

Da'wah Visual *Channel* Telegram Rumaysho

Fajar Tri Akbar
Universitas Ibn Khaldun
ftriakbar@gmail.com

ABSTRACT

A phenomenon that is no longer strange to see today is the use of gadgets by all levels of society, from children to the elderly, all of whom have made gadgets a must-have item and carried everywhere. As an effort to continue to do da'wah productively, da'wah through visual content can be used as a solution to deal with the gadget phenomenon in society and to deal with difficult circumstances and situations during this pandemic. In addition, doing da'wah through visual content is a very significant way to spread Islamic teachings, because the trend of visual content is more favorable and can attract more attention than content that only contains writing. This study aims to determine the content of visual da'wah contained in the posters on the Rumaysho Telegram channel and the techniques used in making these posters. The research method used is descriptive qualitative method, which provides descriptive data from the results of the analysis on the posters of the Rumaysho Telegram channel as many as 10 posters. The data collection technique that the author uses is content analysis. The results of the research that has been done show that the posters on the Rumaysho Telegram channel are made by paying attention to design elements and with various design techniques, then the theme of the message content in each poster is made according to the problems and events that are currently hot in the community. In the future, the Rumaysho Telegram channel is expected to continue to develop its creative ideas and continue to improve the ability of design techniques so that the content presented always feels new, it is also hoped that the Rumaysho Telegram channel can maximize the features available on Telegram so that it can follow the trend of using gadgets by the community.

Keywords: *visual da'wah; da'wah message; design technique; Telegram channel*

ABSTRAK.

Fenomena yang tak lagi aneh untuk dilihat saat ini adalah penggunaan gadget oleh semua lapisan masyarakat, mulai dari anak-anak hingga orang tua semua sudah menjadikan gadget sebagai barang yang wajib dimiliki dan dibawa kemana-mana. Sebagai ikhtiar untuk terus berda'wah secara produktif, maka da'wah melalui konten visual dapat dijadikan sebagai salah satu solusi untuk menghadapi fenomena gadget di tengah masyarakat serta untuk menghadapi keadaan dan situasi yang sulit di saat pandemi ini. Selain itu melakukan da'wah melalui konten-konten visual menjadi salah satu jalan yang sangat signifikan untuk menyebarkan ajaran islam, karena tren konten visual yang lebih disukai dan lebih dapat menarik perhatian dibanding konten yang hanya berisi tulisan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui isi da'wah visual yang ada pada poster-poster di *channel* Telegram Rumaysho dan teknik-teknik yang digunakan dalam pembuatan poster-poster tersebut. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif, yaitu memberikan data deskriptif dari hasil analisis pada poster-poster *channel*

Telegram Rumaysho sebanyak 10 poster. Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan yaitu analisis isi. Hasil dari penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa poster-poster pada *channel* Telegram Rumaysho dibuat dengan memperhatikan unsur-unsur desain dan dengan beragam teknik desain, kemudian tema isi pesan yang ada dalam setiap poster dibuat sesuai dengan permasalahan dan kejadian yang sedang hangat di masyarakat. Kedepannya *channel* Telegram Rumaysho diharapkan dapat terus mengembangkan ide kreatifnya dan terus meningkatkan kemampuan teknik desain agar konten yang disajikan selalu terasa baru, juga diharapkan *channel* Telegram Rumaysho dapat memaksimalkan fitur-fitur yang ada pada Telegram sehingga dapat mengikuti tren penggunaan gadget oleh masyarakat.

Kata kunci: da'wah visual; pesan da'wah; teknik desain; *channel* Telegram

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan komunikasi yang amat pesat menjadikan segala hal dapat dilakukan melalui gadget. dengan bantuan internet gadget tak hanya dapat digunakan sebagai alat komunikasi namun juga dapat digunakan untuk banyak hal lain, diantaranya sebagai sarana hiburan bahkan untuk berbelanja kebutuhan harian. selain itu di masa pandemi seperti sekarang ini gadget dan internet juga menjadi salah satu sarana penting dalam proses pembelajaran, sulitnya untuk melakukan pertemuan langsung dapat teratasi dengan mudah melalui bantuan gadget dan internet.

Namun seperti hal lain pada umumnya, internet ini tidak hanya memberikan dampak positif tetapi juga berisi hal-hal negatif. Oleh sebab itu selain pengawasan dan sosialisasi terhadap para pengguna, maka konten yang disajikan pun harus berisi konten yang berkualitas dan bermanfaat agar dapat menggantikan konten buruk yang ada. Salah satu konten yang dapat disajikan dan sudah banyak dibuat adalah konten keislaman, yaitu konten yang di dalamnya berisi ajakan untuk mengenal dan mendekatkan diri pada islam atau dapat disebut konten da'wah.

