* (efek dakwah). Semua unsur saling mendukung agar dakwah bisa berjalan dengan efektif dan efisien.¹²

Salah satu dari unsur-unsur dakwah yang penting adalah *Atsar* atau Efek dakwah. Efek dakwah adalah unsur dalam dakwah yang sangat penting untuk digunakan sebagai bahan evaluasi dari aktifitas dakwah yang telah dijalankan. Sejauh mana dakwah memengaruhi obyeknya bisa dilihat dari perilaku yang ditunjukkan. Aspek-aspek yang dipakai untuk mengukur perubahan tersebut adalah seperti yang dijabarkan Muhammad Hasan sebagai berikut:¹³

a) Efek kognitif

Efek ini terjadi setelah obyek dakwah menyerap konten ajaran agama yang diberikan kepadanya. Ini terjadi apabila ada perubahan berpikir, pemahaman tentang isi pesan dakwah yang ia terima. Jadi dengan menyerap isi pesan dakwah yang disampaikan, obyek dakwah dapat merubah pemahamannya atas ajaran agama yang sebenarnya.

b) Efek afektif

Pada tahap afektif ini penerima dakwah mengalami perubahan sikap antara menerima atau menolak pesan dakwah yang disampaikan setelah melalui tahap berpikir.

c) Efek behavioral

Efek ini merupakan suatu bentuk efek dakwah yang berkenaan dengan pola tingkah laku obyek dakwah dalam merealisasikan pesan dakwah yang telah diberikan da'i. Efek ini muncul setelah melalui proses kognitif dan afektif. Sehingga dapat disimpulkan bahwa efek behavioral adalah tingkah laku yang dipilih obyek dakwah setelah mengerti dan memahami pesan dakwah yang ia terima

Komunitas

Komunitas adalah suatu unit atau kesatuan sosial yang terorganisasikan dalam kelompok-kelompok dengan kepentingan bersama (*communities of common interest*), baik yang bersifat fungsional maupun yang mempunyai territorial. Istilah komunitas dalam batas-batas tertentu dapat menunjuk pada warga sebuah dusun (dukuh atau kampung), desa, kota, suku, ras, atau bangsa. Apabila anggota-anggota suatu kelompok, baik kelompok besar maupun kecil, hidup bersama sedemikian rupa sehingga merasakan bahwa kelompok tersebut dapat memenuhi kepentingan-kepentingan hidup yang utama, maka kelompok tadi disebut komunitas.

Kriteria utama bagi adanya suatu komunitas adalah terdapat hubungan sosial (*social relationships*) antara anggota suatu kelompok. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa komunitas menunjuk pada bagian masyarakat yang bertempat tinggal di suatu wilayah (dalam arti geografis) dengan batas-batas tertentu dan faktor utama yang menjadi dasar adalah interaksi yang lebih besar di antara para anggotanya, dibandingkan dengan penduduk di luar batas wilayahnya.

Suatu komunitas pasti mempunyai lokalitas atau tempat tinggal (wilayah) tertentu. Akan tetapi selain unsur lokalitas, tersapta juga unsur lain yang sama pentingnya dalam pembentukan komunitas. Yakni unsur perasaan di antara anggota bahwa mereka saling memerlukan. Unsur-unsur perasaan dalam komunitas tersebut seperti yang dijelaskan Fredian Tonny¹⁴ sebagai berikut:

a) Seperasaan

¹² Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung : Remaja Rosda Karya, 2010) h.19.

