

1. Spesifikasi Karya

Media Bahan	: Media Digital
Ukuran	: 1000 px X 1000 px
Ilustrasi Desain	: Dakwah Islami Public Reminder
Tipografi	: Montserrat
Proses Visualisasi	: Adobe illustrator Cs 6
Realisasi	: Media Sosial Instagram

2. Deskripsi Karya

Desain feed Instagram ngaji visual mempunyai tema konten tentang akhlaq dan amaliyah. Pada feed Instagram ngaji visual terdapat 2 warna utama background hijau dan coklat. Feed Instagram ngaji visual ilustrasi yang digunakan sebagai penanda style adalah ilustrasi flat desain. Setiap media feed instagram yang dirancang memiliki ciri dari konten, style penanda visual dari warna, layout, font, dan jenis ilustrasi yang di kombinasikan oleh penulis setiap barisnya. Setiap baris terdapat tiga feed Instagram yang mempunyai berbeda jenis konten.

3. Analisis Karya

Semiotika berdasarkan pandangan Roland Barthes tentang denotasi dan konotasi mampu berperan dalam pisau bedah pemaparan makna dalam visual. Roland Barthes memaparkan pendekatan semiotika yang tertuju kepada tuturan yang dikenal dengan mitos (Budiman: 38)

A. Makna Denotasi :

Secara visual, media feed instagram yang digunakan memiliki bentuk visual yang memiliki prinsip berirama dari penggunaan warna yang dipakai. Warna hijau dan kuning merupakan warna tema yang dominan dan akan digunakan dalam beberapa jangka waktu kedepan untuk feed Instagram ngaji visual. 18 feed media Instagram yang dirancang memiliki ilustrasi untuk konten yang berbeda-beda sesuai kategori konten yang dipublikasikan. Semua ilustrasi yang digunakan merupakan adaptasi dari pesan yang

secara verbal dan di ilustrasikan menjadi pesan promosi kebaikan. Berikut adalah hubungan makna denotasi dan unsur-unsur desain feed Instagram dengan kajian sebagai berikut

- Warna

Warna pada media feed Instagram memiliki prinsip yang berirama antara warna kuning dan hijau pada setiap 3 feed atau satu baris feed Instagram. Penggunaan 2 warna tersebut mempengaruhi ilustrasi yang mengharuskan untuk menggunakan warna yang kontras dan selaras untuk dikombinasikan agar menghasilkan estetika yang baik dan indah.

- Bentuk

Media feed Instagram mempunyai ciri khusus pada ilustrasi yang digunakan. Ciri visual yang melekat pada media feed Instagram ngaji visual adalah tidak diikuti sertakan indra mata, dan hidung. Kedua indra tersebut akan menjadi visual yang tidak diikuti sertakan pada ilustrasi manusia jika diperlukan untuk menafsirkan sebuah pesan verbal atau konten yang dibuat.

- Ruang

Ruang pada keseluruhan desain feed Instagram mempunyai ciri dengan prinsip irama dan keselarasan. Penggunaan ruang pada feed Instagram ngaji visual mempunyai layout atau bentuk yang selaras dengan jenis konten dan warna yang digunakan.

- Tipografi

Tipografi pada feed Instagram ngaji visual menggunakan font montserat. Penempatan font digunakan sebagai penyampaian pesan verbal yang implementasinya menggunakan layout yang dibuat menjadi Headline dan tagline.

- Tekstur

Penggunaan warna yang kontras antara kuning dan hijau membuat feed Instagram mempunyai irama yang selaras pada setiap tiga baris feed Instagram. Sehingga dapat membuat nyaman ketika melihat dari akun ngaji visual Ketika melakukan *stalking*.

B. Makna Konotasi :

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

- a. Ilustrasi feed instagram ngaji visual mempunyai makna atau pesan promosi yang disampaikan kepada masyarakat secara luas terkhusus kepada segmentasi yang dituju yaitu remaja dengan mengemas pesan kebaikan pada materi akhlaq dan amaliyah.
- b. Media ilustrasi yang digunakan pada akun Instagram ngaji visual terdapat beberapa ilustrasi yang dapat menjadi ilustrasi yang multitafsir dari pesan yang disampaikan dengan orang yang melihat sesuai dengan kemampuan penafsiran masing-masing.
- c. Materi-materi pada akun ngaji visual merupakan materi akhlaq dan amaliyah yang diberikan sentuhan visual ilustrasi yang menjadi strategi promosi dakwah melalui media sosial pada masa sekarang.

Secara garis besar media feed Instagram ngaji visual mempunyai ciri yang khusus dari bentuk verbal maupun non verbal. Ciri verbal pada akun Instagram ngaji visual adalah tentang pesan promosi kebaikan yang disampaikan dalam bentuk akhlaq dan amaliyah. Dua jenis materi tersebut merupakan konten dan menjadi ciri khusus materi pada akun Instagram ngaji visual

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

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

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

4.1.2 Kalender



Gambar 4.2 Kalender Bulan Januari dan Februari
(Sumber : Penulis, 2021)



Gambar 4.3 Kalender Bulan Maret Dan April
(Sumber : Penulis, 2021)



05 MEI							1442 2021
Ahad	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jum'at	Sabtu	
الأحد	الاثنين	الثلاثاء	الأربعاء	الخميس	الجمعة	السبت	
25	26	27	28	29	30	1	١٩
2	3	4	5	6	7	8	٢٠
9	10	11	12	13	14	15	٢١
16	17	18	19	20	21	22	٢٢
23	24	25	26	27	28	29	٢٣
30	31						

1 Mei : Hari Buruh Internasional 13 - 14 Mei : Hari Raya Idul Fitri 1442 Hijriyah
13 Mei : Kenalkan Isa Almasih 26 Mei : Hari Raya Waisak 2565

06 JUNI							1442 2021
Ahad	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jum'at	Sabtu	
الأحد	الاثنين	الثلاثاء	الأربعاء	الخميس	الجمعة	السبت	
30	31	1	2	3	4	5	٢٤
6	7	8	9	10	11	12	٢٥
13	14	15	16	17	18	19	٢٦
20	21	22	23	24	25	26	٢٧
27	28	29	30	1	2	3	٢٨

1 Juni : Hari Lahir Pancasila

Gambar 4.4 Kalender Bulan Mei Dan Juni
(Sumber : Penulis, 2021)