Konten-konten inilah yang harusnya menjadi target para da'i saat ini, karena situasi dan kondisi yang tidak memungkinkan untuk melakukan da'wah secara tatap muka, ditambah saat ini hampir semua target da'wah sudah memiliki gadgetnya masing-masing, maka konten da'wah yang ada selama ini harus terus dikembangkan hingga dapat menjangkau lebih banyak masyarakat dan khalayak. Selain itu sejalan dengan fenomena gadget dan internet maka melakukan da'wah melalui konten-konten visual menjadi salah satu jalan yang sangat signifikan untuk menyebarkan ajaran islam.

Salah satu bukti nyata signifikan dan efektifnya konten visual adalah hampir semua orang di sekitar kita mengetahui Instagram dan Youtube, dua media sosial ini berfokus pada konten visual baik foto maupun video. Dengan berfokus pada konten visual tersebut kedua media sosial ini dapat menjadi media sosial yang dikenal oleh semua orang dan menjadi penguasa media sosial saat ini. Selain itu konten visual lebih disukai oleh banyak orang dibanding konten berbentuk tulisan biasa.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Central Connecticut State University pada tahun 2016, literasi Indonesia berada di peringkat 45 yang mana termasuk pada peringkat yang cukup rendah (World's Most Literate Nations, 2016). Kemudian pada 2021 berdasarkan informasi yang ada di Perpustakaan Kemendagri, literasi Indonesia berada di peringkat 62 dari 70 negara (Utami, 2021). Hal ini cukup disayangkan karena pada data yang ada di worldpopulationreview.com, Indonesia memiliki tingkat literasi sebesar 95.70% dari 276,361,783 populasi yang ada di 2021 (Literacy Rate by Country 2021, 2021). Hal ini menunjukkan bahwa Indonesia memiliki kemampuan literasi yang tidak merata dan juga masyarakat lebih suka membaca bacaan yang kurang bermanfaat serta tidak memiliki ilmu di dalamnya. Oleh karena itu untuk mengatasi hal ini muncullah tren konten visual yang mana lebih disukai dan lebih dapat menarik perhatian dibanding konten yang hanya berisi tulisan.

Da'wah visual pun sudah sangat banyak dan beragam jenisnya, serta media yang dapat digunakan untuk menyebarkan konten ini pun sudah cukup banyak, beberapa diantaranya seperti media sosial berbasis foto yaitu Instagram dan media sosial berbasis video yaitu YouTube. Namun selain dari kedua media sosial tersebut masih banyak lagi media lain yang telah digunakan sebagai sarana membuat konten da'wah visual, salah satunya yaitu layanan pesan instan atau yang biasa disebut instant messaging.

Pesan Instan (Instant Messaging) adalah sistem yang dengan cepat dapat mengirimkan pesan dari satu perangkat ke perangkat lain melalui jaringan perantara Internet. istilah pesan instan mengacu pada teknologi yang dipromosikan oleh America Online (AOL), yang kemudian diikuti oleh Yahoo! (Yahoo! Messenger), Google dan Microsoft (Windows Live Messenger).

Salah satu aplikasi pesan instan yang sedang marak dibicarakan adalah aplikasi Telegram, yaitu aplikasi pesan instan asal Rusia yang dibuat oleh Pavel Durov. Aplikasi ini menjadi aplikasi pesan instan yang paling banyak diunduh di Android di 50 negara di dunia pada Januari 2021. Hal ini terjadi setelah pengumuman perjanjian pengguna baru di WhatsApp dan skandal seputar privasi penggunanya. Sejak itu, lebih dari 100 juta pengguna telah terdaftar di Telegram hingga minggu keempat berturut-turut gelombang pendaftaran tidak surut, dan Telegram tetap menjadi urutan yang paling banyak diunduh di 50 negara.

Telegram memiliki begitu banyak fitur yang sangat berguna bagi keseharian, salah satu fitur yang sangat menarik adalah adanya channel dalam aplikasi ini. *Channel* di Telegram merupakan tempat dimana pemilik channel dapat mengirim tulisan, foto, maupun video kepada banyak orang yang telah berlangganan *channel* tersebut. *Channel* ini dapat menampung *subscribers* sebanyak-banyaknya tanpa batas dan dapat diatur sesuai keinginan pemilik *channel* tersebut.

Dengan banyaknya pengguna dan fitur *channel* ini maka Telegram menjadi salah satu aplikasi yang memiliki potensi besar untuk dapat menjangkau orang banyak, selain itu kemudahan dalam pengoperasian menjadikan telegram sebagai salah satu aplikasi pesan instan yang dapat dimanfaatkan sebagai media dalam berda'wah, yaitu dengan menggunakan konten da'wah visual pada masa yang penuh perkembangan teknologi saat ini.

