

Pengaruh Desain Grafis Sebagai Media Dakwah Pada Akun Instagram @TAQWART Terhadap Akhlak Followers

Fani Agung Mulyani, Bambang S Ma'arif, Parihat Kamil

Prodi Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah

Universitas Islam Bandung

Bandung, Indonesia

Faniagungm@gmail.com, Bambangmaarif76@gmail.com, Parihat.kamil2004@gmail.com

Abstract— In modern life, the use of graphic design as a medium of da'wah is now in great demand. This is marked by the presence of da'wah activists who actively spread da'wah messages visually through graphic design and uploaded to social media Instagram. According to data released by Napoelon Cat, in the period January to May 2020 the number of active Instagram users in Indonesia reached 69.2 million users. One of the accounts on Instagram social media named @taqwart is an account that contains da'wah content/activities using graphic design concepts. The graphic design elements in the account also have the power of persuasion that can affect the morals of followers. Graphic design elements will be a determining factor in the success of a persuasion effort. This study aims to measure the magnitude of the influence of graphic design as a medium of propaganda on the morals of followers. The research method used is quantitative method and the type of statistical method used is parametric statistics with a Likert scale. The data analysis techniques used are validity test, reliability test, classical assumption test, correlation test, Pearson correlation analysis, simple linear regression analysis, hypothesis testing, and coefficient of determination test. The results showed that when viewed from the results of the R-Square value in the LXI table, as well as the results of the hypothesis test listed in the LX table, it can be stated that there is an influence of graphic design as a medium of propaganda for the Instagram account @taqwart (X) on the morals of followers (Y). From the statement above that H0 is rejected and Ha is accepted, it can be concluded that the hypotheses H1a, H1b, H1c, H2 and H3 in this study are valid and correct answers.

Keywords: *Da'wah @Taqwart, Media Da'wah, Elements of Graphic Design, Morals*

Abstrak— Dalam kehidupan serba modern, pemanfaatan desain grafis sebagai media dakwah kini cukup banyak diminati. Hal tersebut ditandai dengan hadirnya aktivis dakwah yang aktif menyebarkan pesan-pesan dakwah secara visual melalui desain grafis dan diunggah di media sosial *Instagram*. Menurut data yang dirilis oleh *Napoelon Cat*, pada periode Januari hingga Mei 2020 jumlah pengguna aktif *Instagram* di Indonesia mencapai 69,2 Juta pengguna. Salah satu akun di media sosial *Instagram* bernama @taqwart merupakan akun yang berisi konten/kegiatan dakwah dengan menggunakan konsep desain grafis. Elemen-elemen desain grafis dalam akun tersebut pun memiliki daya persuasi yang bisa mempengaruhi akhlak *followers*. Elemen desain grafis akan menjadi faktor penentu dalam keberhasilan upaya persuasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur besaran pengaruh desain grafis sebagai media dakwah terhadap akhlak *followers*. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dan jenis metode statistik yang digunakan adalah statistik parametrik dengan skala likert. Adapun teknik analisa data yang digunakan berupa uji validitas,

uji realibilitas, uji asumsi klasik, uji korelasi, analisis korelasi Pearson, analisis regresi linear sederhana, uji hipotesis, serta uji koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jika ditinjau dari hasil nilai R-Square pada tabel LXI, serta pada hasil uji hipotesis yang tercantum dalam tabel LX dapat dinyatakan bahwa ada pengaruh desain grafis sebagai media dakwah akun *Instagram @taqwart* (X) terhadap akhlak followers (Y). Dari pernyataan di atas bahwa H0 ditolak dan Ha diterima, dapat disimpulkan bahwa hipotesis yaitu H1a, H1b, H1c, H2 dan H3 dalam penelitian ini merupakan jawaban yang valid dan benar.

Kata kunci: *Dakwah @Taqwart, Media Dakwah, Elemen Desain Grafis, Akhlak*

I. PENDAHULUAN

Dalam kehidupan serba modern, teknologi informasi dan komunikasi berkembang semakin cepat. Hal itu, membuat dakwah tidak cukup hanya dilakukan secara tradisional. Dakwah yang sebelumnya kita kenal adalah dakwah yang dilakukan tatap muka langsung dengan da'i, seperti dalam pengajian-pengajian, ceramah di mimbar, majlis taklim, dan media serta metode dakwah konvensional lainnya.

Dakwah telah berkembang menjadi sebuah profesi yang meniscayakan pelaksananya memiliki pengetahuan (*knowledge*), dan keterampilan (*skill*) yang memadai, serta sikap (*attitude*) yang baik. Untuk itu, diperlukan sekelompok orang yang terus mengkaji, meneliti dan mengembangkan aktivitas dakwah secara *professional*, sesuai tuntutan zaman.

Pemanfaatan desain grafis sebagai media dakwah kini cukup banyak diminati. Hal tersebut ditandai dengan hadirnya aktivis dakwah baik secara perorangan maupun kelompok, kalangan pelajar, mahasiswa, dan masyarakat yang aktif menyebarkan pesan-pesan dakwah secara visual melalui desain grafis. Bentuknya dengan membuat ilustrasi ataupun yang berisi tentang ajakan atau pengingat dalam beribadah yang dikemas menjadi suatu karya poster yang diunggah melalui media sosial.