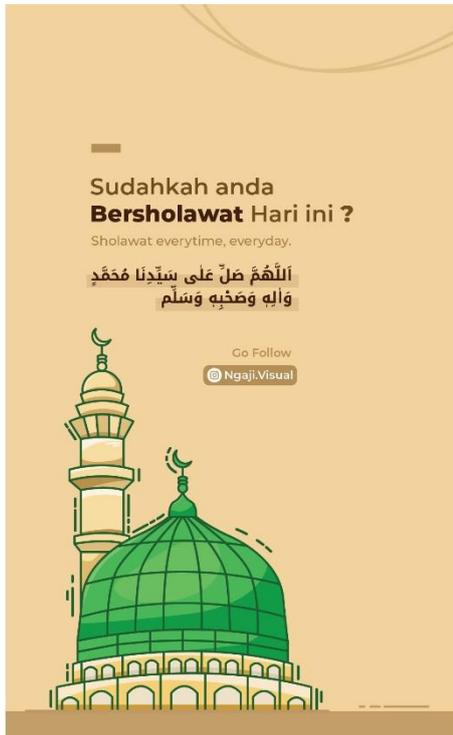
07 JULI							1442 2021
Ahad	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jum'at	Sabtu	
الأحد	الاثنين	الثلاثاء	الأربعاء	الخميس	الجمعة	السبت	
27	28	29	30	1	2	3	٢٩
4	5	6	7	8	9	10	٣٠
11	12	13	14	15	16	17	٣١
18	19	20	21	22	23	24	١
25	26	27	28	29	30	31	٢

20 Juli : Hari Raya Idul Adha 1442 Hijriyah

08 AGUSTUS							1443 2022
Ahad	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jum'at	Sabtu	
الأحد	الاثنين	الثلاثاء	الأربعاء	الخميس	الجمعة	السبت	
1	2	3	4	5	6	7	٣
8	9	10	11	12	13	14	٤
15	16	17	18	19	20	21	٥
22	23	24	25	26	27	28	٦
29	30	31	1	2	3	4	٧

10 Agustus : Tahun Baru Islam 1443 Hijriyah
17 Agustus : Hari Kemerdekaan RI

Gambar 4.5 Kalender Bulan Juli dan Agustus
(Sumber : Penulis, 2021)



09 SEPTEMBER 1443
23 Muharram 1443 H - 23 Shafar 1443 H

Ahad	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jum'at	Sabtu
الاثنين	الاثنين	الثلاثاء	الاربعاء	الخميس	الجمعة	السبت
29	30	31	1 ^{١٣}	2 ^{١٤}	3 ^{١٥}	4 ^{١٦}
5 ^{٢٧}	6 ^{٢٨}	7 ^{٢٩}	8 ^١	9 ^٢	10 ^٣	11 ^٤
12 ^٥	13 ^٦	14 ^٧	15 ^٨	16 ^٩	17 ^{١٠}	18 ^{١١}
19 ^{١٢}	20 ^{١٣}	21 ^{١٤}	22 ^{١٥}	23 ^{١٦}	24 ^{١٧}	25 ^{١٨}
26 ^{١٩}	27 ^{٢٠}	28 ^{٢١}	29 ^{٢٢}	30 ^{٢٣}	1	2

10 OKTOBER 1443
24 Shafar 1443 H - 24 Rabi'ul Awwal 1443 H

Ahad	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jum'at	Sabtu
الاثنين	الاثنين	الثلاثاء	الاربعاء	الخميس	الجمعة	السبت
26	27	28	29	30	1 ^{٢٤}	2 ^{٢٥}
3 ^{٢٦}	4 ^{٢٧}	5 ^{٢٨}	6 ^{٢٩}	7 ^{٣٠}	8 ^١	9 ^٢
10 ^٣	11 ^٤	12 ^٥	13 ^٦	14 ^٧	15 ^٨	16 ^٩
17 ^{١٠}	18 ^{١١}	19 ^{١٢}	20 ^{١٣}	21 ^{١٤}	22 ^{١٥}	23 ^{١٦}
24 ^{١٧}	25 ^{١٨}	26 ^{١٩}	27 ^{٢٠}	28 ^{٢١}	29 ^{٢٢}	30 ^{٢٣}

19 Oktober : Maulid Nabi Muhammad SAW

Gambar 4.6 Kalender Bulan September Dan Oktober
(Sumber : Penulis, 2021)



11 November 1443
23 Rabi'ul Awwal 1443 H - 23 Rabi'ul Awwal 1443 H

Ahad	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jum'at	Sabtu
الاثنين	الاثنين	الثلاثاء	الاربعاء	الخميس	الجمعة	السبت
31	1 ^{٢٥}	2 ^{٢٦}	3 ^{٢٧}	4 ^{٢٨}	5 ^{٢٩}	6 ^١
7 ^٢	8 ^٣	9 ^٤	10 ^٥	11 ^٦	12 ^٧	13 ^٨
14 ^٩	15 ^{١٠}	16 ^{١١}	17 ^{١٢}	18 ^{١٣}	19 ^{١٤}	20 ^{١٥}
21 ^{١٦}	22 ^{١٧}	23 ^{١٨}	24 ^{١٩}	25 ^{٢٠}	26 ^{٢١}	27 ^{٢٢}
28 ^{٢٣}	29 ^{٢٤}	30 ^{٢٥}	1	2	3	4

12 Desember 1443
26 Rabi'ul Awwal 1443 H - 27 Jumadil Awwal 1443 H

Ahad	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jum'at	Sabtu
الاثنين	الاثنين	الثلاثاء	الاربعاء	الخميس	الجمعة	السبت
28	29	30	1 ^{٢٦}	2 ^{٢٧}	3 ^{٢٨}	4 ^{٢٩}
5 ^١	6 ^٢	7 ^٣	8 ^٤	9 ^٥	10 ^٦	11 ^٧
12 ^٨	13 ^٩	14 ^{١٠}	15 ^{١١}	16 ^{١٢}	17 ^{١٣}	18 ^{١٤}
19 ^{١٥}	20 ^{١٦}	21 ^{١٧}	22 ^{١٨}	23 ^{١٩}	24 ^{٢٠}	25 ^{٢١}
26 ^{٢٢}	27 ^{٢٣}	28 ^{٢٤}	29 ^{٢٥}	30 ^{٢٦}	31 ^{٢٧}	1

25 Desember : Hari Raya Natal

Gambar 4.7 Kalender Bulan November Dan Desember
(Sumber : Penulis, 2021)

1. Spesifikasi Karya

Media Bahan	: Art Carton dan karton
Ukuran	: 23 cm x 16 cm
Ilustrasi Desain	: Dakwah Islami Public Reminder
Tipografi	: Montserat
Proses Visualisasi	: Adobe illustrator Cs6
Realisasi	: Media Printing

2. Deskripsi Karya

Kalender duduk sebagai media pendukung memiliki visual style yang hampir sama dengan media feed Instagram. Penanda visual pada media kalender diantaranya adalah penanggalan hijriyyah dan masehi, dan visual ilustrasi. Kalender sebagai media pendukung dapat menjadi media promosi untuk penyampaian dakwah islami yang biasa ditempatkan dikantor, rumah, sekolah dan digunakan untuk berkegiatan secara pribadi atau sosial.

3. Analisis Karya

Semiotika berdasarkan pandangan Roland Barthes tentang denotasi dan konotasi mampu berperan dalam pisau bedah pemaparan makna dalam visual. Roland Barthes memaparkan pendekatan semiotika yang tertuju kepada tuturan yang dikenal dengan mitos (Budiman: 38).