Salah satu *channel* di Telegram yang cukup konsisten memberikan konten da'wah visual pada *subscribers*-nya adalah *channel* Rumaysho yang sudah ada sejak tahun 2015 dan masih aktif hingga sekarang, *channel* ini memiliki lebih dari 34 ribu *subscribers* dan terus bertambah.

Rumaysho dapat berkembang seperti sekarang dikarenakan selalu mengikuti dan menyesuaikan tren yang muncul mulai dari awal maraknya Facebook hingga yang terbaru hebohnya aplikasi ClubHouse, oleh sebab itu Rumaysho berusaha sebisa mungkin untuk hadir di berbagai platform yang ada termasuk Telegram. Selain itu Rumaysho juga selalu menyesuaikan konten dengan target *audience*, sebagai contoh konten *parenting* lebih sering mereka bagikan di Facebook karena para orang tua yang menjadi target konten *parenting* ini lebih banyak berada di Facebook, konten *parenting* yang dibagikan di Facebook ini akan memiliki *insight* yang lebih banyak dibanding apabila mereka dibagikan di Instagram. Penyesuaian *audience* inilah yang membuat konten da'wah visual mereka selalu tepat sasaran dan pesan yang ingin disampaikan dapat diterima dengan baik. Beberapa materi da'wah yang sering dimunculkan oleh Rumaysho adalah pembahasan terkait Fiqh, Kaifiyyat ibadah, dan pembahasan terkait dunia remaja. Salah satu alasan utama Rumaysho membuat *channel* di Telegram adalah karena ingin memberi kemudahan pada *subscribers*-nya untuk men-*download* video yang akhirnya bisa ditonton kapan pun berulang kali meskipun sedang tidak terkoneksi internet.

Oleh sebab itulah penulis tertarik untuk meneliti beberapa hal terkait *channel* tersebut, diantaranya adalah apa saja isi konten da'wah visual yang ada pada *channel* Telegram Rumaysho dan apa saja teknik-teknik yang digunakan oleh desainer di *channel* Telegram Rumaysho. Kemudian tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hal-hal yang dapat meningkatkan ketertarikan *audience* terhadap konten da'wah visual dan membedah konten da'wah visual pada *channel* Telegram Rumaysho yang kemudian dapat dijadikan sebagai contoh dan pelajaran bagi banyak pihak lain.

Beberapa penelitian terkait hal ini telah dilakukan sebelumnya, beberapa diantaranya adalah penelitian karya SY. Mazidah pada tahun 2019 yang berjudul "Pesan Da'wah Melalui Telegram (Studi Pada *Channel* Syiar Tauhid Aceh)". Penelitian ini mengkaji tentang bentuk komunikasi da'wah dalam penyampaian pesan da'wah pada suatu *channel* Telegram, selain itu juga meneliti tentang pesan da'wah yang sering

dimunculkan di *channel* tersebut, dan kendala yang dihadapi selama proses penyampaian pesan da'wah. Kemudian selanjutnya ada penelitian karya Khairul Azmi pada tahun 2020 yang berjudul "Da'wah Visual Muslim Designer Community Banda Aceh (Analisis Konten Da'wah Visual Pada Akun Instagram Muslim Designer Community Banda Aceh)". Penelitian ini mengangkat permasalahan terkait maraknya tren *internet of things* yang mana segala hal mulai berubah menjadi serba digital dan salah satu yang paling berkembang adalah sisi media sosial, terkait fenomena ini penulis tertarik dengan salah satu akun Instagram yaitu Muslim Designer Community Banda Aceh yang dapat memanfaatkan Instagram untuk menjadi salah satu media mereka dalam berda'wah. Itulah beberapa penelitian yang penulis gunakan sebagai rujukan selain buku-buku dan jurnal ilmiah.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini penulis menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang dijadikan landasan bersama dengan teori yang ada untuk mendeskripsikan objek penelitian yang ada pada *channel* Telegram Rumaysho.

Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk memahami kondisi suatu konteks melalui gambaran secara rinci dan mendalam tentang kondisi pada suatu konteks (*natural setting*), dan untuk memahami apa yang sebenarnya terjadi sesuai dengan keadaan sebenarnya di ranah studi. Penelitian ini berfokus pada kegiatan ontologis. Data yang terkumpul terutama berupa kata-kata, kalimat, dan juga gambar yang memiliki makna dan dapat menginspirasi pemahaman yang lebih nyata, bukan hanya angka atau frekuensi. Peneliti menggunakan deskripsi kalimat yang detail, lengkap, dan mendalam untuk menekankan anotasi dan menggambarkan kondisi yang sebenarnya untuk mendukung penyajian data. Oleh karena itu, penelitian kualitatif sering disebut sebagai metode deskriptif kualitatif (Nugrahani, 2014).

Penulis menggunakan metode ini karena metode ini penulis anggap dapat membantu penulis untuk menjelaskan makna berdasarkan konteks yang ada dari konten da'wah pada *channel* Telegram Rumaysho.