Salah satu media sosial yang turut digunakan sebagai media dakwah adalah *Instagram*. Menurut data yang dirilis oleh *Napoelon Cat*, pada periode Januari hingga Mei 2020 jumlah pengguna aktif *Instagram* di Indonesia mencapai 69,2 Juta pengguna, diantaranya didominasi oleh usia produktif yaitu pada rentang 18-34 tahun, usia tersebut mendominasi hingga 25 juta pengguna. Salah satu akun yang menggunakan *Instagram* sebagai media dakwah

adalah akun *Instagram* @taqwart. Daya tarik akun tersebut adalah penggunaan ilustrasi gambar karakter yang dibuat dengan menggunakan teknik *flat design* atau gaya desain yang menonjolkan aspek pendekatan karakter minimalism (kesederhanaan), usefulness (kegunaan), cleanliness (kerapian). Dalam istilah awam, gaya desain ini menghilangkan karakter gaya efek seperti drop shadows (bayangan), gradients (gradasi warna), textures (tekstur), dan semua efek lain yang menampakkan bahwa desain yang hendak dikomunikasikan diberi kesan mirip dengan warna, bentuk, corak benda aslinya. Penggunaan teknik tersebut juga bertujuan agar gaya desain grafis yang digunakan akun @taqwart dapat diterima dikalangan remaja.

Karena remaja adalah target yang paling tepat dalam dakwah. Karena Pendidikan dasar agama harus ditanamkan sejak kecil, dengan begitu anak-anak bisa mengerti dan paham apa yang tidak boleh dan boleh dilakukan. Berdasarkan data Komisi Perlindungan Anak Indonesia (KPAI) angka kasus tawuran di Indonesia pada tahun 2017 adalah 12,9 persen dan meningkat 1,1 persen menjadi 14 persen pada tahun 2018. Berdasarkan fenomena diatas, peneliti bertujuan untuk 1) mengetahui pengaruh elemen desain grafis sebagai media dakwah pada akun *Instagram* @taqwart terhadap akhlak followers, 2) mengetahui pengaruh frekuensi penggunaan akun *Instagram* @taqwart terhadap akhlak followers, 3) mengetahui pengaruh durasi penggunaan akun *Instagram* @taqwart terhadap akhlak followers.

II. METODOLOGI

A. Desain Grafis

Desain grafis adalah suatu bentuk komunikasi visual yang menggunakan gambar untuk menyampaikan informasi atau pesan seefektif mungkin. Dalam desain grafis, teks juga dianggap gambar karena merupakan hasil abstraksi simbol-simbol yang dibunyikan. Desain grafis diterapkan dalam desain komunikasi dan fine art. Seperti jenis desain lainnya, desain grafis dapat merujuk kepada proses pembuatan, metoda merancang, produk yang dihasilkan (rancangan), atau pun disiplin ilmu yang digunakan (desain).¹

B. Prinsip dan Elemen Desain Grafis

Menurut Stephen Mc Elroy, ciri desain yang kreatif adalah dapat menarik perhatian pembaca, tulisan di dalamnya mudah dibaca dan dimengerti, informasi tulisan dilengkapi dengan informasi visual, dapat mengangkat intisari Tulisan tersebut dan dapat menceritakan suasana

setempat.² Desain grafis yang berkualitas menyertakan gambaran suasana kejadian yang diceritakan oleh teks tulisan, dan hal ini dapat dicapai dengan menerapkan elemen grafis berdasarkan prinsip-prinsip desain. Berikut prinsip dan elemen desain grafis:

b.1. Prinsip- Prinsip Desain Grafis

1. Komposisi (*composition*)

Merancang/mendesain pada dasarnya adalah hasil penyusunan pengalaman visual dan emosional dengan memperhatikan elemen-elemen dan prinsip-prinsip desain yang dituangkan dalam satu kesatuan komposisi yang mantap. Komposisi = Composition = Componere (asal kata dari bahasa Latin), yang artinya penggabungan.³

2. Keseimbangan (*Balance*)

Keseimbangan dapat dicapai dengan menampilkan unsur-unsur desain, seperti bentuk dan ukuran, warna, tekstur, dan sebagainya agar unsur-unsur yang ada dikomposisikan dengan serasi, sepadan, dan memberi kesan mantap serta tepat pada tempatnya.⁴

3. Irama (*Rhythm*)/Gerakan

Penampilan gerak ini dilakukan untuk mendapatkan unsur dinamis dalam menambah nuansa penekanan yang informatif. Untuk itu, unsur gerak tidak selalu ditampilkan dalam visual yang ikonik, tetapi juga permainan psikologi visual yang dapat mengarahkan mata pengamat. Secara psikologi, mata manusia akan mengarah dari unsur warna yang gelap ke terang, dan/atau dari area yang kompleks ke area yang sederhana (*simple*).⁵

4. Perbandingan/Proporsi (*Proportional*)

Perbandingan merupakan salah satu prinsip yang menentukan baik tidaknya suatu komposisi/struktur/susunan, dan seterusnya dalam mewujudkan bentuk, bisa merupakan perbandingan ukuran, perbandingan posisi, ataupun perbandingan ruang (*space*) yang berelasi dengan satuan ukuran: panjang, lebar, dan tinggi.⁶

5. Kesatuan (*Unity*)/*Total Organization/Harmony*

Penggabungan elemen-elemen/unsur-unsur desain dengan memperhatikan keseimbangan, irama, perbandingan, dan semuanya dalam suatu komposisi yang utuh agar nikmat untuk dipandang. Semua hal yang membentuk suatu rancangan harus ada hubungannya satu sama lain dengan seluruh rancangan sehingga memberi kesan menjadi satu (hubungan/ikatan antara unsur-unsur yang satu dengan yang lainnya sebagai suatu bentuk yang tak

¹ Deddy Award W.L., *Pengantar Desain Grafis*, (Semarang: Universitas Dian Nuswantoro), hlm. 2.