¹³ Mohammad Hasan, *Metodologi & Pengembangan*, h. 86-88

¹⁴ Fredian Tonny Nasian, *Pengembangan Masyarakat*, (Jakarta: yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2014), h.3-5

Unsur seperasaan akibat seseorang berusaha untuk mengidentifikasi dirinya dengan sebanyak mungkin orang dalam kelompok tersebut, sehingga kesemuanya dapat menyebutkan dirinya sebagai “kelompok kami”, “perasaan kami”, dan lain sebagainya. Perasaan demikian terutama timbul apabila orang-orang tersebut mempunyai kepentingan yang sama di dalam memenuhi kebutuhan hidup. Unsur perasaan harus memenuhi kebutuhan-kebutuhan kehidupan dengan “altruism”, yang lebih menekankan pada perasaan solider dengan orang lain. Pada unsur seperasaan, kepentingan-kepentingan si individu diselaraskan dengan kepentingan-kepentingan kelompok.

b) Sepenanggungan

Setiap individu sadar akan peranannya dalam kelompok dan keadaan masyarakat sendiri memungkinkan peranannya di dalam kelompok dijalankan, sehingga dia mempunyai kedudukan yang pasti dalam darah daging sendiri.

c) Saling memerlukan

Individu yang tergabung dalam komunitas merasakan dirinya tergantung pada “komunitas”nya yang meliputi kebutuhan fisik maupun kebutuhan-kebutuhan psikologis. Kelompok yang tergabung dalam komunitas tersebut memenuhi kebutuhan-kebutuhan fisik seseorang, misalnya makanan dan perumahan. Secara psikologis, individu akan mencari perlindungan pada kelompoknya apabila dia berada dalam ketakutan, dan lain sebagainya.

Desain

Secara etimologis kata ‘desain’ diduga berasal dari kata *designo* (Itali) yang artinya gambar. Menurut termonologi desain dapat diartikan Sri Wahyuningsih, desain ialah usaha yang berkaitan dengan perancangan estetika, cita rasa, serta kreatifitas. Desain tidak hanya mencakup eksplorasi visual semata namun mencakup pula dengan aspek-aspek seperti kultural-sosial, filosofis, teknis dan bisnis.¹⁵

Pada dasarnya lingkup desain tidak memiliki batas yang pasti, hal tersebut dikarenakan selau terjadi pengembangan-pengembangan sejalan dengan wacana kebudayaan dunia. Di Indonesia aktifitas desain dapat dikelompokkan menjadi tiga bagian besar seperti yang dijelaskan Sachari dan Yan Yan¹⁶ sebagai berikut:

a. Desain Produk Industri

Desain Produk Industri merupakan terjemahan dari *Industrial Design*, beberapa ada yang menerjemahkan Desain Produk da nada pula yang menerjemahkan sebagai Desain Industri. Dalam perkembangan selanjutnya profesi ini terbagi atas beberapa kelompok kegiatan (yang mungkin dapat berkembang lagi sejalan dengan tuntutan zaman):

- 1) Desain Produk Peralatan
- 2) Desain Perkakas Lingkungan (*Environmental Design*)
- 3) Desain Alat Transportasi
- 4) Desain Kria (*Craft Design*)

b. Desain Grafis

Desain grafis kerap disebut sebagai Desain Komunikasi Visual, tetapi organisasi profesi desain grafis internasional (ICOGRADA) tetapi menggunakan istilah *Graphic Design* untuk profesi ini. Namun perkembangan terakhir bahwa tidak semua karya desain grafis berupa cetak, melainkan juga sebagai karya audio-visual dan multi-media, maka beberapa lembaga pendidikan menggunakan istilah Desain Komunikasi Visual dengan konsekuensi baru, desain ditempatkan pada ilmu-ilmu komunikasi.

¹⁵ Sri Wahyuningsih, *Desain Komunikasi Visual*, (Madura : UTM Press, 2013), h.2.