Dalam penelitian ini sumber utama berasal dari poster yang ada pada *channel* Telegram Rumaysho yang kemudian dipilih berdasarkan tema yang sesuai satu sama lain pada periode 12 Juli 2020 – 19 Agustus 2021. Kemudian data sekunder pada penelitian ini berasal dari teori Rune Petterson tentang *message design logic* dan dari berbagai buku serta jurnal yang berkaitan dengan objek penelitian.

Teknik pengumpulan data adalah langkah paling esensial dalam penelitian, karena tujuan utama penelitian adalah untuk memperoleh data. Jika tidak memahami teknik pengumpulan data, peneliti tidak akan memperoleh data yang memenuhi standar

data yang telah ditetapkan (Hardani, et al., 2020), adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu:

a. Analisis Isi (*content analysis*)

Analisis isi atau *content analysis* adalah studi sistematis tentang data, dokumen atau catatan sebagai sumber data. Atau dengan kata lain, analisis isi bertujuan untuk mengumpulkan dan menganalisis data-data atau dokumen pada suatu objek penelitian yang dijamin keabsahan dan validitasnya.

Data-data ini dapat berupa dokumen hukum dan kebijakan, hasil penelitian, dan juga termasuk berbagai produk kreatif. Peneliti juga dapat menganalisis buku teks, termasuk teori dan bukti empiris. Kegiatan analisis bertujuan untuk memahami makna, letak, dan hubungan berbagai konsep, rencana, kebijakan, peristiwa, dan kegiatan yang ada atau terjadi, sehingga dapat lebih menentukan hasil, manfaat, atau dampak dari hal-hal tersebut (Hardani, et al., 2020).

Pada penelitian ini penulis akan menganalisis isi dari konten-konten da'wah yang ada pada *channel* Telegram Rumaysho yang telah dikumpulkan, kemudian penulis akan menarik kesimpulan yang nantinya akan dipaparkan sebagai hasil dari penelitian yang dilakukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Da'wah visual pada *channel* Telegram Rumaysho

Saat ini da'wah tidak cukup hanya melalui media lisan dan cara konvensional lainnya, karena da'wah konvensional dibatasi oleh ruang dan waktu. Perkembangan media komunikasi dan lahirnya berbagai *platform* media sosial harus dimanfaatkan oleh da'i atau pelaku da'wah untuk ikut menggunakan media ini. Media sosial hadir saat ini agar informasi yang disampaikan dapat tersebar luas dengan lebih mudah dan efektif.

Berbagai fitur yang saat ini ada di Telegram salah satunya adalah *channel*, yang dapat digunakan sebagai tempat berbagi foto serta video. Fitur inilah yang dimanfaatkan oleh Rumaysho untuk membuat berbagai desain poster visual yang memuat pesan-pesan da'wah dan kemudian dibagikan langsung kepada para *subscribers*. Untuk mengetahui isi da'wah visual yang dibuat oleh Rumaysho dan teknik yang digunakan maka penulis melakukan penelitian pada *channel* telegram Rumaysho, kemudian mengambil beberapa poster da'wah visual yang menurut penulis memiliki tema yang kurang lebih sama. Penulis memilih beberapa poster da'wah dari tanggal 12 Juli 2020 – 19 Agustus 2021, kemudian melihat isinya menggunakan teori *message design logic* sehingga menghasilkan data sebagai berikut:

1) Poster tanggal 8 Juli 2021



Gambar 1 Poster 8 Juli 2021

Sumber: *Channel* Telegram Rumayho

Gambar poster di atas bertuliskan “PPKM PAS PERLU, KAMU MEMELAS PAS PUNYA, KAMU MENGHINDAR”, poster ini dibuat untuk menjadi sebuah sindiran dan pengingat bagi orang-orang yang berhutang. Singkatan PPKM pun dibuat berdasarkan tren aturan PPKM di masa pandemik ini yang memiliki makna asli; Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat, istilah ini digunakan agar lebih menarik perhatian para pembaca karena istilah ini sedang marak digunakan dimana-mana.

Ilustrasi dompet yang tersambung dengan telepon menggambarkan bahwa seorang penghutang seringkali dihubungi dan ditanya perihal isi dompetnya namun sering juga ia abai atas hal tersebut. Seringkali penulis lihat berbagai berita baik itu di TV ataupun di media sosial terkait fenomena dimana orang yang berhutang ketika memiliki rejeki berlebih bukannya mereka gunakan untuk melunasi hutangnya namun malah digunakan untuk berfoya-foya seakan-akan tak ingat betapa banyak hutang yang dimiliki.

Poster ini dikemas dengan desain yg sedemikian unik dan tetap memperhatikan prinsip fungsional sebuah *message design*, yaitu memberikan penekanan atau *emphasis*,

prinsip ini terlihat jelas dari kalimat yang digunakan pada poster tersebut yang mana juga didesain menggunakan teori desain ekspresif. Teori ini digunakan untuk menyampaikan keinginan atau pendapat secara terbuka, jelas, jujur, dan *to the point*.