² Miftahurrahmat Amar, "Penerapan Prinsip Desain Dalam Elemen Grafis Pada Ilustrasi Gambar Berita Utama Surat Kabar Tribun Jambi", Skripsi Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, Riau, 2013, hlm. 8

³ Leonardo Adi Dharma Widya, Andreas James Darmawan, *Pengantar Desain Grafis*, (KEMDIKBUD : Direktorat pembinaan kursus dan pelatihan, Ditjen PAUD dan Dikmas, 2016), hlm. 4.

⁴ *Ibid*, hlm. 38.

⁵ *Ibid*, hlm. 41.

⁶ *Ibid*, hlm. 42.

dapat dipisahkan).⁷

b.2. Elemen-Elemen Grafis

Istilah grafis sering kali dikaitkan dengan gambar dan dikategorikan sebagai bahan komunikasi visual.⁸ Grafis merupakan sebuah bentuk komunikasi visual, penyampaian pesan melalui gambar yang dirancang dengan mengkombinasikan elemen-elemen grafis dan berpedoman pada prinsip-prinsip desain. Elemen grafis adalah bagian penting dari grafis, yakni yang dibutuhkan untuk menghasilkan rancangan grafis. Proses kreatif dalam pembuatan media komunikasi visual, khususnya grafis, pemahaman karakter khususnya dari setiap elemen grafis, merupakan kebutuhan. Elemen grafis tersebut adalah garis, bentuk, tekstur, ruang, dan warna.⁹

Dibutuhkan pemahaman terhadap karakter khusus dari elemen elemen grafis. Elemen tersebut antara lain:

1. Garis

Garis adalah sebuah komponen desain grafis yang merupakan perapatan dari sekelompok titik yang berurut dan berurut, baik berdiri sebagai elemen utama maupun bagian dari (aksen) komunikasi. Komponen garis memberikan juga nuansa komunikasi yang berarti dalam sebuah desain.¹⁰

2. Bentuk/raut/kurva

Bentuk/raut/kurva adalah sebuah komponen desain grafis yang merupakan bertemunya titik awal garis dengan titik akhir garis. Tentunya, hasil dari garis yang bertemu ini membentuk sebuah bidang. Bidang tersebut, baik berdiri sebagai elemen utama maupun bagian dari (aksen) komunikasi, sangat berperan dalam memberikan nuansa komunikasi yang berarti dalam sebuah desain.¹¹

3. Tekstur

Tekstur adalah sebuah komponen desain grafis yang merupakan tampilan/ karakteristik/ gambaran/ representasi sifat dari suatu permukaan. Tekstur dapat dibiarkan sebagaimana adanya atau diolah secara khusus menurut kehendak perancangannya. Permukaan dapat polos, bersisik, licin, kasar, pudar, kusam, kilap, lembut, halus, berlendir, terasa gatal, berbulu, dan lain-lain. Tekstur merupakan salah satu unsur seni yang unik karena ia dapat mengaktifkan 2 proses penginderaan sekaligus (visual dan raba). Tekstur dapat berukuran kecil, menekankan pada kedua-dimensian permukaan sebagai hiasan, atau berukuran besar yang

menekankan pada kesan raba pada 3D.¹²

4. Ruang

Ruang adalah sebuah komponen desain grafis yang merupakan kelanjutan dari bentuk yang dikembangkan dapat membentuk ruang imajiner yang terkait persepsi pengamatnya. Hasil dari pengembang bidang yang menjadi ruang ini lebih banyak berperan sebagai elemen utama (berdasarkan tingkat kerumitannya), tetapi tidak menutup kemungkinan pula dapat berdiri sebagai bagian dari komunikasi. Ruang sangat berperan dalam memberikan nuansa 3 dimensi dalam unsur komunikasi visual.¹³

5. Warna

Warna adalah sensasi yang ditimbulkan oleh otak sebagai akibat daripada sentuhan gelombang-gelombang cahaya pada retina mata.¹⁴ Jadi warna adalah corak rupa dari suatu benda yang terlihat oleh mata, yang merupakan pemantulan cahaya yang menimpa benda tersebut, dan yang pertama kali terlihat dari benda tersebut adalah warnanya.¹⁵

C. Media Sosial dan Instagram

Media sosial menurut Eisenberg dalam Aulia (2000:38), merupakan platform online untuk berinteraksi, berkolaborasi dan menciptakan atau membagi berbagai konten digital. Dalam istilah non-teknologi, media sosial dapat didefinisikan sebagai cara orang berbagi ide, konten, serta pemikiran secara online. Media sosial meliputi, *Facebook, Youtube, Twitter, Tiktok dan Instagram*.¹⁶

Instagram merupakan jenis media sosial berbagi. Media sosial berbagi merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi penggunaannya untuk berbagi media, mulai dari dokumen, video, audio, gambar/desain grafis, dan sebagainya.¹⁷ Adapun nama *Instagram* sendiri berasal dari pengertian dari keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata “insta” berasal dari kata “instan”, seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan “foto instan”. *Instagram* juga dapat menampilkan foto-foto secara instan, seperti polaroid di dalam tampilannya. Sedangkan untuk kata “gram” berasal dari kata “telegram”, dimana cara kerja telegram sendiri adalah untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat.¹⁸

⁷ *Ibid*, hlm. 43.