A. Makna Denotasi

Kalender ngaji visual mempunyai bentuk visual penanda utama pada layout untuk penanggalan dan ilustrasi. Kalender sebagai media pendukung perancangan terdapat enam lembar yang setiap tiga lembar mempunyai layout yang sama. Setiap muka atau sisi terdapat dua bulan penanggalan dan satu ilustrasi ngaji visual yang berfungsi sebagai reminder. Berikut adalah kajian visual dalam makna denotasi jika dihubungkan kedalam unsur-unsur desain sebagai berikut:

- a. Warna. Kalender ngaji visual sebagai media pendukung perancangan ini mempunyai warna yang dominan seperti

coklat, biru dan hijau. Warna-warna tersebut merupakan warna yang diambil dari media primer perancangan visual dakwah islami agar media sekunder mempunyai nilai persamaan dan kesatuan dalam bentuk visual yang berbeda pada nilai kemanfaatan media saja.

- b. Ruang. Ruang pada media kalender ngaji visual mempunyai space yang berbeda pada penanggalan dan desain ilustrasi. Pada desain ilustrasi ruangan yang dipakai hampir secara keseluruhan, tetapi untuk penanggalan banyak ruang yang untuk memberi jarak pada setiap bulan dan penanggalan.
- c. Bentuk. Secara visual terdapat enam media ilustrasi yang digunakan sebagai bentuk pesan non verbal yang diaplikasikan pada media kalender sebagai pesan kebaikan. Diantara tema ilustrasi yang diambil untuk media kalender adalah ilustrasi tentang muhasabah dan reminder kebaikan seperti membaca sholawat, menggunakan waktu dengan baik dan berbagai *reminder* lainnya.
- d. Tekstur. Desain kalender ini mempunyai kontras warna yang disesuaikan setiap muka antara penanggalan dan ilustrasi. Sehingga dapat menghasilkan warna yang kontras dan berirama, enak dan indah ketika dilihat.
- e. Tipografi. Media kalender ini secara keseluruhan menggunakan tipografi font montserat untuk penanggalan, teks dan lain sebagainya. Font montserat sendiri merupakan jenis font sans serif yang mempunyai aksentuasi dan keterbacaan yang tegas dan jelas.

B. Makna Konotasi

Penggunaan media kalender sebagai media pendukung yang memuat konten ilustrasi dapat menjadi *public reminder* bagi siapapun. Kalender merupakan media yang sering digunakan untuk melihat periode waktu pada setiap waktu, sehingga penerapan

konten ilustrasi dapat dinilai mempunyai manfaat dan keberhasilan sebagai *public reminder*.

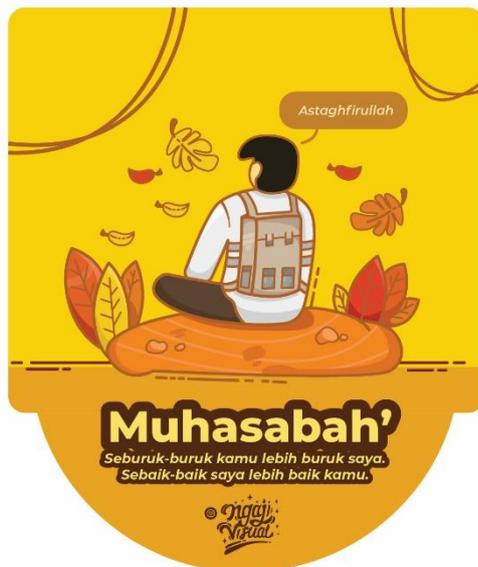
Ilustrasi pada media kalender terdapat 6 konten yang memuat materi akhlaq dan amaliyah. Diantara tanda dan makna ilustrasi yang terdapat pada media kalender adalah jam tangan yang digambarkan setiap jamnya terdapat media sosial sebagai sarkas untuk kemanfaatan waktu setiap saat, atau setiap harinya. Pada ilustrasi tersebut pada bagian bawah dilayout untuk diberikan sebuah pesan verbal agar dapat memberikan makna dan pemahaman yang lebih mendalam dari ilustrasi yang dibuat. Setiap muka terdapat satu ilustrasi dan dua bulan, ilustrasi pada setiap muka dapat dipindah posisi sesuai keinginan dengan konten ilustrasi yang diinginkan.

4.1.3 Stiker



Gambar 4.8 Stiker typografi

(Sumber : Penulis, 2021)



Gambar 4.9 Stiker Ilustrasi
(Sumber : Penulis, 2021)

1. Spesifikasi Karya

Media Bahan	: Kertas Vinyl Glossy
Ukuran	: 9 cm x 14 cm
Ilustrasi Desain	: Dakwah Islami Public Reminder
Tipografi	: Montserrat, Cairo Black
Proses Visualisasi	: Adobe illustrator Cs6
Realisasi	: Media Printing

2. Deskripsi Karya

Stiker ngaji visual memiliki dua jenis stiker yaitu jenis pesan verbal dan non verbal. Pada stiker verbal konten yang dimasukkan adalah tentang kalam-kalam hikmah, sedangkan pada media stiker non verbal terdapat ilustrasi yang digunakan juga pada media feed Instagram sebagai kampanye pesan kebaikan tentang amaliyah untuk bermuhasabah. Stiker merupakan media pengembangan dari media primer yang menjadi sekunder untuk mendukung perancangan agar menjadi kampanye kebaikan sebagai pengingat dan dapat ditempelkan pada tempat yang dimungkinkan untuk sering dilihat oleh indra penglihatan setiap saat.

3. Analisis Karya

Semiotika berdasarkan pandangan Roland Barthes tentang denotasi dan konotasi mampu berperan dalam pisau bedah pemaparan makna dalam visual. Roland Barthes memaparkan pendekatan semiotika yang tertuju kepada tuturan yang dikenal dengan mitos (Budiman: 38).

A. Makna Denotasi

Stiker ngaji visual memiliki bentuk visual font arabic yang diberi outline besar dengan gradasi warna. Selain itu terdapat dua stiker dengan layout yang berbeda dari stiker yang memuat konten kalam hikmah dengan menggunakan tatanan layout yang seperti perisai. Berikut kajian secara visual stiker ngaji visual sebagai media sekunder sebagai berikut :

- a. **Typografi.** Stiker ngaji visual merupakan adaptasi dari kalam hikmah yang dibuat menjadi stiker sehingga menonjolkan font arabic sebagai *point of view* pada media stiker sendiri. Media stiker ngaji visual yang memuat kalam hikmah menggunakan font cairo black yang diberi outline tebal dan diberi gradasi warna. kemudian diberikan warna block putih agar kontras dan dapat menjadi tanda visual secara verbal untuk promosi kebaikan.
- b. **Warna.** Media stiker ngaji visual mempunyai warna gradasi yang dominan dari tua ke muda. Penggunaan jenis warna yang digunakan adalah warna flat design dari warna hijau, tua dan biru. Penggunaan ketiga warna tersebut tidak jauh dari pengambilan warna pada media primer untuk digunakan sebagai media sekunder.
- c. **Bentuk.** Stiker ngaji visual mengambil bentuk verbal dan nonverbal sebagai media pendukung. Stiker dalam bentuk visual verbal merupakan stiker yang memuat konten kalam hikmah. Stiker yang berbentuk visual non verbal merupakan stiker yang memuat konten media primer feed Instagram ngaji visual yang dibuat menjadi stiker yang berbentuk visual ilustrasi.
- d. **Ruang.** Stiker yang memuat visual ilustrasi memiliki ruang yang cukup sempit dengan penempatan ilustrasi dan pesan yang disampaikan. Tetapi untuk stiker yang memuat kalam hikmah mempunyai ruang ketebukaan dari pesan verbal yang disampaikan.