¹⁶ Agus Sachari dan Yan Yan Sunarya, *Pengantar Tinjauan Desain*, (Bandung: ITB, 2000), h.18-22

Kegiatan profesi ini terdiri atas:

- 1) Desain Grafis Periklanan (*Advertising*)
- 2) Desain Komunikasi Audio-Visual
- 3) Desain Identitas Usaha (*Corporate Identity*)
- 4) Desain Marka Lingkungan (*Environmental Graphic*)
- 5) Multi Media
- 6) Desain Grafis Industri
- 7) Fotografi, Tipografi dan Ilustrasi

c. Desain Interior

Desain Interior awalnya kerap disebut sebagai *Home Decoration*. Seni Interior, kemudian *Interior Architectur*. Namun Federasi Interiot Internasional (IFI) melalui kesepakatan internasional tetap menggunakan istilah *Interior Design*, kemudian di Indonesia menjadi Desain Interior atau ada pula yang memakai istilah Teknik Desain Interior dan juga ada yang menggunakan istilah Desain Ruang Dalam (Dental). Lingkup kegiatannya :

- 1) Desain Interior Bangunan Umum dan Gudang Pemerintah
- 2) Desain Interior Bangunan Sosial
- 3) Desain Interior Bangunan Komersial
- 4) Desain Interior Perumahan
- 5) Desain Interior Bangunan Budaya

Perilaku Dakwah *Muslim designer Community Chapter Jombang*

Schutz menjelaskan bahwa tindakan sosial harus dilihat secara historis, karena menurut Schutz, tindakan sosial adalah tindakan yang berorientasi pada perilaku orang atau orang lain pada masa lalu, sekarang, dan akan datang.¹⁷ Oleh karena itu, untuk menggambarkan keseluruhan tindakan seseorang, perlu diberi fase. Dua fase yang diusulkan Schutz diberi nama: tindakan *because-motive*, yang merujuk pada masa lalu (alasan yang mendorong dilakukannya suatu tindakan pada masa lalu); dan tindakan *in-order-to-motive*, yang merujuk pada masa yang akan datang (tujuan yang hendak dicapai dari suatu tindakan).¹⁸

Menurut Schutz seperti dikutip oleh Waters, tindakan subjektif seseorang tidak muncul begitu saja, tetapi melalui suatu proses yang bisa saja berlangsung dalam waktu yang panjang untuk dievaluasi dengan mempertimbangkan kondisi sosial, ekonomi, budaya, dan norma etika agama atas dasar tingkat kemampuan pemahaman sendiri sebelum tindakan itu dilakukan. Dengan kata lain, sebelum masuk pada tataran *in-order-to-motive*, ada tahapan *because-motive* yang mendahuluinya.¹⁹

Dalam melaksanakan dakwah grafis dilihat sebagai tindakan atau perilaku sosial dua fase, yakni motif-sebab (*because-motive*) dan motif-untuk (*in-order-to-motive*). Motif-sebab adalah: *pertama*, motif pembelajaran (*learn*), yakni anggota *Muslim Designer Community Chapter Jombang* yang menggeluti dakwah grafis dengan tujuan belajar desain dan belajar berdakwah; *kedua*, motif berbagi (*share*), yakni anggota *Muslim Designer Community Chapter Jombang* yang berperan aktif dalam pelaksanaan dakwah grafis atas dorongan kesadaran pribadi dan ingin berbagi manfaat kepada umat. Sementara motif-untuk adalah: *pertama*, tujuan umum (*goals*),

¹⁷ Alfred Schutz, *The Phenomenology of The Social World* (London: Heinemann Educational Book, 1972), h. xiii.

¹⁸ Alfred Schutz, *The Phenomenology of The Social World*, h. xx-xxi.

¹⁹ Malcolm Waters, *Modern Sociological Theory* (London: Sage Publications, 1994), h. 34-

yakni terwujudnya kebahagiaan dan kesejahteraan hidup di dunia dan akhirat yang diridai Allah swt.; *kedua*, tujuan spesifik (*objectives*), yakni memahami konsep pemberian Allah berupa keteramilan (*skill*) dalam desain grafis, dimana pemberian tersebut akan dipertanggung jawabkan di akhirat kelak

Pengaruh Aktifitas Dakwah Grafis/Komunikasi Visual

Dakwah selalu diarahkan untuk memengaruhi tiga aspek perubahan pada diri *mad'u*, yakni: aspek pengetahuannya (*knowledge*), aspek sikapnya (*attitude*), dan aspek perilakunya (*behavioral*). Lebih konkretnya, proses perubahan tersebut diuraikan sebagai berikut:

- a. Terbentuknya suatu pengertian atau pengetahuan (*knowledge*).
- b. Terbentuknya sikap menyetujui atau tidak menyetujui (*attitude*).
- c. Terbentuknya gerak pelaksanaan atau tidaknya (*behavioral*).