⁸ Miftahurrahmat Amar, *Op.Cit*, hlm. 12.

⁹ *Ibid*, hlm. 13

¹⁰ Leonardo Adi Dharma Widya, Andreas James Darmawan, *Op.Cit*, hlm. 26.

¹¹ *Ibid*.

¹² *Ibid*, hlm. 33.

¹³ *Ibid*, hlm. 28

¹⁴ *Ibid*, hlm. 30.

¹⁵ Miftahurrahmat Amar, *Op.Cit*, hlm. 17.

¹⁶ Aulia Fitria, Et.al, “*Terpenjara Komodifikasi Media*”, (Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 2020) hlm. 38.

¹⁷ *Ibid*.

¹⁸ Aditya Rangga, *Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Fotografi Pada Komunitas Fotografi Pekanbaru*, hlm. 3, dalam <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/5880>, diunduh pada 29 Maret 2021.

D. Akhlak

Akhlak berasal dari bahasa Arab jama' dari bentuk mufradatnya "khuluqun" yang berarti budi pekerti, perangai, tingkah laku dan tabiat. Sedangkan menurut istilah kata akhlak mengacu pada masalah tabi'at atau perbuatan batin manusia yang mempengaruhi dan mendorong lahirnya perbuatan nyata. Atau dalam perkataan lain, akhlak merupakan sifat-sifat yang tertanam dalam jiwa manusia yang dibawa sejak lahir dan selalu ada.¹⁹

Sedangkan Aminuddin mengutip pendapat Ibnu Maskawah yang memaparkan defenisi kata akhlak ialah kondisi jiwa yang senantiasa mempengaruhi untuk bertingklahku tanpa pemikiran dan pertimbangan. Menurut pendapat Imam-al-Ghazali selaku pakar di bidang akhlak yang dikutip oleh Yunahar Ilyas yaitu: Akhlak adalah sifat yang tertanam dalam jiwa yang menimbulkan perbuatan-perbuatan dengan gampang dan mudah, tanpa memerlukan pemikiran dan pertimbangan. Jika sifat itu melahirkan perbuatan yang baik menurut akal dan syariat, maka disebut akhlak yang baik, dan bila lahir darinya perbuatan yang buruk, maka disebut akhlak yang buruk.²⁰

III. PEMBAHASAN DAN DISKUSI

Gambaran Umum Akun Instagram @Taqwart



Logo Akun Instagram @Taqwart

Akun Instagram @taqwart mulai terbentuk pada tahun 2017, akun tersebut diinisiasi oleh seorang desainer grafis bernama Ahmad Ghilman. Karena ketertarikannya dengan Islam, desainer grafis akun @taqwart membuat suatu desain yang memiliki unsur dan nuansa Islam didalamnya.

Akun @taqwart memiliki 79.400 pengikut dan total 346 konten yang telah diunggah. Akun tersebut memiliki fokus bidang konten dalam dakwah digital yang dikombinasikan dengan desain grafis. Dalam menyampaikan konten dakwah, akun tersebut melandaskan semua isi materi dalam konten pada Al-Quran dan Al-Hadist sebagai rujukan utamanya. Selain menggunakan Al-Quran dan Hadist, nasihat ulama, para astadzid dan pribadi pengarang juga dihadirkan sebagai rujukan pelengkap dan penguat.

Konten dakwah di dalam akun tersebut mayoritas mengangkat materi dari 3 pilar dalam Islam yaitu, akidah, akhlak dan syariat. Adapun rincian dari materi-materi yang diangkat sebagai berikut:

1. Keharusan untuk bersyukur atas n`mat Allah
2. Kewajiban untuk membaca Al-Qur`an

3. Menerima nasihat dari sesama
4. Jangan mendekati zina
5. Pentingnya berhias malu untuk Muslimah
6. Anjuran untuk meninggalkan perdebatan
7. Keharusan untuk berbakti kepada kedua orang tua
8. DII.

Target dari akun @taqwart adalah anak muda yang belum berhijrah atau baru berhijrah. Konsep desain yang diterapkan dalam akun @taqwart adalah konsep desain yang menekankan pada salah satu prinsip desain komunikasi visual, yaitu kesatuan (*Unity*) dan dominasi.

Selain menggunakan kedua prinsip tersebut, akun @taqwart juga memperhatikan ilustrasi yang berfungsi untuk memperlihatkan suatu gagasan, situasi, perasaan atau pesan yang abstrak menjadi nyata. Ada beberapa pertimbangan yang digunakan *illustrator* akun @taqwart dalam menghasilkan desain grafis yang bisa menjadi pusat perhatian banyak orang, yaitu sebagai berikut;

1. Gambar karakter yang dibuat agar lebih hidup dan dramatis.
2. Pemilihan warna yang tepat agar dapat memunculkan sisi emosional dari konten dakwah itu sendiri.
3. Pemilihan font yang mudah dibaca menjadi kunci utama dalam teknik tipografi yang dipakai dalam pembuatan konten dakwah.
4. Pembuatan kalimat yang baik agar mudah dipahami oleh *followers*.