Jika telah mengetahui dan memikirkan berbagai resiko serta bahaya dari berhutang, maka sudah seharusnya ketika berhutang memiliki sikap amanat. Apabila memiliki uang untuk melunasi hutang maka segera dilunasi karena sesungguhnya manusia tidak pernah tau kapan ajalnya. Jangan sampai nantinya mati dalam keadaan dimana banyak hutang-hutang yang belum terlunasi, karena kelak hal seperti ini akan sangat menyusahakan di akhirat. Sebagaimana sebuah hadits berbunyi,

إِنَّ خَيْرَكُمْ أَحْسَنُكُمْ قَضَاءً

“Sesungguhnya yang paling baik di antara kalian adalah yang paling baik dalam membayar hutang.” (HR. Bukhari no. 2393)

Lebih jauh lagi, barangsiapa orang yang sengaja berhutang dengan niat tidak mau melunasi hutangnya maka orang seperti ini dihukumi sebagai pencuri. Dari Shuhaib al-Khoir, rosulullah saw bersabda,

أَيُّمَا رَجُلٍ يَدِينُ دَيْنًا وَهُوَ مُجْمِعٌ أَنْ لَا يُرْفِيَهُ إِلَّا لَقِيَ اللَّهَ سَارِقًا

“Siapa saja yang berhutang lalu berniat tidak mau melunasinya, maka dia akan bertemu Allah (pada hari kiamat) dalam status sebagai pencuri.” (HR. Ibnu Majah no. 2410. Syaikh Al Albani mengatakan bahwa hadits ini hasan shohih)

Syekh Muhammad Abdurrouf Al-Munawi (2001:181) menyatakan bahwa, *“orang seperti ini akan disatukan dengan golongan para pencuri dan akan diberi balasan sebagaimana mereka”*.

Saking mengerikannya bahaya dari berhutang ini sampai Rosulullah saw pun seringkali dalam solatnya berlindung dari permasalahan hutang ini. Ibnu Qayyim al-Jauziyah mengatakan *“Rosulullah saw meminta perlindungan kepada Allah dari banyak dosa dan banyak hutang karena sesungguhnya banyak dosa mengakibatkan kerugian akhirat, sedangkan banyak hutang mengakibatkan kerugian dunia.”* (al-Jauziyyah, 2012).

2) Poster tanggal 17 Agustus 2021



Gambar 2 Poster 17 Agustus 2021

Sumber: *Channel* Telegram Rumayho

Dalam desain poster ini terdapat ilustrasi pemandangan bukit indah disertai awan yang cerah. Kemudian di tengah pemandangan tersebut diselipkan tulisan “Nikmat negeri yang aman, syukurilah!” lalu dilanjut dengan sebuah saran bertuliskan “Bersyukur itu dengan bertauhid dan taat kepada Allah”.

Poster ini didesain dengan memperhatikan prinsip kejelasan baik dari visual desain maupun pesan yang disampaikan, pada sisi visual prinsip kejelasan terlihat pada penggambaran kalimat ‘negeri yang aman’ dengan menggunakan ilustrasi orang memegang buku di bukit rumput beserta langit dan alamnya yang indah. Kemudian prinsip kejelasan pada pesan poster tersebut dapat ditemui dari pesan lanjutan yg bertuliskan “Bersyukur itu dengan bertauhid dan taat kepada Allah” yang mana menjelaskan perintah dari pesan utamanya yaitu “syukurilah!”.

Salah satu nikmat yang seringkali dilupakan oleh masyarakat Indonesia adalah kenyataan bahwa hingga saat ini Indonesia masih menjadi negara yang aman dan tentram, jika melihat pada negara lain betapa banyak negara yang dipenuhi oleh kemunkaran, betapa banyak negara yang terlilit peperangan, perebutan kekuasaan, dan maraknya perang antar saudara. Oleh sebab itu, poster ini dimaksudkan agar masyarakat senantiasa bersyukur atas banyaknya nikmat yang didapat setiap hari salah satunya nikmat negara yang aman ini.