Mengacu pada konsep tersebut, apabila ada pertanyaan: efektifkah dakwah grafis? Maka kehadiran *Muslim Designer Community Chapter Jombang* adalah salah satu jawabannya. Komunitas tersebut lahir atas dasar kesamaan gagasan untuk mengembangkan aktivitas dakwah grafis. Dalam perjalannya, komunitas tersebut kemudian mampu menginspirasi dan menggerakkan khalayaknya untuk menjadi visualis dakwah. Namun sesuai data yang diuraikan sebelumnya, aspek behavioral belum tersentuh oleh dakwah grafis. Artinya, dakwah grafis yang dilakukan *MDC Chapter Jombang* hanya dapat mempengaruhi *mad'u* dari aspek kognitif dan afektif.

Setelah mengamati dan memahami dengan saksama keterangan-keterangan anggota *Muslim Designer Community Chapter Jombang* dan audiensnya yang menjadi informan penelitian ini, penulis mengelompokkan pernyataan-pernyataan yang memiliki kesamaan ke dalam unit-unit makna (*meaning unit*), untuk mengetahui konstruksi makna (*meaning construction*) dakwah grafis bagi para informan.

a. Dakwah Grafis sebagai Bentuk dakwah Visual

Bagaimanapun bagus dan lengkapnya materi dakwah serta aktualnya isu-isu yang disajikan, tetapi disampaikan dengan cara sembrono atau penggunaan metode dan media yang tidak tepat, maka berpotensi tidak meninggalkan kesan pada para khalayak. Sebaliknya, walaupun materinya sederhana, tidak terbilang aktual, namun disajikan melalui media dan dengan metode yang menarik serta menggugah, maka itu lebih berpotensi menimbulkan kesan di hati khalayak.

Media dakwah pada garis besarnya dapat dibedakan menjadi media audio, media visual, dan media audiovisual. Sederhananya, media audio adalah media yang pesannya diterima melalui indra pendengaran, media visual adalah media yang pesannya diterima melalui indra penglihatan, sedangkan media audiovisual merupakan perpaduan antara keduanya, yakni bisa didengar sekaligus dipandang. Penulis tidak hendak membeda-bedakan ketiganya, tidak juga hendak mengukur lalu menguraikan masing-masing kelemahan dan kelebihannya. Namun, ingin menekankan bahwa sesungguhnya media dakwah dapat berfungsi secara efektif manakala selaras dengan kondisi unsur-unsur dakwah lainnya, yakni *da'i*, pesan dakwah, metode dakwah, dan *mad'u*.

Dipilihnya dakwah grafis sebagai suatu model dakwah visual oleh *Muslim Designer Community Chapter Jombang*, sangat terkait dengan latar belakang pendiri dan anggotanya yang merupakan penggiat desain grafis ataupun yang memiliki ketertarikan pada hal tersebut. Melalui dakwah grafis, mereka memvisualisasikan pesan-pesan dakwah secara kreatif, komunikatif, dan artistik, yang secara umum diorientasikan pada pengenalan dan penguatan jati diri sebagai umat Islam, utamanya di kalangan generasi muda.

b. Dakwah Grafis sebagai Penanda Perubahan Persepsi Masyarakat tentang Dakwah

Aktivitas dakwah pada mulanya hanyalah merupakan tugas sederhana, dalam artian sebatas kewajiban menyebarluaskan risalah yang dibawa oleh Rasulullah Muhammad saw., walaupun hanya satu ayat. Kegiatan itulah yang digeluti oleh para *da'i* secara tradisional (dakwah *bi allisan*) dalam bentuk ceramah dan pengajian. Bila diundang untuk berdakwah, yang terbesit dalam benak adalah ceramah agama. Maka dakwah pun muncul dengan persepsi yang sempit dan terbatas, yakni hanya ceramah.