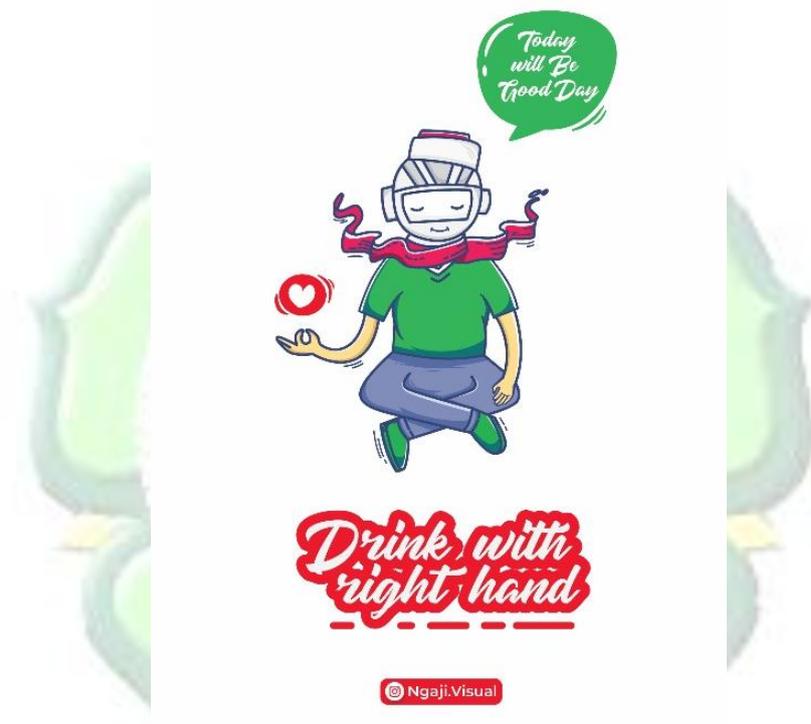
B. Makna Konotasi

Stiker ngaji visual sebagai media pendukung mempunyai dua jenis bentuk visual untuk memuat konten pesan kebaikan. Stiker yang memuat konten kalam hikmah merupakan stiker yang berbentuk verbal dengan teks Bahasa arab dan terjemah dibawahnya. Stiker jenis yang kedua mempunyai bentuk visual

ilustrasi yang memuat konten tentang muhasabah dan kampanye tentang pentingnya kegiatan literasi sebagai wahyu pertama kepada Rasulullah SAW.

Stiker ngaji visual memiliki tanda dan makna yang mengarah pada sebuah ajakan dan motivasi untuk melakukan kebaikan dimanapun dan kapanpun.

4.1.4 Tumbler



Gambar 4.10 Desain Ilustrasi Tumbler

(Sumber : Penulis, 2021)

1. Spesifikasi Karya

Media Bahan	: Tumbler
Ukuran	: 500 ml
Ilustrasi Desain	: Dakwah Islami Public Reminder
Tipografi	: High Ameliya
Proses Visualisasi	: Adobe illustrator Cs6
Realisasi	: Media Printing

2. Deskripsi Karya

Tumbler sebagai media pendukung mempunyai penanda visual verbal dan non verbal dalam kampanye pesan kebaikan. Pesan yang disampaikan pada tumbler adalah tentang penggunaan tangan kanan ketika minum. Astronot dengan memakai rida' dan peci mayyah menjadi visualisasi yang bermakna muslim. Pada tangan kanan terdapat ilustrasi hati sebagai penanda visual untuk pesan yang disampaikan merupakan pesan kebaikan untuk bertujuan menyayangi diri sendiri. Tumbler sebagai media yang digunakan untuk minuman berbagai jenis dan secara praktis dapat digunakan untuk dibawa kemana saja sehingga secara ergonomis dan fungsi secara efisiensi dapat mengurangi limbah plastik. Selain itu pada masa pandemi, penggunaan botol minuman atau tumbler di perlukan untuk kegiatan social distancing dari penggunaan barang secara bersamaan.

3. Analisis Karya

Semiotika berdasarkan pandangan Roland Barthes tentang denotasi dan konotasi mampu berperan dalam pisau bedah pemaparan makna dalam visual. Roland Barthes memaparkan pendekatan semiotika yang tertuju kepada tuturan yang dikenal dengan mitos (Budiman: 38).

A. Makna Denotasi

Secara visual tumbler ngaji visual sebagai media pendukung perancangan visual dakwah islami *public reminder* terlihat simple dan terkonsep minimalis. Objek visual ilustrasi tumbler adalah astronot yang sedang melakukan meditasi yang bermakna sebuah muhasabah. Berikut adalah kajian visual dari media tumbler dari unsur-unsur desain sebagai berikut :

- a. Tipografi. Tipografi media tumbler menggunakan tipografi jenis latin dan hand lettering. Penggunaan tipografi jenis latin pada media tumbler yang memuat pesan tentang kampanye minum dengan menggunakan tangan kanan. Untuk tumbler kedua yang memuat watermark tulisan ngaji visual dengan

tipografi jenis handlettering merupakan bentuk promosi terhadap akun Instagram ngaji visual.

- b. Warna. Warna pada media tumbler menggunakan warna merah yang memiliki kesan berani dan memperjelas keterbacaan. Selain itu penggunaan warna tersebut agar kontras dengan warna putih tumbler.
- c. Bentuk. Bentuk visual ilustrasi yang digunakan pada media tumbler adalah manusia dengan menggunakan helm astronot. Pemberian visual kopiah juga diberikan pada astronot sebagai ciri visual islami.
- d. Ruang. Tumbler ngaji visual memiliki kesan visual minimalis karena tidak memuat desain yang memuat desain full objek pada media tumbler.

B. Makna Konotasi

Tumbler ngaji visual sebagai media pendukung memuat ilustrasi yang mempunyai kampanye kebaikan tentang ajakan menggunakan tangan kanan untuk minum. Tanda tangan kanan yang terdapat ilustrasi hati memberikan berbagai makna penafsiran untuk media tumbler. Pada tumbler warna hitam terdapat pesan promosi akun ngaji visual dengan memuat watermark ngaji visual.

Konklusi pada perancangan media tumbler sebagai media pendukung perancangan dakwah islami memiliki tujuan kampanye dan promosi kebaikan melalui tumbler. Secara visual media tumbler memiliki makna tentang kampanye minum dengan menggunakan tangan kanan. Selain itu terdapat promosi melalui tumbler yang satunya sebagai promosi akun Instagram ngaji visual sendiri yang diharapkan masyarakat mengetahui tentang akun ngaji visual dan dapat menaikkan impresi akun ngaji visual.