Kemudian betapa umat islam dimudahkan dalam hal bersyukur ini yaitu salah satunya sesuai dengan yang tertulis dalam poster ini yaitu cukup dengan bertauhid dan taat kepada Allah. Salah satu ayat dalam Al-Qur’an yang

menyatakan betapa besarnya nikmat negeri yang aman ini ada pada surat An-Nahl ayat 112,

وَضَرَبَ اللَّهُ مَثَلًا قَرْيَةً كَانَتْ ءَامِنَةً مُّطْمَئِنَّةً يَأْتِيهَا رِزْقُهَا رَغَدًا مِنْ كُلِّ مَكَانٍ فَكَفَرَتْ بِأَنْعُمِ اللَّهِ فَأَذَقَهَا اللَّهُ

لِبَاسَ الْجُوعِ وَالْخَوْفِ بِمَا كَانُوا يَصْنَعُونَ

“Dan Allah telah membuat suatu perumpamaan (dengan) sebuah negeri yang dahulunya aman lagi tenteram, rezekinya datang kepadanya melimpah ruah dari segenap tempat, tetapi (penduduk)nya mengingkari nikmat-nikmat Allah; karena itu Allah merasakan kepada mereka pakaian kelaparan dan ketakutan, disebabkan apa yang selalu mereka perbuat”

Poster ini sengaja di-upload pada hari kemerdekaan Indonesia yaitu tanggal 17 Agustus dengan harapan dapat menjadi pengingat bahwa sudah seharusnya rakyat Indonesia selalu bersyukur atas nikmat rasa aman dan rasa tentram yang saat ini masih bisa dirasakan di negeri ini setiap hari.

3) Poster tanggal 19 Agustus 2021



Gambar 3 Poster 19 Agustus 2021

Sumber: Channel Telegram Rumayho

Pada poster ini terdapat tulisan “Dampak negatif *childfree* (menikah tanpa ingin punya anak)”. Sedangkan gambar pada desain visual di atas berupa sebuah ilustrasi seorang bayi dalam balutan kain kemudian terpampang di sebelahnya tanda silang (X) yang mana ilustrasi ini dimaksudkan untuk memvisualisasikan istilah “*childfree*” yang sedang marak belakangan ini di berbagai kajian keagamaan maupun di media sosial.

Kali ini Rumaysho menggunakan logika desain retorik yang mana ketika banyak orang kebingungan bertanya-tanya mengenai hukum dari *childfree* ini

maka Rumaysho langsung menjawab pertanyaan ini dengan memberikan berbagai dampak negatif dari hal ini.

Diantara dampak buruk dari *childfree* ini yaitu,

- a) Hilangnya salah satu amalan yang tak terputus meski sudah tak lagi hidup di dunia, yaitu amal jariyah dari anak yang soleh. Ini merupakan kerugian utama bagi yang memutuskan untuk melakukan *childfree*. Dari Abu hurairah ra, ia berkata Rosulullah saw bersabda,

إِذَا مَاتَ الْإِنْسَانُ انْقَطَعَ عَمَلُهُ إِلَّا مِنْ ثَلَاثَةٍ مِنْ صَدَقَةٍ جَارِيَةٍ وَعِلْمٍ يُنْتَفَعُ بِهِ وَوَالِدٍ صَالِحٍ
يَدْعُو لَهُ

"Jika seseorang meninggal dunia, maka terputuslah amalannya kecuali tiga perkara (yaitu); sedekah jariyah, ilmu yang dimanfaatkan, atau doa anak yang saleh." (HR. Muslim, no. 1631)

- b) Tidak dapat merasakan kesempatan memiliki penyejuk mata (*qurrota a'yun*). Allah swt berfirman,

وَالَّذِينَ يَقُولُونَ رَبَّنَا هَبْ لَنَا مِنْ أَزْوَاجِنَا وَذُرِّيَّاتِنَا قُرَّةَ أَعْيُنٍ وَاجْعَلْنَا لِلْمُتَّقِينَ إِمَامًا

"Dan orang-orang yang berkata: "Ya Tuhan kami, anugerahkanlah kepada kami isteri-isteri kami dan keturunan kami sebagai penyejuk hati (kami), dan jadikanlah kami imam bagi orang-orang yang bertakwa"

Selain beberapa alasan di atas masih ada berbagai dampak negatif lain seperti tidak mengikuti tuntunan Rosulullah, silsilah keluarga yang terputus, gangguan psikologi karena merasa kesepian, tidak memiliki orang yang bisa diandalkan di hari tua, dapat membuat kesehatan menjadi lebih buruk, tidak memiliki pewaris, serta mendapat berbagai komentar dan stigma negatif dari lingkungan sekitar.

Itulah sedikit dari banyaknya dampak negatif dari praktek *childfree* yang saat ini sedang menjadi topik hangat pembicaraan dimana-mana termasuk kajian online dan lain sebagainya. Semoga pesan yang ingin disampaikan oleh pembuat desain visual ini dapat tersampaikan dengan tepat pada siapapun yang melihatnya.

Dari keseluruhan konten di atas, *channel* Telegram Rumaysho selalu membuat konten berdasarkan kejadian aktual yang muncul di sekitar masyarakat, hal inilah yang menjadikan *channel* ini menarik. Selain itu *channel* Telegram Rumaysho juga selalu memberikan dalil yang jelas terkait pesan yang mereka sampaikan, ditambah desain dengan model yang *fresh* dan modern sehingga cukup menarik perhatian.