Desain yang *eye-catching* dibuat oleh Ahmad Ghilman selaku sang *illustrator* untuk menarik lebih banyak *followers* agar bisa menikmati konten dakwah dalam akun @taqwart. Selain alasan diatas yang menjawab apa konsep yang diterapkan pada akun @taqwart, ada alasan lain yang dimiliki oleh Ghilman, yaitu karena melihat banyaknya akun Instagram dengan konten yang sama.

Ghilman menerapkan konsep yang berbeda dan berkarakter dari kebanyakan akun Instagram dakwah digital agar bisa cepat muncul di permukaan dan menjangring banyak orang, khususnya anak muda. Adapun gambar di bawah ini merupakan contoh konten dalam akun tersebut:



Konten Dakwah Akun Instagram @Taqwart

¹⁹ Tim Penyusun Buku Panduan PAI, AKHLAK: Buku Panduan Pendidikan Agama Islam (PAI) IV, (Bandung: LSIPK Unisba, 2015), hlm. 20

²⁰ Yunahar Ilyas, *Kuliah Akhlak*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset, 2006) hlm. 2.



Sumber: Data diolah Peneliti

Pada uji variabel X ini penulis lakukan pada 20 responden dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05 (5%). Dari taraf signifikansi dan jumlah responden yang digunakan tersebut didapat nilai rTabel Product Moment sebesar 0,444. Adapun untuk syarat valid atau tidaknya sebuah item adalah nilai r hitung (*Corrected Item-Total Correlation*) > r tabel.

Hasil analisis uji validitas di atas menjelaskan dari 13 item pernyataan kuisioner variabel X yaitu Desain Grafis Sebagai Media Dakwah Pada Akun Instagram @taqwart, diperoleh bahwa semua item pernyataan kuisioner variabel X yang berjumlah total 13 item dinyatakan valid. Dengan demikian item kuisioner yang valid tersebut yang digunakan dalam analisis-*analisis* selanjutnya.

TABEL II ITEM-TOTAL STATISTICS VARIABEL Y

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item_14	221.45	308.261	.593	.752
Item_15	221.40	305.937	.738	.749
Item_16	221.55	307.208	.653	.751
Item_17	221.35	307.397	.671	.751
Item_18	221.30	306.747	.740	.750
Item_19	221.55	305.945	.725	.749
Item_20	221.40	309.937	.507	.753
Item_21	221.60	306.358	.713	.750
Item_22	221.60	308.463	.591	.752
Item_23	221.65	307.818	.646	.751
Item_24	221.45	304.682	.798	.748
Item_25	221.60	307.200	.664	.751
Item_26	221.30	307.168	.714	.750
Item_27	221.50	307.632	.626	.751
Item_28	221.40	307.200	.664	.751
Item_29	221.60	306.989	.677	.750
Item_30	221.40	303.832	.860	.747
Item_31	221.45	304.261	.822	.748
Item_32	221.35	302.976	.936	.747
Item_33	221.50	305.737	.733	.749
Item_34	221.50	306.579	.686	.750
Item_35	221.50	304.263	.818	.748
Item_36	221.45	305.524	.750	.749
Item_37	221.65	308.871	.584	.752
Item_38	221.50	309.105	.543	.752
Skor_total	113.00	79.789	1.000	.959

Sumber: Data diolah peneliti

Pada uji variabel Y ini penulis lakukan pada 20 responden dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05 (5%). Dari taraf signifikansi dan jumlah responden yang digunakan tersebut didapat nilai rTabel *Product Moment* sebesar 0,444. Adapun untuk syarat valid atau tidaknya sebuah item adalah nilai r hitung (*Corrected Item-Total Correlation*) > r tabel.

Konten Dakwah Akun Instagram @Taqwart

Dalam akun tersebut tidak memiliki visi dan misi khusus, namun memiliki tujuan utama dari dibuatnya akun @taqwart oleh Ghilman adalah semata-mata untuk mendapatkan Ridha Allah SWT dan mengedukasi sesama umat Islam. Selain itu, Ghilman berharap agar dapat memperluas dakwahnya dengan keahliannya sebagai desainer grafis, dalam media cetak seperti membuat buku yang berisi ajaran Islam yang dikhususkan untuk anak-anak. Agar anak-anak merasa nyaman dan mudah memahami lewat buku bergambar.

A. Uji Persyaratan Instrumen

1. Uji Validitas

Dalam penelitian ini, penulis mengambil data dari luar sampel dengan jumlah 20 orang, pengujian validitas setelah mendapatkan data yakni menggunakan bantuan aplikasi SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) versi 26.