Seiring kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang tak terkira ujungnya, kini dakwah hadir dengan kemasan yang beragam, tak lagi monoton pada ceramah. Ceramah hanyalah satu dari sekian banyak ragam aktivitas dakwah. Pola pikir tersebut membuat aktivitas dakwah bisa dan memang semestinya dilakukan oleh siapa saja yang merasa terpanggil memainkan perannya dalam menyebarkan informasi tentang Islam ke seluruh penjuru, tanpa mengenal waktu dan tempat, seperti halnya dakwah grafis yang digiatkan oleh *Muslim Designer Community Chapter Jombang*.

Kesimpulan

Perilaku dakwah *Muslim Designer Community Chapter Jombang* dalam melaksanakan dakwah grafis dapat dilihat dalam dua fase, yakni motif-sebab (*because-motive*) dan motif-untuk (*in-order-to-motive*). Motif-sebab yang ditemukan adalah: motif pembelajaran (*learn*), dan motif berbagi (*share*). Sedangkan pengaruh dari penyampaian dakwah melalui media grafis yang dilakukan *Muslim Designer Community Chapter Jombang* melingkupi tiga aspek, yakni aspek kognitif, afektif namun tidak menyentuh aspek behavioral.

Daftar Pustaka

- Hasan, Mohammad. *Metodologi & Pengembangan Ilmu Dakwah*. Surabaya : Pena Salsabila, 2013
- Ilaihi, Wahyu. *Komunikasi Dakwah*. Bandung : Remaja Rosda Karya, 2010
- Mahfud, Syaikh Ali. *Hidayatul Mursyidin*. Beirut: Darul I'tishom, Cet. VII. 1979
- Munawwir, Ahmad Warson. *Kamus Al-Munawwir Arab-Indonesia Terlengkap*. Edisi Ke-2, Surabaya : Pustaka Progresif, 1997
- Nugrahani, Farida. *Metode Penelitian Kualitatif*. Solo : Cakra Books, 2014
- Sachari, Agus dan Yan Yan Sunarya. *Pengantar Tinjauan Desain*. Bandung: ITB, 2000
- Schutz, Alfred. *The Phenomenology of The Social World*. London: Heinemann Educational Book, 1972
- Shales, Rosyad. *Manajemen Dakwah Islam*. Jakarta : Bulan Bintang, 1977
- Tamburaka, Apriadi. *Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalbayak Media Massa*. Cet. I; Jakarta: Rajawali Pers, 2013

Tinarbuko, Sumbo. *Dekare (Desain Komunikasi Visual): Penanda Masyarakat Global*. Yogyakarta: CAPS, 2015

Tonny Nasian, Fredian. *Pengembangan Masyarakat*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2014

Wahyuningsih, Sri. *Desain Komunikasi Visual*. Madura : UTM Press, 2013

Waters, Malcolm. *Modern Sociological Theory*. London: Sage Publications, 1994

Jurnal

Ns. Monica Saptiningsih, "Faktor-faktor yang berhubungan dengan perilaku mencuci tangan pada anak sekolah dasar negeri 03 Kertajaya Padalarang", *Skripsi S.Kep, Fakultas Keperawatan: Universitas Andalas* (2012)

Soebahar, Moh Erfan dan Abdul Ghoni, "Reformulasi Metode Dakwah bi al-Lub'ah sebagai Trauma Healing pada Anak Korban Bencana Alam", *Jurnal Ilmu Dakwah*, Vol. 39, no. 2 (2019)

Website

<http://www.kbbi.kemdikbud.go.id/>, (Diakses tanggal 10 Februari 2020