Teknik desain da'wah visual pada *channel* Telegram Rumaysho

Berdasarkan analisis dan pengamatan penulis terhadap konten-konten da'wah visual yang ada pada *channel* Telegram Rumaysho, seluruh konten dibuat dengan memadukan teknik desain disertai penggunaan unsur-unsur desain sehingga menghasilkan desain yang menarik dan bermakna. Mayoritas konten dibuat menggunakan teknik *flat design*, tipografi, dan beberapa ilustrasi berupa hasil fotografi, beberapa contoh teknik yang digunakan dalam desain konten pada *channel* Telegram Rumaysho yaitu:

- 1) Contoh desain menggunakan teknik *flat design*



Gambar 4 Contoh Desain Teknik *Flat Design*

Sumber: *Channel* Telegram Rumaysho

Gambar bayi dalam poster di atas dibuat dengan menggunakan teknik *flat design* yang memberikan kesan simpel dan modern pada poster tersebut, dengan begitu *audience* bisa mendapatkan gambaran inti dari poster tapi juga tetap dapat fokus pada pesan utama yang diberikan oleh poster tersebut.

2) Contoh desain menggunakan teknik tipografi



Gambar 5 Contoh Desain Teknik Tipografi

Sumber: *Channel* Telegram Rumaysho

Poster ini dibuat menggunakan teknik tipografi yang memadukan beragam jenis *font* dengan *style* dan ukuran yang berbeda satu sama lainnya, sehingga memberikan tekanan pada beberapa kata yang merupakan *highlight* atau kata kunci dari pesan yang ingin disampaikan.

Itulah beberapa jenis teknik yang digunakan oleh *channel* Telegram Rumaysho dalam desain konten pada *channel* mereka. Tidak hanya terpaku pada desain klasik seperti tipografi dan fotografi tapi mereka juga mengeksplorasi gaya dan teknik desain baru seperti *flat design* yang cukup modern dan marak digunakan saat ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terkait konten da'wah visual pada *channel* Telegram Rumaysho, maka didapatkan beberapa kesimpulan, yaitu da'wah visual pada *channel* Telegram Rumaysho sangat beragam dan mencakup banyak ruang lingkup pembahasan. Selain itu dari beberapa desain yang telah dicantumkan dapat diketahui bahwa poster-poster da'wah visual pada *channel* Telegram Rumaysho lebih sering membuat desain terkait dengan masalah keseharian yang sedang hangat di kalangan masyarakat. Da'wah visual yang dihasilkan oleh *channel* ini juga menyesuaikan dengan tren yang sedang ramai dibicarakan termasuk penggunaan istilah dan bahasa, ditambah *channel* rumaysho lebih mengedepankan pesan yang diberikan dengan cara membuat desain yang sederhana dan tidak terlalu menonjol agar *audience* tetap terfokus pada isi pesan dalam poster.

Selanjutnya teknik desain yang digunakan oleh *channel* Telegram Rumaysho cukup beragam, diantaranya *typography*, ilustrasi berupa gambar vektor atau gambar

asli, *flat design*, atau gabungan dari beberapa teknik tersebut. Berbagai teknik yang digunakan ini mereka gabungkan dengan unsur desain dan prinsip desain grafis sehingga menghasilkan desain yang indah dan dapat menarik perhatian banyak orang.

Berdasarkan penelitian ini, penulis memiliki beberapa saran yang diharapkan dapat meningkatkan dan menjadi evaluasi berbagai aktivitas da'wah yang sudah dilakukan maupun yang akan dilakukan kedepannya. Adapaun saran-saran tersebut diantaranya, untuk *channel* Telegram Rumaysho agar lebih melengkapi da'wahnya dengan menggunakan berbagai fitur lain yang ada pada *channel* Telegram misalnya menggunakan fitur *live stream* yang dapat berisi kajian dalam bentuk audio maupun video. Kemudian *channel* Telegram Rumaysho diharapkan terus mengembangkan teknik desain para desainernya, salah satunya melalui pelatihan untuk menambah skill desain yang dimiliki sehingga konten da'wah visual yang dihasilkan terus terasa *fresh* dan dapat bersaing dengan berbagai konten da'wah visual lainnya di Telegram.

Saran untuk pembaca yaitu bahwa da'wah merupakan hal yang wajib bagi seorang muslim. Da'wah dapat dilakukan dengan berbagai cara dan salah satu cara yang dapat digunakan pada zaman modern seperti ini yaitu dengan memanfaatkan berbagai media sosial yang dimiliki untuk selalu menyebarkan kebaikan dan memberi manfa'at bagi orang lain. Selain itu masyarakat juga dapat mendukung jenis da'wah kreatif seperti da'wah melalui desain visual ini, beberapa cara diantaranya yaitu dengan selalu mendukung para pembuat konten da'wah visual, memberikan respon positif, dan memberikan masukan agar da'wah visual ini dapat terus berkembang.