Adapun untuk hasil dari uji validitas terhadap variabel x dan y sebagai berikut;

TABEL I

ITEM-TOTAL STATISTICS VARIABEL X

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item_1	114.30	129.484	.640	.762
Item_2	114.70	123.274	.604	.750
Item_3	114.55	124.787	.827	.751
Item_4	114.70	121.905	.769	.746
Item_5	114.40	127.832	.653	.759
Item_6	114.55	123.418	.790	.749
Item_7	114.65	123.082	.690	.749
Item_8	114.60	124.253	.616	.752
Item_9	114.60	125.305	.756	.753
Item_10	114.50	127.316	.498	.759
Item_11	114.70	121.274	.812	.744
Item_12	114.95	119.734	.797	.741
Item_13	114.80	122.063	.767	.746
skortotal	59.60	33.516	1.000	.923

Hasil analisis uji validitas di atas menjelaskan dari 25 item pernyataan kuisioner variabel Y yaitu Akhlak Followers, diperoleh bahwa semua item pernyataan kuisioner variabel Y yang berjumlah total 25 item dinyatakan valid. Dengan demikian item kuisioner yang valid tersebut yang digunakan dalam analisis selanjutnya.

2. Uji Realibilitas

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil data kepada 20 orang responden untuk diuji realibilitasnya dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) versi 26 dengan teknik uji *alpha cronbach*.

Adapun untuk uji reliabilitas variabel X dan Y pada penelitian adalah sebagai berikut;

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil data kepada 20 orang responden untuk diuji realibilitasnya dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) versi 26 dengan teknik uji *alpha cronbach*.

Adapun untuk uji reliabilitas variabel X dan Y pada penelitian adalah sebagai berikut;

TABEL III

RELIABILITY STATISTICS VARIABEL X

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.768	14

Sumber: Data diolah peneliti

Dari hasil uji reliabilitas pada variabel X, didapati nilai Alpha adalah 0,768, dan nilai r tabel dengan nilai N=20 dengan signifikansi 5% maka diperoleh nilai r tabel 0,444. Karena nilai Alpha 0,768 > 0,444 (r tabel) maka sebagaimana dasar pengambilan keputusan di atas, kuisioner variabel X Desain Grafis Sebagai Media Dakwah Pada Akun Instagram @taqwart dinyatakan reliabel atau terpercaya sebagai alat pengumpul data dalam penelitian.

TABEL IV

RELIABILITY STATISTICS VARIABEL Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.759	26

Sumber: Data diolah peneliti

Dari hasil uji reliabilitas pada variabel Y, didapati nilai Alpha adalah 0,759, dan nilai r tabel dengan nilai N=20 dengan signifikansi 5% maka diperoleh nilai r tabel 0,444. Karena nilai Alpha 0,759 > 0,444 (r tabel) maka sebagaimana dasar pengambilan keputusan di atas, kuisioner variabel Y Akhlak Followers dinyatakan reliabel

atau terpercaya sebagai alat pengumpul data dalam penelitian.

B. Deskripsi Data Responden Penelitian

Dalam menentukan sampel penelitian, peneliti menggunakan Rumus Yamane. Didapat dari hasil perhitungan dengan menggunakan Rumus Yamane adalah sebesar 96 responden. Berikut di bawah ini merupakan tabel mengenai karakteristik responden penelitian:

TABEL V

KARAKTERISTIK RESPONDEN PENELITIAN BERDASARKAN JENIS KELAMIN

Jenis Kelamin	Jumlah	Persen (%)
Perempuan	62	64%
Laki-Laki	34	36%
Total	96	100%

Sumber: Data diolah

TABEL VI

KARAKTERISTIK RESPONDEN PENELITIAN BERDASARKAN TINGKAT PENDIDIKAN TERAKHIR

Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Persentase (%)
SD/Se-derajat	0	0%
SMP/Se-derajat	7	7%
SMA/Se-derajat	60	62%
Perguruan Tinggi	29	30%
Total	96	100%

Sumber: Data diolah

C. Analisis Korelasi (Pearson)

Analisis korelasi bertujuan untuk mengetahui tingkat keeratan hubungan baik yang bersifat positif maupun negatif, antar variabel yang dinyatakan dengan koefisien korelasi (r). Berikut tabel di bawah ini adalah daftar interpretasi nilai koefisien r;

TABEL XI

DAFTAR INTERPRETASI NILAI KOEFISIEN R

Nilai Pearson Correlation (r)	Interpretasi
0,00 s/d 0,20	Tidak ada korelasi
0,21 s/d 0,40	Korelasi lemah
0,41 s/d 0,60	Korelasi sedang
0,61 s/d 0,80	Korelasi kuat
0,81 s/d 1,00	Korelasi sempurna

Berdasarkan nilai signifikansi Sig. (2-Tailed): jika nilai signifikansi < 0.05 maka berkorelasi (ada hubungan), dan jika nilai signifikansi > 0.05 maka tidak berkorelasi (tidak ada hubungan). Adapun *output* hasil analisis korelasi (Pearson) dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS

versi 26 dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

TABEL XII

COEFFICIENTS

Correlations		Desain Grafis Sebagai Media Dakwah	Akhlak followers
Desain Grafis Sebagai Media Dakwah	Pearson Correlation	1	.421**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	96	96
Akhlak followers	Pearson Correlation	.421**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	96	96

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Data diolah peneliti

Berdasarkan hasil analisis korelasi (*Pearson*) pada tabel *output* diatas, dapat diketahui bahwa nilai Sig. (2-Tailed) antara variabel independen (X) yaitu Desain Grafis Sebagai Media Dakwah Pada Akun Instagram @Taqwart dengan variabel dependen (Y) yaitu Akhlak Followers adalah 0.000 < 0.05 yang berarti terdapat korelasi yang signifikan antara kedua variabel dengan tingkat korelasi sedang berdasarkan nilai *Pearson Correlation* sebesar 0.421.

D. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Regresi digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dan memprediksi variabel terikat dengan menggunakan variabel bebas. Analisis regresi linier sederhana dapat dilaksanakan apabila telah memenuhi syarat-syarat sebagai berikut:

1. Sampel diambil secara random (acak)
2. Variabel X dan variabel Y mempunyai hubungan yang kausal, dimana X merupakan sebab dan Y merupakan akibat.
3. Nilai Y mempunyai penyebaran yang berdistribusi normal.
4. Persamaan tersebut hendaknya benar-benar linier.

Analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier sederhana karena telah memenuhi syarat-syarat yang sebagaimana dijelaskan di atas. Persamaan regresi linier sederhana dapat dibentuk menggunakan persamaan berikut:

$$Y = a + b X$$

Keterangan:

Y = Nilai yang diprediksikan

a = Konstanta atau bila harga X = 0

b = Koefisien regresi

X = Nilai variabel independen

Adapun *output* hasil analisis uji regresi linear sederhana dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 26 dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

TABEL XIII

COEFFICIENTS

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	65.709	9.310		7.058	.000
	Desain Grafis Sebagai Media Dakwah	.707	.157	.421	4.495	.000

a. Dependent Variable: Akhlak Followers

Sumber: Data diolah peneliti

Dengan mengacu pada rumus persamaan regresi di atas, maka nilai koefisien regresi dapat diketahui melalui penjabaran sebagai berikut;

1. a = angka konstan dari *Unstandardized Coefficients*. Dalam hasil *output* pada tabel di atas mendapati nilai dari a sebesar 65.709. Angka ini merupakan angka konstan yang mempunyai arti bahwa jika tidak ada Desain Grafis Sebagai Media Dakwah Pada Akun Instagram @Taqwart (X) maka nilai konsisten Akhlak Followers (Y) adalah sebesar 65.709.
2. b = angka koefisien regresi. Nilainya sebesar 0.707, angka ini mengandung arti bahwa setiap penambahan 1% tingkat variabel independen (X), maka variabel dependen (Y) akan meningkat sebesar 0.707.

Karena nilai koefisien regresi bersifat positif (+), maka dengan demikian dapat dinyatakan bahwa variabel independen (X) yaitu Desain Grafis Sebagai Media Dakwah Pada Akun Instagram @Taqwart berpengaruh positif terhadap variabel dependen (Y) yaitu Akhlak Followers. Sehingga bisa didapati bahwa persamaan regresi berdasarkan penjabaran di atas adalah:

$$Y = 65.709 + 0.707X$$

E. Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan metode pembuktian empiris untuk mengkonfirmasi atau menolak sebuah hipotesis ataupun asumsi dengan menggunakan data sampel.

Adapun yang menjadi dasar pengambilan keputusan dalam analisis regresi dengan melihat nilai signifikansi (Sig.) hasil *output* SPSS 26 adalah:

1. Jika nilai signifikansi (Sig.), lebih kecil (<) dari probabilitas 0.05 mengandung arti bahwa ada Pengaruh Desain Grafis Sebagai Media Dakwah

(X) pada Akun Instagram @Taqwart terhadap Akhlak Followers (Y).

- Sebaliknya, jika nilai signifikansi (Sig.), lebih besar (>) dari probabilitas 0.05 mengandung arti bahwa tidak ada Desain Grafis Sebagai Media Dakwah (X) pada Akun Instagram @Taqwart terhadap Akhlak Followers (Y).

Adapun *output* hasil analisis uji hipotesis dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 26 dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

TABEL XIV
MODEL

Model	Standardized Coefficients	t	Sig.
	Beta		
1 (Constant)		7.058	.000
Desain Grafis Sebagai Media Dakwah	.421	4.495	.000

a. Dependent Variable: Akhlak Followers

Sumber: Data diolah peneliti

Berdasarkan hasil *output* di atas dapat diketahui nilai signifikansi (Sig.) sebesar $0.000 < 0.05$, sehingga dapat dinyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti ada pengaruh Desain Grafis Sebagai Media Dakwah (X) pada Akun Instagram @Taqwart terhadap Akhlak Followers (Y). Dari pernyataan di atas bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, dapat disimpulkan bahwa hipotesis dalam penelitian ini merupakan jawaban yang valid dan benar.

F. Koefisien Determinasi

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen (X) dalam menjelaskan variabel dependen (Y). Atau dengan kata lain untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Desain Grafis Sebagai Media Dakwah (X) pada Akun Instagram @Taqwart terhadap Akhlak Followers (Y).

Adapun untuk hasil *output* koefisien determinasi, dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

TABEL XV
MODEL SUMMARY

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.421 ^a	.177	.168	8.41684

a. Predictors: (Constant), Desain Grafis Sebagai Media Dakwah

Sumber: Data diolah peneliti

Koefisien determinasi dapat dilihat dari nilai *R-Square* (R²). Nilai tersebut menunjukkan kebaikan model, semakin besar R² semakin baik modelnya. Nilai R² berada antara 0% sampai 100%.