4.1.5 Gantungan Kunci



Gambar 4.11 Desain Gantungan Kunci
(Sumber : Penulis, 2021)

1. Spesifikasi Karya

Media Bahan	: Acrylic
Ukuran	: 12 cm x 17 cm
Ilustrasi Desain	: Dakwah Islami Public Reminder
Tipografi	: Montserat
Proses Visualisasi	: Adobe illustrator Cs6
Realisasi	: Media Printing

2. Deskripsi Karya

Gantungan kunci sebagai media pendukung mempunyai dua sisi visual yang berbeda. Satu sisi untuk promosi akun instagram ngaji visual. Dan satu sisi untuk kampanye pesan kebaikan. Warna pada media gantungan kunci memiliki warna style media primer yaitu kuning dan hijau. Pesan yang disampaikan pada media gantungan kunci adalah tentang akhlaq dan penggunaan waktu dengan sebaik mungkin. Media gantungan kunci merupakan media yang memiliki nilai ekonomis dan ergonomis.

3. Analisis Karya

Semiotika berdasarkan pandangan Roland Barthes tentang denotasi dan konotasi mampu berperan dalam pisau bedah pemaparan makna dalam visual. Roland Barthes memaparkan pendekatan semiotika yang tertuju kepada tuturan yang dikenal dengan mitos (Budiman: 38).

A. Makna Denotasi

Secara visual bentuk gantungan kunci ngaji visual sebagai media sekunder memiliki bentuk visual yang memiliki persamaan dengan media sekunder dari warna, konten, dan manfaat. Berikut ini adalah kajian visual dari gantungan kunci dari unsur-unsur desain sebagai berikut :

- a. Tipografi. Penggunaan tipografi pada media gantungan kunci memiliki dua jenis font yang digunakan, yaitu bentuk *handlettering* dan sanserif. Penggunaan font tersebut memiliki nilai keterbacaan yang baik. Tipografi jenis *handlettering* dibuat untuk watermark yang bertujuan promosi akun ngaji visual. Dan penggunaan tipografi jenis san serif memiliki nilai keterbacaan yang jelas.
- b. Warna. Gantungan kunci ngaji visual memuat warna hijau dan kuning. Warna tersebut merupakan warna tema pada

media primer yang di implementasikan pada media sekunder gantungan kunci.

- c. Bentuk. Visual yang dipilih untuk media gantungan kunci adalah visual ilustrasi jam dan pesan verbal dalam bentuk kalam hikmah. Kedua bentuk visual tersebut memiliki nilai pesan kebaikan tentang memanfaatkan waktu dan keutamaan akhlaq mulia.
- d. Ruang. Gantungan kunci ngaji visual memiliki ruang layout yang sama dari kedua sisi. Satu sisi memiliki ruang yang luas dan sempit pada sisi satunya. Setiap sisi memiliki layout dan konten yang berbeda tetapi mempunyai tujuan kampanye dan strategi promosi yang sama.

B. Makna Konotasi

Kunci ngaji visual memiliki konten, bentuk visual yang berbeda. Tetapi memiliki strategi yang sama pada promosi akun ngaji visual pada sisi yang diberikan watermark ngaji visual. Konten gantungan kunci adalah tentang keutamaan akhlaq yang mulia dan memanfaatkan waktu dengan lebih baik. Tanda visual yang ditampilkan penulis pada media gantungan kunci adalah ilustrasi jam yang diberikan tanda icon media sosial sebagai sarkas untuk banyak orang yang menggunakan waktu setiap saat bermain media sosial. Konten gantungan kunci yang satunya diberikan tanda visual pesan verbal yang mengutarakan keutamaan berkahlaq mulia. Kedua gantungan kunci ini memiliki konten yang berbeda, tetapi memiliki strategi promosi dan kampanye yang sama. Strategi promosi untuk mempublikasikan akun ngaji visual dan kampanye tentang pesan-pesan kebaikan agar diimplementasikan setiap hari dan setiap saat.

4.1.6 Kaos



Gambar 4.12 Desain Kaos

(Sumber : Penulis, 2021)

1. Spesifikasi Karya

Media Bahan	: cotton combad
Ukuran	: 56 cm X 64 cm
Ilustrasi Desain	: Kubah Masjid Nabawi
Tipografi	: Montserat
Proses Visualisasi	: Adobe illustrator Cs6
Realisasi	: Media Printing

2. Deskripsi

Kaos sebagai media pendukung kampanye kebaikan memiliki visual dua sisi yang berbeda. Bagian sisi depan digunakan untuk mengimplementasikan watermark yang bertujuan sebagai promosi akun Instagram ngaji visual. Sisi kaos pada bagian belakang memiliki visual ilustrasi dan implementasi pesan verbal untuk senantiasa bersholawat. Kaos merupakan media yang dapat digunakan sebagai media promosi secara gratis dan berulang-ulang.

3. Analisis Karya

Semiotika berdasarkan pandangan Roland Barthes tentang denotasi dan konotasi mampu berperan dalam pisau bedah pemaparan makna dalam visual. Roland Barthes memaparkan

pendekatan semiotika yang tertuju kepada tuturan yang dikenal dengan mitos (Budiman: 38).

A. Makna Denotasi

Secara visual kaos ngaji visual sebagai media sekunder memiliki penanda utama pada warna dan ilustrasi. Warna yang digunakan pada media kaos menggunakan warna hijau sebagai warna utama, dan menggunakan ilustrasi masjid Nabawi sebagai konten atau media penyampaian pesan dari verbal menjadi non verbal. Berikut adalah kajian dari media kaos jika di kaitkan dengan unsur unsur desain sebagai berikut:

- a. Warna. Penggunaan warna pada media kaos memiliki penonjolan utama pada warna hijau. Warna hijau merupakan adaptasi dari warna media primer yang diimplementasikan pada media sekunder agar memiliki keselarasan yang baik. Selain itu warna hijau memiliki nilai yang indah pada agama islam dikarenakan menjadi salah satu warna favorit Rasulullah SAW.
- b. Bentuk. Media kaos memiliki penonjolan visual pada ilustrasi masjid yang menjadi visualisasi dari konten yang berbentuk verbal tentang kampanye sholat setiap saat.
- c. Ruang. Ruang pada media kaos pada sisi depan memiliki ruang yang luas. Tetapi untuk sisi belakang, media kaos memiliki ruang yang cukup padat.
- d. Tipografi. Tipografi yang digunakan pada media kaos adalah jenis font san serif dan hand lettering. Sisi kaos bagian depan diberikan visual watermark ngaji visual yang berbentuk handlettering sebagai strategi promosi, dan pada sisi bagian belakang menggunakan font san serif jenis font montserat untuk penyampaian pesan verbal.

B. Makna Konotasi

Media kaos ngaji visual memiliki makna dan tanda yang bertujuan untuk mempromosikan akun ngaji visual dan kampanye bersholawat disetiap saat. Penggunaan warna hijau sebagai bentuk implemnetasi dari media primer ke media sekunder, dimaksudkan juga sebagai mengikuti dan menerapkan warna yang disukai oleh rasulullah. Konten yang yang mengkampanyekan bersholawat disetiap hari dan setiap saat divisualisasikan dengan masjid nabawi.