Kemudian untuk peneliti selanjutnya, agar penelitian yang akan dilakukan lebih memperdalam teknik desain dan memberikan penjelasan yang lebih detail. Kemudian diharapkan agar peneliti selanjutnya melakukan penelitian terkait da'wah visual pada media-media yang memiliki potensi namun belum sepenuhnya diketahui orang banyak agar memberikan referensi sumber da'wah visual yang lebih banyak dan memperkaya khazanah terkait da'wah visual.

DAFTAR PUSTAKA

Pustaka yang berupa jurnal ilmiah:

Ahmad, N. (2014, Agustus). Tantangan Dakwah di Era Teknologi dan Informasi. *Addin*, 8(2), 319-344.

Alfian, M. I. (2015, Juni). Dakwah Fardiyah. *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 3(1), 67-86.

Aminuddin. (2016, November). Media Dakwah. *Al-Munzir*, 9(2), 344-363.

Basit, A. (2013). Dakwah Cerdas di Era Modern. *Jurnal Komunikasi Islam*, 3(1), 76-94.

Dawatuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting

Volume 2 Nomor 2 (2022) 178-193 E-ISSN 2798-6683 P-ISSN 2798-690X

DOI: 10.47476/dawatuna.v2i2.1029

Caughlin, J. P. (2016). Message Design Logic. *International Encyclopedia of Interpersonal Communication*.

Fitriansyah, F., & Aryadillah. (2020). Penggunaan Telegram sebagai Media Komunikasi dalam Pembelajaran Online. *CAKRAWALA*, 20(2), 111-117

Pettersson, R. (2012). Introduction to Message Design. *Journal of Visual Literacy*, 31(2).

Armawan, I. (2021). Strategi Komunikasi Pembangunan Masyarakat . *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 1(2), 84-95.
<https://doi.org/10.47467/dawatuna.v1i2.498>

Zulkhair, Z., & Mubarak, Z. (2021). Hakikat Pendidikan Karakter Kemandirian bagi Anak Usia Dini Menurut Perspektif Islam. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 1(2), 128-141. <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v1i2.562>

Ar'Rayyan, F., Kamalludin, K., & Suhendra, S. (2021). Peran Instagram sebagai Media Dakwah pada Masa Pandemi. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 2(2), 81-97. <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v2i2.546>

Dalimunthe, M., Fachrina, R., & Suhairi, S. (2021). Dampak Komunikasi dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 1(1), 36-55. <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v1i1.479>

Dalimunthe, A., Wahyu Ningsih, E., & Suhairi, S. (2021). Komunikasi Interversonal yang Efektif. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 37-44.
<https://doi.org/10.47467/elmujtama.v2i1.497>

Susmita, D., Hasibuan, A., & Suhairi, S. (2021). Membuat Komunikasi Efektif Dalam Ekonomi Bisnis dan Kehidupan Sosial. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 2(2), 98-109. <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v1i2.490>

Syahputri Gurning, F., Putri Malau, S., & Suhairi, S. (2021). Kode dan Makna Komunikasi. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 28-36.
<https://doi.org/10.47467/elmujtama.v2i1.496>

Dalimunthe, A., Wahyu Ningsih, E., & Suhairi, S. (2021). Komunikasi Interversonal yang Efektif. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 37-44.
<https://doi.org/10.47467/elmujtama.v2i1.497>

Pustaka berbentuk buku:

al-Jauziyyah, I. Q. (2012). *Fawaidul Fawaid*. Jakarta: Pustaka Imam asy-Syafi'i.

Dawatuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting

Volume 2 Nomor 2 (2022) 178-193 E-ISSN 2798-6683 P-ISSN 2798-690X

DOI: 10.47476/dawatuna.v2i2.1029

Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., . . . Auliya, N. H. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. (H. Abadi, Ed.) Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu.

Nugrahani, F. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. Surakarta.

Pustakan dari Media Online

Literacy Rate by Country 2021. (2021). Diakses dari [worldpopulationreview.com: https://worldpopulationreview.com/country-rankings/literacy-rate-by-country](https://worldpopulationreview.com/country-rankings/literacy-rate-by-country) pada 19 Januari 2022 pukul 12.16 WIB

Utami, L. D. (2021, Maret 23). *Tingkat Literasi Indonesia di Dunia Rendah, Ranking 62 Dari 70 Negara*. Diakses dari <https://perpustakaan.kemendagri.go.id/?p=4661> pada 19 January 2022 pukul 12.29

World's Most Literate Nations. (2016). Diakses dari [ccsu.edu: https://www.ccsu.edu/wmln/testScores.html](https://www.ccsu.edu/wmln/testScores.html) pada 19 January 2022 pukul 12.41