Berdasarkan hasil *output* pada tabel *model summary* di atas dapat diketahui nilai *R-Square* sebesar 0.177. Nilai ini mengandung arti bahwa total besaran pengaruh Desain Grafis Sebagai Media Dakwah (X) pada Akun Instagram @Taqwart terhadap Akhlak Followers (Y). adalah sebesar 17,7% sedangkan 82,3% Akhlak Followers dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

IV. KESIMPULAN

Sebagaimana penjelasan yang sudah diuraikan mengenai temuan penelitian serta pembahasan tentang “Pengaruh Desain Grafis Sebagai Media Dakwah Pada Akun Instagram @taqwart Terhadap Akhlak Followers”, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- Desain grafis pada akun Instagram @taqwart yang di dalamnya meliputi elemen-elemen desain grafis di antaranya:
 - Ilustrasi gambar karakter yang ditinjau berdasarkan hasil nilai rata-rata mean pada tabel LXII. Hal tersebut dapat dinyatakan bahwa ilustrasi gambar karakter berpengaruh sangat besar terhadap persepsi, perasaan dan pikiran *followers* akun Instagram @taqwart.
 - Isi pesan (simbol, warna dan Bahasa) yang ditinjau berdasarkan hasil nilai rata-rata mean pada tabel LXIII. Hal tersebut dapat dinyatakan bahwa isi pesan berpengaruh sangat besar terhadap persepsi *followers* akun Instagram @taqwart dalam memahami simbol, warna dan Bahasa dalam pesan.
 - Tipografi yang ditinjau berdasarkan hasil nilai rata-rata mean pada tabel LXIV. Hal tersebut dapat dinyatakan bahwa tipografi berpengaruh sangat besar terhadap penilaian *Followers* akun Instagram @taqwart.
- Frekuensi penggunaan akun @taqwart yang ditinjau berdasarkan hasil nilai rata-rata mean pada tabel LXV. Hal tersebut dapat dinyatakan bahwa frekuensi penggunaan akun @taqwart berpengaruh sangat besar terhadap frekuensi *followers* akun Instagram @taqwart dalam membuka akun Instagram @taqwart.
- Durasi penggunaan akun @taqwart yang ditinjau berdasarkan hasil nilai rata-rata mean pada tabel LXVI. Hal tersebut dapat dinyatakan bahwa durasi penggunaan akun @taqwart berpengaruh sangat besar terhadap durasi *followers* akun Instagram @taqwart dalam membuka akun Instagram @taqwart.
- Berdasarkan pengolahan data penelitian yang dilakukan menggunakan koefisien determinasi, menunjukkan bahwa variabel X atau independen yaitu desain grafis sebagai media dakwah pada akun Instagram @taqwart terhadap variabel Y atau dependen yaitu akhlak *followers* yang mana dalam penelitian ini difokuskan pada 5 jenis akhlak yaitu akhlak terhadap Allah SWT, akhlak terhadap Rasulullah SAW, akhlak terhadap keluarga, akhlak

terhadap orang tua dan akhlak terhadap teman dan sahabat, jika ditinjau dari hasil nilai R-Square pada tabel LXI, serta pada hasil uji hipotesis yang tercantum dalam tabel LX dapat dinyatakan bahwa ada pengaruh desain grafis sebagai media dakwah akun *Instagram @taqwart* (X) terhadap akhlak *followers* (Y). Dari pernyataan di atas bahwa H₀ ditolak dan H_a diterima, dapat disimpulkan bahwa hipotesis yaitu H_{1a}, H_{1b}, H_{1c}, H₂ dan H₃ dalam penelitian ini merupakan jawaban yang valid dan benar.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber dari Buku:

- [1] Adi, L. D. W, dkk, (2016), Pengantar Desain Grafis, KEMDIKBUD : Direktorat pembinaan kursus dan pelatihan, Ditjen PAUD dan Dikmas
- [2] Awar, Deddy W.L, Pengantar Desain Grafis, Semarang: Universitas Dian Nuswantoro
- [3] Fitria Aulia, Et.al, (2020), “Terpenjara Komodifikasi Media”, Malang: Universitas Muhammadiyah Malang
- [4] Ilyas, Yunahar, (2006), Kuliah Akhlak, Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset
- [5] Tim Penyusun Buku Panduan PAI,(2015), AKHLAK: Buku Panduan Pendidikan Agama Islam (PAI) IV, Bandung: LSIPK Unisba

Sumber dari Jurnal/Skripsi/Tesis/Disertasi:

- [1] Amar, Miftahurrahmat “Penerapan Prinsip Desain Dalam Elemen Grafis Pada Ilustrasi Gambar Berita Utama Surat Kabar Tribun Jambi”, Skripsi Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, Riau, 2013, hlm. 8
- [2] Rangga, Aditya, Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Fotografi Pada Komunitas Fotografi Pekanbaru, hlm. 3, dalam <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/5880>, diunduh pada 29 Maret 2021.
- [3] Hadi Susilo Suryo, Bambang Saiful Ma'arif, Parihat Kamil. (2021). *Pengaruh Desain Komunikasi Visual Akun Instagram Bantu Dakwah terhadap Perilaku Beragama Pengikut*, *Jurnal Riset Kominikasi Penyiaran Islam*, vol 1, 17-21