4.1.7 Watermark



Gambar 4.13 Desain Watermark

(Sumber: penulis, 2021)

1. Spesifikasi Karya

Media Bahan	: Media Digital dan printing
Ukuran	: 500 px X 500 px
Ilustrasi Desain	: nama ngaji visual
Tipografi	: <i>Handlettering</i>
Proses Visualisasi	: Adobe illustrator Cs 6
Realisasi	: Media Printing dan digital

2. Deskripsi

Watermark ngaji visual merupakan penanda visual untuk berbagai media. Visual utama pada media watermark adalah typografi ngaji visual dengan bentuk font latin yang dibuat menjadi *handlettering*. Watermark ngaji visual dalam penggunaan warnanya dapat disesuaikan dengan kebutuhan media. Watermark ngaji visual akan digunakan untuk memberikan tanda pada media premier dan sekunder.

3. Analisis Karya

Semiotika berdasarkan pandangan Roland Barthes tentang denotasi dan konotasi mampu berperan dalam pisau bedah pemaparan makna dalam visual. Roland Barthes memaparkan pendekatan semiotika yang tertuju kepada tuturan yang dikenal dengan mitos (Budiman: 38).

A. Makna Denotasi

Penggunaan watermark ngaji visual merupakan bentuk visual tipografi latin yang dibuat menjadi *handlettering*. secara visual bentuk *handlettering* ini dimaksudkan sebagai bentuk visual yang ergonomis untuk dimasukkan kedalam desain apapun sebagai strategi promosi untuk akun ngaji visual.

B. Makna Konotasi

Watermark ngaji visual adalah watermark yang dirancang dengan bentuk visual huruf yang bertuliskan ngaji visual dan ilustrasi gemerlap cahaya yang mengelilingi disetiap sudut yang kosong. Selain itu ada dua line art yang digunakan untuk menopang ngaji visual agar berkesan lebih kokoh dan kuat.

4.2 Implementasi Karya

4.2.1 Kajian Desain Ilustrasi Dakwah Islami Public Reminder

- Kajian Ilustrasi Dakwah Islami

Perancangan visual dakwah islami sebagai *public reminder* melalui konten kreatif ilustrasi merupakan perancangan yang dilakukan untuk mengemas sebuah cara dakwah secara kreatif dengan melalui konten kreatif ilustrasi yang dipublikasikan melalui media sosial Instagram. Perancangan konten dilakukan terlebih dahulu sebelum melakukan perancangan produk desain dengan menganalisa kebutuhan dan kesesuaian target audient yang dituju dalam lingkup yang telah ditentukan.

Desain ilustrasi yang diciptakan memiliki prinsip desain yang lebih diutamakan seperti kesatuan, penekanan, irama dan proporsi.



Gambar 4.14 Feed Instagram Ngaji Visual

(Sumber : Penulis, 2021)

Estetika visual yang dihasilkan dari perpaduan warna dan proposi desain sehingga menghasilkan kesatuan dan ritme yang bagus dari warna hijau dan coklat membuat keindahan secara subjektif dengan orang yang melihatnya. Perpaduan warna dan tata letak akan menjadi ciri bagi akun media sosial yang mempublikasin hasil perancangan dakwah islami ini sebagai akun yang mempunyai penanda style tersendiri.



Gambar 4.15 Warna style akun Instagram Ngaji. Visual
(Sumber: Penulis, 2021)

Produk utama perancangan visual dakwah islami merupakan desain ilustrasi dalam bentuk feed media sosial instagram. Promosi yang dilakukan melalui media sosial memerlukan beberapa strategi untuk meningkatkan sebuah *engagement* akun. Feed media sosial dari segi konten yang disajikan mempunyai ketertarikan dan nilai yang lebih atau sesuai dan desain yang bagus yang dihasilkan akan berpengaruh terhadap perluasan promosi produk dikarenakan *engagement* akun Instagram yang baik.

Pesan yang dihasilkan dari desain ilustrasi merupakan pesan kebaikan untuk menjadi *public reminder* yang dikemas dengan model konten tekstual dan pesan visual yang terkandung didalam gambar yang melahirkan pesan-pesan kebaikan pada akhirnya. Berikut adalah tentang kajian secara umum dari estetika visual ilustrasi, promosi pesan, kebermanfaatan dari delapan belas konten instargam yang dibuat menjadi ilustrasi sebagai berikut :

1. Konten pengingat tentang kegiatan membaca. Penulis menggambarkan ilustrasi dan gambar *sign system* tanda seru sebagai makna mengingatkan. Pada konten ini penuli memberikan penekanan pesan untuk mengingatkan kegiatan membaca dikarenakan perintah untuk membaca merupakan wahyu pertama kepada Rasulullah saw.

2. Konten tentang muhasabah diri. Konten muhasabah berisikan tentang mengingatkan manusia yang memerlukan muhasabah untuk mengoreksi diri sendiri.
3. Konten tentang pengingat penggunaan media handphone dan media sosial, penulis memvisualisasikan dengan orang yang sedang bermuhasabah ataupun meditasi dengan menggunakan media handphone.
4. Konten tentang akhlaq kepada sesama manusia. Pada konten ini penulis memberikan penekanan pesan tentang akhlaq yang lebih diutamakan dari pada ilmu. Penulis memvisualisasikan pesan dengan dua orang yang sedang berinteraksi dan sedang meminum secangkir kopi dengan santai. Selain itu penulis menggambarkan buku pada latar belakang orang tersebut sebagai wakil dari pesan yang disampaikan.
5. Konten yang bertemakan pandemi juga dibuat oleh penulis tentang kebutuhan menjaga imun dan imana agar menjadi aman. Penulis membuat ilustrasi 2 orang yang sedang olahraga dan melakukan wudhu. Ilustrasi tersebut menggambarkan tentang ikhtiar untuk menjaga diri dari virus corona. Jenis konten ini adalah konten *how to article*.
6. Konten do'a. konten doa adalah jenis konten *how to article*. Konten do'a berisikan tentang do'a memohon perlindungan dari sifat malas, do'a habis sholat, dan do'a memohon memudahkan pekerjaan.
7. Konten tentang adab adalah jenis konten list post, pada konten ini penulis merancang tiga konten tentang adab bersosial, adab beribadah, dan kesunnahan hari jumah. Konten tersebut setiap feed mempunyai feed selanjutnya yang menjelaskan list gambar tentang ilustrasi materi adab.
8. Konten reminder selanjutnya adalah tentang adab makan. Konten ini adalah jenis konten *what post*. Pada konten ini penulis mempromosikan tentang adab untuk makan dan minum agar tidak menipu makanan atau minuman yang panas.

9. Konten reminder jenis *what post* selanjutnya adalah tentang amaliyah Ketika lupa membaca basmalah pada awal melakukan pekerjaan. Ilustrasi yang dirancang penulis untuk konten ini adalah ilustrasi orang yang sedang makan ketika bekerja. Pada ilustrasi ini akan diberikan sebuah tanda seru sebagai makna orang yang sedang lupa.
10. Konten reminder tentang mengingat mati juga penulis rancang. Sebagai bentuk konten *what post*. Pada konten ini penulis membuat ilustrasi orang yang sedang mengingat kematian dengan arwah yang keluar dari jasad orang yang sedang bermuhasabah.
11. Konten selanjutnya adalah tentang amaliyah yaitu keutamaan menjaga sholat. Pada konten ini ilustrasi yang digunakan oleh penulis adalah ilustrasi orang yang melakukan ibadah sholat dhuha.
12. Konten terakhir adalah konten *birrul walidain*. Konten ini masuk pada jenis konten akhlaq dan konten *how to article*. Pada konten ini penulis mengilustrasikan anak kecil yang sedang mencium tangan kedua orang tua.

Konten-konten tersebut merupakan konten yang berdasarkan materi akhlaq dan amaliyah dan mempunyai kategori konten *what post*, *list post*, dan *how to article*. Konten tersebut diharapkan dapat menjadi promosi pesan kebaikan dan metode dakwah islami yang baru seperti melalui media konten kreatif ilustrasi. Konten instagram ngaji visual sebagai media primer dalam perancangan dakwah islami melalui konten kreatif ilustrasi mempunyai prinsip desain secara keseluruhan dengan baik. Seperti kesatuan, irama, warna, dan format ukuran yang menjadi desain feed Instagram dan mempunyai prinsip-prinsip desain.

4.2.2 Kajian Desain Media Promosi Pendukung Perancangan Dakwah Islami

- Kajian Media Promosi Kalender



Gambar 4.16 Desain Kalender

(Sumber : Penulis, 2021)

Kalender merupakan jenis media yang digunakan setiap hari untuk menghitung periode waktu tanggal, hari, dan tahun. Penggunaan kalender sebagai media pendukung perancangan dakwah islami melalui konten ilustrasi merupakan sebuah media pendukung yang tepat.

Perancangan kalender memiliki nilai kebermanfaatan dikarenakan setiap lembaga, individu, kelompok membutuhkan kalender untuk menghitung periode waktu. Dalam perancangan kalender visual dakwah islami, penulis menggunakan kalender jenis hijriyah dan masehi. Perancangan kalender visual dakwah islami melalui konten kreatif ilustrasi yang digunakan merupakan jenis ilustrasi flat yang digunakan juga didalam

media primer (desain ilustrasi feed Instagram). Keseluruhan desain mempunyai keselarasan dari layout ataupun warna yang bersifat flat.

Kalender yang dirancang memiliki nilai keunikan dalam implementasinya. Kalender dalam setiap muka terdapat dua bulan dan desain akan terpisah dengan ilustrasi yang berada pada sisi kanan, agar kalender dalam penempatannya ilustrasi akan di pilih sesuai dengan keinginan, supaya tidak terkesan atau terlihat monoton ketika dipakai.

Pesan promosi yang disampaikan melalui media kalender memiliki pesan yang sama dengan pesan yang disampaikan didalam media primer perancangan yaitu tentang akhlaq dan amaliyah. Berikut adalah point-point kajian visual media kalender sebagai media pendukung perancangan visual dakwah islami sebagai berikut :

- a. Kajian visual ilustrasi. Ilustrasi yang digunakan pada media kalender merupakan ilustrasi yang mempunyai perbedaan pada style dan pesan dengan media primer feed Instagram. Ilustrasi pada setiap lembar di konsep dapat digunakan dan dipilih sesuai dengan keinginan. Kalender yang mempunyai jenis hijriyyah dan masehi mempunyai reminder dalam kegiatan setiap tahunnya sehingga menambah nilai kebermanfaatannya.
- b. Pesan pada media promosi kalender perancangan dakwah islami yang dibuat oleh penulis mempunyai pesan mengingatkan tentang penggunaan waktu, pilihan hidup, reminder membaca sholawat, penggunaan gadget dan quote kebaikan lainnya.
- c. Implementasi media kalender memiliki kebermanfaatan dikarenakan perancangan dakwah islami ini dikonsepsi dan dilayout agar penempatan media dapat digunakan pada berbagai tempat dan waktu dengan model hasil akhir dari desain yang menarik dan ergonomi.

- Kajian Media Promosi Tumbler



Gambar 4.17 Desain Tumbler

(Sumber : Penulis, 2021)

Tumbler merupakan tempat minuman yang efektif dan ergonomis untuk digunakan sehari-hari. Pemanfaatan tumbler di era waktu sekarang perlu disadari oleh masyarakat secara umum untuk digunakan agar berkurangnya limbah plastik. Penulis menggunakan media tumbler sebagai media pendukung dalam perancangan visual dakwah islami sebagai bentuk cinta lingkungan dan sadar tentang bahaya sampah plastik dan menggunakan tumbler sebagai media kreatif untuk menunjukkan gaya dan pola hidup baru masyarakat sekarang. Berikut adalah kajian visual media promosi tumbler dalam bentuk kajian secara visual, implementasi dan pesan promosi sebagai berikut :

- a. Penerapan desain pada tumbler memiliki prinsip desain kesederhanaan kesatuan dan penekanan. Penggunaan warna hanya menggunakan tiga jenis warna yaitu hijau, merah dan abu-abu. Ilustrasi yang digunakan pada media tumbler adalah media astronot dengan pose meditasi. Penambahan pesan pada media akan memperjelas makna dan pesan yang terkandung dalam media promosi tumbler.

- b. Pesan yang disampaikan didalam desain tumbler adalah minum dengan menggunakan tangan kanan. Pesan tersebut secara visual ilustrasi Digambar dengan pose tangan kanan dengan membawa ilustrasi hati. Selain itu pada media tumbler terdapat quotes penyemangat agar hari yang dilalui dapat menjadi hari-hari yang baik. Penambahan alamat pada media thumbler
- c. Implementasi media pendukung tumbler memiliki nilai manfaat yang bagus pada masa sekarang. Sampah plastik pada masa sekarang merupakan permasalahan serius yang menjadi masalah bagi setiap negara. penggunaan thumbler sebagai media promosi dakwah islami merupakan salah satu program untuk mengurangi limbah plstak yang ada. Selain itu masa pandemic sekarang media thumbler dapat menjadi media untuk mengurangi media yang digunakan secara bersamaan.

- **Kajian Media Promosi Stiker**



Gambar 4.18 Desain Stiker

(Sumber : Penulis, 2021)

Media sekunder stiker merupakan media yang digunakan untuk media pendukung dalam perancangan visual dakwah islami agar pesan yang disampaikan melalui dalam media primer (online) dapat dilakukan sebuah proses penyampaian melalui media pendukung seperti melalui

media printing atau media offline. Kajian tentang desain stiker secara bentuk visual, implementasi, pesan promosi sebagai berikut :

- a. Stiker secara visual terdapat perbedaan pada jenis isi konten, layout, warna dan bentuk pada setiap jenisnya. Pada stiker kalam hikmah, penulis merancang dengan bentuk visual warna gradiasi antara gelap dan terang. Penggunaan shadow pada stiker jenis pesan tekstual atau stiker kalam hikmah penulis memberikan kontras dari putih ke warna shadow yang mempunyai karakter gradasi flat desain.
- b. Pesan promosi pada media stiker kalam hikmah yaitu tentang kalam hikmah yang mempunyai makna kebijakan dalam pilihan hidup. Pesan promosi pada media stiker ilustrasi memiliki pesan tentang ajakan untuk bermuhasabah, mengingatkan pentingnya kegiatan membaca, dan penggunaan waktu secara bijak.
- c. Implementasi stiker jika dilihat secara visual, penerapannya dapat dilakukan pada media apapun. Stiker dapat menjadi media yang tepat dalam perancangan untuk media offline karena stiker dapat menempel pada suatu media dan mempunyai waktu tempel yang cukup lama. Penggunaan stiker yang dapat ditempatkan dimana saja dapat menjadi salah satu keunggulan untuk mencetak stiker sebagai media pendukung agar pesan visual dan tekstual dapat tersampaikan kepada masyarakat atau target audient.

- **Kajian Media Promosi Gantungan Kunci**



Gambar 4.19 Desain Gantungan Kunci bagian sisi I

(Sumber : Penulis, 2021)



Gambar 4.20 Desain Gantungan Kunci bagian sisi II
(Sumber : Penulis, 2021)

Gantungan kunci merupakan media sekunder yang mempunyai nilai fungsi dan ekonomi yang bagus. Desain gantungan kunci yang digunakan untuk perancangan adalah desain feed Instagram yang dilakukan perubahan pada warna background yang bertema *reminder* bersholawat dan muhasabah. Gantungan kunci akan cetak dengan bahan acrylic sehingga dan dapat dipasang pada media seperti tas, kunci kamar atau rumah, kunci motor dan lain sebagainya.

Bahan acrylic merupakan bahan yang yang berbentuk bening transparant, dan tidak mudah pecah ketika digunakan. Desain gantungan kunci yang bertemakan muhasabah dan sholawat mempunyai pesan promosi untuk selalu bersholawat dimanapun, kapanpun dan juga selalu mencoba untuk bermuhasabah diri atau mengkoreksi diri sendiri ketika sendiri, Bersama orang lain dimana saja. Berikut adalah kajian visual tentang gantungan kunci secara visual, implementasi, pesan promosi sebagai berikut:

- a. visual desain gantungan kunci memiliki warna tema media promosi primer feed Instagram. Penerapan watermark juga diterapkan pada salah satu sisi, dan sisi lainnya diterapkan pesan promosi.
- b. Promosi pesan yang disampaikan pada media gantungan kunci adalah pesan tentang ajakan untuk produktivitas dan pengingat tentang keutamaan akhlaq. Pesan nama akun

instagram ngaji visual juga diterapkan pada bagian bawah desain untuk mempromosikan akun ngaji visual.

- c. Implementasi media gantungan kunci dapat diterapkan pada media yang diperkirakan penting dan memiliki kebermanfaatan yang baik seperti, kunci almari, tas, kunci motor dan berbagai media lain yang diperlukan gantungan.

- **Kajian Media Promosi Kaos**



Gambar 4.21 Desain Kaos

(Sumber: penulis, 2021)

Kaos merupakan media yang efektif untuk melakukan promosi, dikarenakan penggunaan media kaos yang digunakan berulang kali. Penulis menggunakan media kaos sebagai media promosi bertujuan untuk melakukan promosi akun ngaji visual dan pesan dakwah islami dengan menampilkan desain ilustrasi dan pesan kebaikan. Promosi pesan untuk aku ngaji visual ditempatkan pada bagian kaos dada sebelah kiri dan pesan utama tentang kebaikan ditempatkan pada kaos bagian belakang agar keterbacaan semakin mudah.

Secara visual kaos ini memiliki tema desain *user interface* Instagram. Hal ini untuk memperlihatkan tentang akun ngaji visual yang berfokus promosi melalui media Instagram. Desain yang diterapkan pada kaos sebagai *public reminder* dapat disesuaikan dengan kebutuhan dengan pesan yang ingin disampaikan. Dalam media ini penulis memilih pesan untuk mengingatkan bersholawat setiap hari dan setiap saat dengan

menampilkan ilustrasi masjid Nabawi tempat hijrahnya Rasulullah SAW. Berikut adalah kajian visual desain kaos untuk promosi pendukung dalam menyampaikn dakwah islami sebagai berikut :

- a. Warna. Secara visual penulis menggunakan warna hijau pada desain kaos di karenakan warna hijau untuk perancangan visual dakwah islami sebagai warna tema dan warna dominan. Selain itu warna hijau juga merupakan sebagai warna kubah masjid Nabawi. Warna hijau juga menjadi warna favorit yang disukai oleh rasulullah SAW.
- b. Bentuk. Desain kaos ini memiliki tampialn seperti *user interface* media Instagram dengan bentuk kotak atau frame yang digunakan untuk ilustrasi kubah masjid Nabawi.
- c. Tipografi. Penyampaian pesan secara tekstual menggunakan font jenis montserat karena keterbacaan yang lebih jelas. Untuk tulisan ngaji visual, penulis melakukan perancangan dalam bentuk *hand lettering*.
- d. Penyampaian promosi pesan hasanah melalui media kaos merupakan pilihan yang tepat dikarenakan dapat menjadi media yang sering dipakai dan digunakan.

- **Kajian Media Promosi Watermark**



Gambar 4.22 Desain Watermark

(Sumber: penulis, 2021)

Watermark merupakan identitas visual untuk memberikan tanda atau pengakuan pada kepemilikan karya. Penggunaan watermark pada perancangan visual dakwah islami difungsikan untuk memberikan identitas secara visual sebagai tanda. Selain itu watermark digunakan sebagai foto profil atau icon untuk akun Instagram ngaji visual. Secara visual, watermark ngaji visual merupakan hasil perancangan penulis dengan menggunakan tehnik *hand lettering* atau seni menggambar huruf sehingga mempunyai bentuk visual huruf yang berbeda dari huruf secara umum. Penggunaan warna visual ngaji visual untuk penggunaan watermark dapat di sesuaikan dengan desain yang dipakai dan penerapannya. Berikut adalah kajian visual watermark ngaji visual dari estetika visual, kebermanfaatan, prinsip komunikasi sebagai berikut :

- a. Watermark memiliki prinsip desain yang kesatuan, proporsional, dan seimbang dalam penyatuan teks ngaji visual menjadi satu, sehingga dimungkinkan penerapan watermark semakin mudah dalam penempatannya dalam desain untuk memberikan tanda visual.
- b. Watermark mempunyai nilai promosi untuk akun ngaji visual penerapan secara digital ataupun manual, selain itu dapat menjadi identitas visual tersendiri bagi akun ngaji visual sehingga dapat dipakai untuk foto profil akun media, tanda pada karya dan berbagai penerapan lainnya. Penerapan watermark ngaji visual dinilai mudah untuk diterapkan pada media apapun dengan mengutamakan proporsional keseimbangan isi dan watermark yang digabungkan untuk memberikan tanda visual sehingga dapat mnejadi kesatuan yang baik untuk dilihat secara visual.